

Per un'analisi della partecipazione dei pubblici nel museo e sul web: il caso di *Sarà l'Italia*

Irene Rubino

Fin dalla sua riapertura nel dicembre del 2006, Palazzo Madama ha periodicamente condotto delle indagini volte a conoscere i suoi pubblici: questionari aventi lo scopo di rilevare il gradimento di visita e i dati socio-demografici dei visitatori, *focus group* mirati ad approfondire punti di forza e criticità di specifici progetti educativi, rilevamenti automatizzati del percorso effettuato dai visitatori in museo¹.

Coerentemente con l'approccio di autovalutazione fino ad ora seguito da Palazzo Madama, nel corso del 2011 – grazie al contributo della Fondazione CRT e della Fondazione Giovanni Gorla – è stato attuato un progetto di monitoraggio mirato a rilevare il grado e il tipo di partecipazione manifestato dai pubblici durante la visita degli spazi fisici e web della mostra *Sarà l'Italia*². Alla base della decisione di avviare un progetto di questo tipo risiedono principalmente due motivi: a) la necessità, da parte delle istituzioni culturali, di riflettere criticamente sui risultati ottenuti, non solo in un'ottica di capitalizzazione dell'esperienza ma anche di trasparenza nei confronti di *stakeholder* primari quali la società civile e i finanziatori; b) la volontà di approfondire attraverso un caso di studio la comprensione teorica delle dinamiche di coinvolgimento dei pubblici trattate dalla letteratura di settore³ e perseguite da Palazzo Madama nell'ambito della sua missione istituzionale.

Oggetto dello studio sono state la partecipazione all'iniziativa *La votazione è aperta*⁴ e l'attrazione suscitata nei visitatori dai vari elementi costituenti l'allestimento della mostra.

La votazione è aperta: analisi della partecipazione

Nel periodo compreso fra marzo 2011 e gennaio 2012 sono stati registrati 9.580 voti, di cui l'87% è stato espresso mediante la cabina presente nella Sala del Senato e il 13% attraverso il sito web

www.primosenatoitalia.it (tab. 1). Il picco di partecipazione si è verificato nel periodo immediatamente successivo all'inaugurazione della mostra, contestualmente con il livello massimo di affluenza di visitatori: nei mesi di marzo-aprile è stato raccolto infatti circa il 30% dei voti totali (tab. 2). In generale, il livello di partecipazione non ha subito notevoli variazioni durante l'intera durata dell'iniziativa, oscillando fra il 2% e il 6% dei visitatori mensili della mostra (tab. 4)⁵.

Analisi della partecipazione

	Marzo-aprile 2011	Maggio 2011	Giugno 2011	Luglio 2011	Agosto 2011	Settembre 2011	Ottobre 2011	Novembre 2011	Dicembre 2011 - gennaio 2012	Marzo 2011 - gennaio 2012	
1. L'unificazione italiana	2.531	819	945	854	962	655	690	535	366	8.357	(87%)
2. La concessione dei diritti civili	350	116	109	121	110	116	88	85	128	1.223	(13%)
3. L'imposta progressiva sui beni	2.881	935	1.054	975	1.072	771	778	620	494	9.580	
4. L'intervento militare in Crimea											
5. Il traforo del Frejus											
6. Il contratto civile di matrimonio											
7. La riforma della pubblica istruzione											
8. La libertà di stampa											
9. L'abolizione del Foro ecclesiastico											
Voti cabina	2.531	819	945	854	962	655	690	535	366	8.357	(87%)
Voti online	350	116	109	121	110	116	88	85	128	1.223	(13%)
Tot.	2.881	935	1.054	975	1.072	771	778	620	494	9.580	

Tab. 1. Numero di voti espressi attraverso la cabina di voto presente all'interno della Sala del Senato e attraverso il sito web www.primosenatoitalia.it

	Marzo-aprile 2011	Maggio 2011	Giugno 2011	Luglio 2011	Agosto 2011	Settembre 2011	Ottobre 2011	Novembre 2011	Dicembre 2011 - gennaio 2012
1. L'unificazione italiana	30%	10%	11%	10%	12%	8%	8%	7%	4%
2. La concessione dei diritti civili	29%	10%	9%	10%	9%	9%	7%	7%	10%
3. L'imposta progressiva sui beni									
4. L'intervento militare in Crimea									
5. Il traforo del Frejus									
6. Il contratto civile di matrimonio									
7. La riforma della pubblica istruzione									
8. La libertà di stampa									
9. L'abolizione del Foro ecclesiastico									
% voti sul totale dei voti cabina	30%	10%	11%	10%	12%	8%	8%	7%	4%
% voti sul totale dei voti online	29%	10%	9%	10%	9%	9%	7%	7%	10%

Tab. 2. Voti espressi per ogni singolo tema di dibattito, riportati in percentuale rispetto al totale dei voti raccolti nel periodo marzo 2011-gennaio 2012 attraverso la cabina presente nella Sala del Senato e il sito web www.primosenatoitalia.it.

	Marzo-aprile 2011	Maggio 2011	Giugno 2011	Luglio 2011	Agosto 2011	Settembre 2011	Ottobre 2011	Novembre 2011	Dicembre 2011 - gennaio 2012	Marzo 2011 - gennaio 2012
	1. L'unificazione italiana	2. La concessione dei diritti civili	3. L'imposta progressiva sui beni	4. L'intervento militare in Crimea	5. Il traforo del Frejus	6. Il contratto civile di matrimonio	7. La riforma della pubblica istruzione	8. La libertà di stampa	9. L'abolizione del Foro ecclesiastico	Tot. / %
Visitatori sito web	2.260	1.186	1.031	561	546	853	877	857	879	9.050
Voti online	350	116	109	121	110	116	88	85	128	1.223
% voti online / visitatori sito web	15%	10%	11%	22%	20%	14%	10%	10%	15%	13%

Tab. 3. Il sito web www.primosenatoitalia.it: accesso e partecipazione all'attività di voto.

	Marzo-aprile 2011	Maggio 2011	Giugno 2011	Luglio 2011	Agosto 2011	Settembre 2011	Ottobre 2011	Novembre 2011	Dicembre 2011 - gennaio 2012	Marzo 2011 - gennaio 2012
	1. L'unificazione italiana	2. La concessione dei diritti civili	3. L'imposta progressiva sui beni	4. L'intervento militare in Crimea	5. Il traforo del Frejus	6. Il contratto civile di matrimonio	7. La riforma della pubblica istruzione	8. La libertà di stampa	9. L'abolizione del Foro ecclesiastico	Tot. / %
Ingressi *	61.957	18.113	15.613	14.021	16.247	14.451	19.899	9.895	22.533	192.729
Voti	2.531	819	945	854	962	655	690	535	366	8.357
% voti / ingressi	4%	4%	6%	6%	6%	4%	3%	5%	2%	4%

Tab. 4. La mostra "Sarà l'Italia": accesso e partecipazione all'attività di voto attraverso la cabina presente nella Sala del Senato.

* Il numero non include gli ingressi legati ai servizi educativi, agli eventi speciali e alle scolaresche.

	Marzo-aprile 2011	Maggio 2011	Giugno 2011	Luglio 2011	Agosto 2011	Settembre 2011	Ottobre 2011	Novembre 2011	Dicembre 2011 - gennaio 2012	Marzo 2011 - gennaio 2012
	1. L'unificazione italiana	2. La concessione dei diritti civili	3. L'imposta progressiva sui beni	4. L'intervento militare in Crimea	5. Il traforo del Frejus	6. Il contratto civile di matrimonio	7. La riforma della pubblica istruzione	8. La libertà di stampa	9. L'abolizione del Foro ecclesiastico	Tot. / %
No (voti cabina)	18%	18%	10%	42%	9%	9%	14%	50%	9%	19%
Si (voti cabina)	82%	82%	90%	58%	91%	91%	86%	50%	91%	81%
No (voti online)	29%	54%	59%	82%	76%	72%	58%	75%	59%	56%
Si (voti online)	71%	46%	41%	18%	24%	28%	42%	25%	41%	44%
No (totali)	19%	23%	15%	47%	16%	18%	19%	54%	22%	24%
Si (totali)	81%	77%	85%	53%	84%	82%	81%	46%	78%	76%

Tab. 5. Preferenze di voto espresse dai votanti.

La votazione attraverso la cabina: dati socio-demografici dei partecipanti

	Marzo-aprile 2011	Maggio 2011	Giugno 2011	Luglio 2011	Agosto 2011	Settembre 2011	Ottobre 2011	Novembre 2011	Dicembre-2011 - gennaio 2012	Marzo 2011 - gennaio 2012
	1. L'unificazione italiana	2. La concessione dei diritti civili	3. L'imposta progressiva sui beni	4. L'intervento militare in Crimea	5. Il traforo del Frejus	6. Il contratto civile di matrimonio	7. La riforma della pubblica istruzione	8. La libertà di stampa	9. L'abolizione del Foro ecclesiastico	Tot. %
Maschi	50%	51%	46%	48%	53%	48%	49%	48%	53%	50%
Femmine	50%	49%	54%	52%	47%	52%	51%	52%	47%	50%

Tab. 6. La partecipazione all'iniziativa "La votazione è aperta": sesso dei partecipanti.

Per quanto riguarda la partecipazione online, essa ha avuto una variabilità maggiore in termini percentuali (10%-22%), anche se il numero dei voti non si è modificato molto nel corso delle singole votazioni (tab. 3).

I dati socio-demografici raccolti attraverso la cabina di voto hanno messo in luce come *La votazione è aperta* abbia interessato in ugual misura individui di sesso maschile e femminile (tab. 6), coinvolgendo inoltre persone di ogni età (tab. 7). Considerata la composizione del pubblico solitamente registrata per Palazzo Madama⁶, appaiono particolarmente importanti le percentuali relative alla partecipazione dei minorenni (20%) e dei giovani fra i 18 e i 26 anni (15%): esse suggeriscono non solo come il museo sia stato frequentato da ragazzi di diverse età, ma come la votazione – con la sua interattività – si sia rivelata un metodo efficace di coinvolgimento per queste fasce di pubblico⁷. La giovane età di una parte cospicua dei partecipanti ha influito inoltre sui risultati pertinenti al titolo di studio e all'occupazione dei votanti (tab. 8 e 9): sebbene il livello di istruzione dichiarato si confermi elevato, rispetto a indagini precedenti è stata riscontrata una percentuale maggiore di visitatori in possesso della licenza media e in cerca di occupazione⁸.

La votazione è aperta ha permesso inoltre ai partecipanti di scrivere un commento libero, sia utilizzando la cabina di voto presente nella Sala del Senato, sia attraverso il sito web dedicato all'iniziativa: complessivamente, sono stati composti 2.214 messaggi. Sebbene l'analisi qualitativa dei commenti sia ancora in corso⁹, la realizzazione di una *word cloud* ha permesso di evidenziare come le parole più frequentemente utilizzate siano state funzionali all'espressione di un giudizio personale sulla mostra (fig. 1).

Tab. 7. La partecipazione all'iniziativa "La votazione è aperta": fasce d'età.

	Marzo-aprile 2011	Maggio 2011	Giugno 2011	Luglio 2011	Agosto 2011	Settembre 2011	Ottobre 2011	Novembre 2011	Dicembre 2011 - gennaio 2012	Marzo 2011 - gennaio 2012
	1. L'unificazione italiana	2. La concessione dei diritti civili	3. L'imposta progressiva sui beni	4. L'intervento militare in Crimea	5. Il traforo del Frejus	6. Il contratto civile di matrimonio	7. La riforma della pubblica istruzione	8. La libertà di stampa	9. L'abolizione del Foro ecclesiastico	Tot. %
Minorenni	21%	16%	20%	21%	23%	15%	19%	17%	23%	20%
18-26 anni	15%	17%	9%	14%	18%	19%	17%	18%	15%	15%
27-35 anni	15%	14%	15%	14%	12%	19%	19%	16%	12%	15%
36-50 anni	22%	21%	26%	25%	26%	24%	22%	22%	23%	23%
51-65 anni	20%	22%	22%	20%	16%	17%	17%	18%	20%	20%
Oltre 65 anni	7%	10%	8%	6%	5%	6%	6%	9%	7%	7%

Tab. 8. La partecipazione all'iniziativa "La votazione è aperta": titolo di studio dei partecipanti.

	Marzo-aprile 2011	Maggio 2011	Giugno 2011	Luglio 2011	Agosto 2011	Settembre 2011	Ottobre 2011	Novembre 2011	Dicembre 2011 - gennaio 2012	Marzo 2011 - gennaio 2012
	1. L'unificazione italiana	2. La concessione dei diritti civili	3. L'imposta progressiva sui beni	4. L'intervento militare in Crimea	5. Il traforo del Frejus	6. Il contratto civile di matrimonio	7. La riforma della pubblica istruzione	8. La libertà di stampa	9. L'abolizione del Foro ecclesiastico	Tot. %
Diplomati	24%	37%	34%	36%	38%	36%	32%	35%	32%	32%
Laureati	30%	40%	40%	39%	34%	43%	44%	42%	41%	37%
Licenza media	22%	23%	26%	25%	28%	21%	24%	23%	27%	24%
Altro	24%	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	7%

Tab. 9. La partecipazione all'iniziativa "La votazione è aperta": occupazione dei partecipanti.

	Marzo-aprile 2011	Maggio 2011	Giugno 2011	Luglio 2011	Agosto 2011	Settembre 2011	Ottobre 2011	Novembre 2011	Dicembre 2011 - gennaio 2012	Marzo 2011 - gennaio 2012
	1. L'unificazione italiana	2. La concessione dei diritti civili	3. L'imposta progressiva sui beni	4. L'intervento militare in Crimea	5. Il traforo del Frejus	6. Il contratto civile di matrimonio	7. La riforma della pubblica istruzione	8. La libertà di stampa	9. L'abolizione del Foro ecclesiastico	Tot. %
In cerca di occupazione	25%	26%	25%	31%	34%	28%	29%	30%	31%	28%
Impiegati	16%	17%	18%	14%	15%	22%	17%	11%	18%	16%
Pensionati / altro	11%	15%	14%	9%	8%	12%	7%	12%	11%	11%
Insegnanti	9%	8%	8%	11%	7%	5%	9%	7%	9%	8%
Professioni scientifiche	5%	6%	6%	3%	4%	5%	5%	5%	4%	5%
Cultura	5%	3%	4%	4%	4%	3%	3%	6%	4%	4%
Professioni mediche	5%	3%	5%	5%	4%	3%	5%	5%	5%	5%
Altro lavoro dipendente	5%	3%	4%	4%	3%	3%	5%	4%	3%	4%
Dirigenti	4%	3%	3%	4%	4%	3%	4%	5%	4%	4%
Imprenditori	3%	4%	3%	3%	5%	3%	4%	4%	2%	3%
Quadri	3%	3%	3%	2%	2%	3%	2%	2%	1%	3%
Operai	2%	1%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	2%	2%
Artigiani	2%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%
Servizi	2%	2%	1%	2%	3%	4%	2%	3%	1%	2%
Terziario	1%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	3%	2%
Commercianti	1%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	2%	2%



1. I commenti scritti dai partecipanti a "La votazione è aperta" word cloud.

I visitatori di *Sarà l'Italia*: indagini osservanti e interviste strutturate
Sarà l'Italia è stata visitata fra il marzo 2011 e il gennaio 2012 da più di 230.000 visitatori: se da un punto di vista quantitativo questa cifra può essere considerata come un indicatore del successo dell'iniziativa¹⁰, essa tuttavia non offre indicazioni sul coinvolgimento e la soddisfazione sperimentati dal pubblico, nonché sul significato individualmente attribuito all'esperienza e sul grado di utilizzo delle opportunità di interazione offerte dall'allestimento. Per indagare quest'ultimo aspetto e con la prospettiva di integrare i risultati ottenuti nell'ambito della realizzazione di future esposizioni, sono state condotte delle indagini osservanti¹¹ aventi come oggetto l'analisi del comportamento dei visitatori all'interno di *Sarà l'Italia*. Gli individui osservati – selezionati in

modo casuale – sono stati complessivamente 106, con una prevalenza di donne, di coppie e di individui con un'età stimata compresa fra i 51 e i 65 anni (tab. 10, 12, 11). In generale, un comportamento ricorrente è stato sedersi sui sedili ricreanti le postazioni dei senatori ottocenteschi (65%), effettuato in molti casi in modo contestuale allo svolgimento di altre attività quali la consultazione dei fascicoli di approfondimento, la manipolazione degli oggetti e l'osservazione/ascolto degli audiovisivi¹². Questi ultimi sono stati oggetto dell'attenzione dei visitatori nel 68% dei casi¹³, mentre gli altri elementi dell'allestimento hanno stimolato percentuali inferiori di attrazione¹⁴ (tab. 16). In futuro, l'analisi incrociata dei dati a disposizione potrà inoltre permettere di identificare l'eventuale presenza di comportamenti ricorrenti

associati a specifiche caratteristiche socio-demografiche, al contesto sociale dell'esperienza o alle apparenti motivazioni di visita¹⁵, contribuendo ad arricchire le conoscenze relative ai pubblici che frequentano il museo. Per integrare e meglio interpretare i dati messi in luce dalle indagini osservanti, nel dicembre 2011 è stato proposto ad alcuni visitatori di prendere parte a un'intervista strutturata¹⁶; ne è emerso come le motivazioni prevalenti alla base della visita di *Sarà l'Italia* siano state la curiosità e lo svago¹⁷(40%, tab. 26) e come l'apprezzamento estetico della ricostruzione sia stato largamente condiviso (tab. 28). È interessante notare come la grande maggioranza degli intervistati abbia inoltre dichiarato di aver arricchito le proprie conoscenze storiche a seguito della visita della mostra (tab. 28),

[continua a pag. 238]

INDAGINI OSSERVANTI

Dati socio-demografici e composizione del gruppo di visita

Sesso	n.	%
Maschi	45	42%
Femmine	61	58%

Tab. 10. Sesso dei visitatori osservati.

Fascia d'età stimata	n.	%
Meno di 18 anni	13	12%
18-26 anni	9	9%
27-35 anni	17	16%
36-50 anni	21	20%
51-65 anni	28	26%
Più di 65 anni	18	17%

Tab. 11. Età stimata per i visitatori osservati.

Composizione del gruppo	n.	%
Visitatore singolo	22	21%
2 persone	55	52%
3 persone	17	16%
4 persone	8	7%
Più di 4 persone	4	4%

Tab. 12. Composizione del gruppo di visita degli individui osservati.

Composizione del gruppo	n.	%
Visitatore singolo	22	21%
Coppia maschio-femmina coetanei	31	29%
Coppia maschio-maschio coetanei	4	4%
Coppia femmina-femmina coetanee	5	5%
Coppia maschio-femmina più adulta	1	1%
Coppia femmina-maschio più adulto	5	5%
Coppia maschio-maschio più adulto	1	1%
Coppia femmina-femmina più adulta	8	7%
Gruppo di più di 2 persone, composto da persone appartenenti a una sola generazione	9	8%
Gruppo di più di 2 persone, composto da persone appartenenti a più generazioni	20	19%

Tab. 13. La composizione del gruppo di visita: analisi di dettaglio.

Il comportamento dei visitatori

Percorso di visita	n.	%
Entrata da Sala Feste e uscita dal lato dello Scalone juvarriano	26	24,5%
Entrata da Sala Feste e uscita da Sala Feste	46	43%
Entrata dal lato dello Scalone juvarriano e uscita da Sala Feste	26	24,5%
Entrata dal lato dello Scalone juvarriano e uscita dal lato dello Scalone juvarriano	8	8%

Tab. 14. Il percorso di visita effettuato dai visitatori osservati.

Tempo di permanenza	n.	%
Meno di 2 minuti	12	11%
Da 2 a 6 minuti	32	30%
Da 6 a 10 minuti	23	22%
Da 10 a 14 minuti	15	14%
Da 14 a 18 minuti	6	6%
Più di 18 minuti	18	17%

Tab. 15. Tempo di permanenza all'interno della mostra.

Attività compiuta	si	no
Sedersi	65%	35%
Prelevare guida alla visita	31%	69%
Consultare guida alla visita	18%	82%
Chiedere informazioni al personale	10%	90%
Usare oggetti personali (esclusi apparecchi per fare fotografie e video)	7%	93%
Consultare la documentazione di approfondimento	13%	87%
Manipolare gli oggetti sui banchi	31%	69%
Consultare i fascicoli con le biografie	37%	63%
Fotografare (aula)	26%	78%
Fotografare (persone)	27%	73%
Prestare apparentemente attenzione agli audiovisivi	68%	32%

Tab. 16. Attività compiute durante la visita della mostra.

INTERVISTA STRUTTURATA

Domande rivolte a tutti gli intervistati

Ha già visitato altre volte il museo?	n.	%
No, oggi è stata la prima volta	44	38%
Si, una volta	11	10%
Si, più volte	60	52%

Tab. 17. La visita del museo.

Oggi ha visitato la mostra "Sarà l'Italia"?	n.	%
Si	85	74%
No	30	26%

Tab. 18. La visita della mostra.

Ha visitato "Sarà l'Italia" in precedenza?	n.	%
Si, durante una precedente visita	29	25%
Si, durante un evento organizzato nella Sala del Senato	5	4%
No, oggi ho visitato la mostra per la prima volta	69	60%
No, non ho mai visitato la mostra	12	10%

Tab. 19. La visita della mostra.

Sesso	n.	%
Maschio	59	51%
Femmina	56	49%

Tab. 20. Sesso degli intervistati.

Età	n.	%
Meno di 18 anni	7	6%
18-26 anni	16	14%
27-35 anni	12	10%
36-50 anni	27	23%
51-65 anni	32	28%
Più di 65 anni	21	18%

Tab. 21. Età degli intervistati.

Con chi ha visitato la mostra / il museo?	n.	%
Con il partner	31	27%
Con la famiglia	24	21%
Con amici / colleghi / altri	24	21%
Con nessuno, sono venuto da solo	36	31%

Tab. 22. Aspetto sociale della visita.

Luogo di provenienza	n.	%
Torino / Piemonte	87	76%
Italia Nord	9	8%
Italia Centro	5	4%
Italia Sud / Isole	6	5%
Francia	2	2%
Resto d'Europa	3	3%
USA / Canada	1	1%
Estremo Oriente (Cina / Giappone / Corea)	2	2%

Tab. 23. Provenienza degli intervistati.

Professione	n.	%
Impiegato	28	24%
Pensionato	33	29%
Operaio	2	2%
Insegnante	8	7%
Studente	24	21%
Imprenditore / Dirigente	1	1%
Libero professionista	13	11%
Casalinga	4	3%
In cerca di occupazione	1	1%
Altro	1	1%

Tab. 24. Professione degli intervistati.

Titolo di studio	n.	%
Fino alle medie inferiori	19	17%
Diploma medie superiori	53	46%
Laurea e oltre	43	37%

Tab. 25. Titolo di studio degli intervistati.

Domande rivolte a coloro che hanno dichiarato di aver visitato la mostra nel giorno dell'indagine

Per quale motivo ha visitato la mostra?	n.	%
Ho un interesse specifico per il Risorgimento	12	14%
Per accrescere le mie conoscenze	25	29%
Per curiosità / svago	34	40%
Come parte di una visita turistica	5	6%
Per accompagnare parenti / amici	4	5%
Per ascoltare il dibattito del mese	2	2%
Altro	3	4%

Tab. 26. Motivazioni alla base della visita.

Aveva programmato di visitare la mostra durante la sua visita al museo?	n.	%
Sì, visitare la mostra è stato il motivo principale della mia visita al museo	22	26%
Sì, avevo programmato di visitare la mostra come parte della mia visita al museo	27	32%
No	36	42%

Tab. 27. Programmazione della visita.

Durante la sua visita di "Sarà l'Italia" ha ...	Per nulla	Poco	Abbastanza	Molto	Moltissimo
Provato una sensazione di stupore e meraviglia	2%	2%	26%	47%	22%
Provato la sensazione di trovarsi nell'epoca risorgimentale	6%	16%	31%	35%	12%
Accresciuto la comprensione del periodo storico trattato	5%	12%	32%	40%	12%
Accresciuto le conoscenze a proposito dei protagonisti che hanno animato l'aula in epoca risorgimentale	15%	19%	21%	38%	7%
Accresciuto le conoscenze a proposito dei temi discussi nell'aula in epoca risorgimentale	15%	15%	13%	51%	6%
Apprezzato l'estetica della ricostruzione	1%	0%	7%	49%	42%
Commentato la sua esperienza con altre persone	32%	5%	15%	40%	8%
Vissuto un'esperienza che pensa di ricordare in futuro	1%	2%	12%	65%	20%

Tab. 28. Esperienza di visita.

Quanti minuti ha dedicato alla visita di "Sarà l'Italia"?	n.	%
Fino a 10 minuti	28	33%
Da 10 a 20 minuti	44	52%
Da 20 a 40 minuti	12	14%
Più di 40 minuti	1	1%

Tab. 30. Tempo di visita.

Durante la sua visita di "Sarà l'Italia" ha / si è ...	Sì	No
Seduto sui sedili presenti nella sala	79%	21%
Manipolato gli oggetti presenti sui banchi	69%	31%
Consultato i fascicoli con le biografie	60	40%
Fatto attenzione agli audiovisivi	92%	8%
Votato attraverso la cabina	4%	96%
Utilizzato l'area creativa	9%	91%
Utilizzato l'area relax	14%	86%
Consultato la documentazione di approfondimento	45%	55%
Fatto fotografie	29%	71%
Consultato la guida alla visita	53%	47%

Tab. 29. Attività compiute durante la visita.

Si ritiene soddisfatto della visita di "Sarà l'Italia"?	n.	%
Decisamente sì	66	78%
Più sì che no	14	16%
Più no che sì	2	2%
Decisamente no	0	0%
Non so, non avevo aspettative	3	4%

Tab. 31. Livello di soddisfazione.

La visita di "Sarà l'Italia" è stata complessivamente ...	n.	%
Affascinante	42	49%
Istruttiva	58	68%
Divertente	10	12%
Faticosa	0	0%
Noiosa	0	0%
Caotica	0	0%
Disorientante	0	0%
Piacevole	32	38%
Altro	3	4%

Tab. 32. Aggettivi associati all'esperienza di visita.

Domanda rivolta solo a coloro che hanno dichiarato di non aver visitato la mostra nel giorno dell'indagine

Per quale motivo oggi non ha visitato la mostra?	n.	%
L'argomento non mi interessa	0	0%
Non ho avuto tempo	9	30%
Non sapevo che ci fosse	2	7%
L'avevo già visitata in precedenza	5	17%
Oggi sono venuto appositamente per visitare un'altra parte del museo	14	47%

Tab. 33. Motivazioni alla base di una mancata visita della mostra nel giorno dell'indagine.

definendola spesso “istruttiva” (tab. 32); chi ha risposto diversamente ha specificato di “saperne già abbastanza” o di “aver trascorso poco tempo nell’aula”, ribadendo dunque indirettamente l’influenza delle conoscenze pregresse e del programma di visita sul processo di apprendi-

mento¹⁸. Gli ultimi dati su cui si vuole riportare l’attenzione riguardano infine il livello di soddisfazione derivante dalla visita (tab. 31) – considerata soddisfacente nel 94% dei casi –, le motivazioni alla base della non-visita della mostra (tab. 33) e la percentuale di visitatori di

ritorno (62%, tab. 17): la combinazione di questi dati suggerisce come la variegata articolazione del Palazzo e delle sue collezioni, nonché il continuo alternarsi di esposizioni temporanee ritenute soddisfacenti dai visitatori favoriscano il ritorno del pubblico in museo.

NOTE

¹ I comportamenti dei visitatori in termini spazio-temporali sono stati analizzati attraverso l’impiego della tecnologia RFID da Bruno e Pollichino (2011).

² Per una descrizione della mostra *Sarà l’Italia* e delle iniziative di partecipazione ad essa correlate, si vedano i contributi di Fiumi e La Ferla in questo numero della rivista.

³ Si veda Simon 2010 per un’introduzione al tema della partecipazione nei musei.

⁴ Per una descrizione dell’iniziativa, degli scopi e delle modalità di partecipazione, si veda il contributo di Margarone in questo numero della rivista.

⁵ Nel valutare il valore minimo di partecipazione, bisogna considerare come il 2% riportato per i mesi di dicembre e gennaio debba almeno in parte essere attribuito a un mancato funzionamento della cabina di voto durante alcune giornate.

⁶ Le percentuali registrate per le diverse fasce d’età a proposito del pubblico di Palazzo Madama (escluse le scolaresche) sono tendenzialmente le seguenti: minorenni (1%), 18-26 anni (8%), 27-35 anni (14%), 36-50 anni (29%), 51-65 anni (34%), oltre 65 anni (14%). I contributi che affrontano il fenomeno della sotto-rappresentazione dei giovani nei musei sono numerosi; si vedano, ad esempio: Bollo e Gariboldi 2008; De Luca 2008.

⁷ L’attività non ha riscosso invece un particolare successo fra i più anziani (7% dei votanti): non è da escludere che alla base di ciò possa risiedere il fenomeno del *digital divide*.

⁸ I dati rilevati durante le indagini periodiche sul pubblico condotte dal personale di sala di Palazzo Madama riportano per la licenza media

dati che si aggirano intorno al 12% e per i disoccupati l’1%. A questo proposito bisogna ricordare come fra le alternative selezionabili nella cabina alla voce “occupazione” non fosse disponibile l’opzione “studente”.

⁹ Per un’analisi qualitativa dei commenti scritti dai visitatori, si vedano gli esempi riportati da Pekarik 1997 e Macdonald 2005.

¹⁰ Per un confronto con i dati di affluenza alle mostre organizzate da musei e istituzioni culturali piemontesi nel triennio 2008-2010, si consulti la *Relazione annuale 2010 – Cultura in Piemonte* a cura dell’Osservatorio Culturale del Piemonte (http://www.ocp.piemonte.it/PDF/relazione/ocp_relaz2010.pdf).

¹¹ Per una descrizione degli scopi e dei limiti di questo metodo di indagine e per alcuni casi empirici di studio, si veda ad esempio Bollo e Dal Pozzolo 2006. Per una sintesi degli studi sul *timing and tracking* dei visitatori, si veda invece Yalowitz e Bronnenkant 2009.

¹² Sedersi all’interno delle sale di un museo è spesso considerato un indicatore di affaticamento derivante dalla visita (Andreotti e Chiozzi 2002); nel caso di *Sarà l’Italia* l’elevata percentuale di persone che si sono sedute può essere considerata tuttavia come un elemento di successo dell’allestimento: l’accessibilità alle postazioni dei senatori è stata infatti pensata dai curatori della mostra quale un’opportunità per favorire l’immedesimazione nell’atmosfera ottocentesca e la confortevole fruizione degli audiovisivi e degli approfondimenti. Per una sintesi della letteratura a proposito della *“museum fatigue”*, si veda Davey 2005.

¹³ Lo studio comparativo condotto da B. Serrell (2002) indica come in media sia il 32% dei visitatori a soffermarsi di fronte agli audiovisivi. Rispetto a quanto evidenziato dalla letteratura,

la percentuale registrata durante le indagini osservanti è dunque piuttosto alta: si può ipotizzare che tale risultato sia stato favorito dalla compresenza di fattori quali la trasmissione dell’audiovisivo in un ambiente appositamente dedicato, la presenza di numerosi posti a sedere e la collocazione dello schermo in posizione centrale (Miles 1989).

¹⁴ Il grado di attrazione esercitato dagli elementi di un allestimento e il livello di attenzione a questi rivolto dai visitatori possono dipendere da cause multifattoriali. Per un inquadramento della tematica, si veda Bitgood 2010.

¹⁵ Per l’importanza del contesto personale, sociale e fisico dell’esperienza museale, si veda Falk e Dierking 1992. L’aspetto motivazionale della visita è stato di recente ulteriormente indagato da J. Falk, che proprio su questa base e sul concetto di identità ha proposto un nuovo modello di segmentazione dei visitatori (Falk 2011).

¹⁶ Hanno preso parte all’intervista strutturata 115 persone, selezionate casualmente all’uscita del museo. Per motivi logistici, l’intervista è stata concepita soprattutto come un’occasione per instaurare un dialogo con i visitatori e per approfondire determinate tendenze emerse durante le indagini osservanti, senza la pretesa di coinvolgere un campione rappresentativo dei visitatori di *“Sarà l’Italia”*.

¹⁷ La letteratura internazionale ha sottolineato come la curiosità possa costituire una delle più frequenti motivazioni alla base della frequentazione di mostre e musei, a cui possono essere associate peculiari strategie di visita. A questo proposito, si consultino Rounds 2004 e Packer 2006.

¹⁸ Il tema dell’apprendimento nei musei è stato ampiamente trattato da G. Hein (1998).

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- Andreotti L., Chiozzi G., *Il comportamento dei visitatori del Museo Civico di Storia Naturale di Milano*, 2002, in <http://www.fizz.it/home/sites/default/files/allegati/articoli/pdf_articoli_completi/2002-andreotti_chiozzi.pdf>, consultato nel marzo 2012.
- Bitgood S., *An Attention-Value Model of Museum Visitors*, CAISE Report, 2010, in <<http://caise.insci.org/index.php?mact=News, cntnt01, print, 0&cntnt01articleid=109&cntnt01s howtemplate=false&cntnt01returnid=51>>, consultato nel marzo 2012.
- Bollo A., Dal Pozzolo, L., *Analysis of Visitor Behaviour inside the Museum: An Empirical Study*, 2006, in <http://neumann.hec.ca/aimac2005/PDF_Text/BolloA_DalPozzoloL.pdf>, consultato nel marzo 2012.
- Bollo A., Gariboldi A., *Non vado al museo! Esplorazione del non pubblico degli adolescenti*, in A. Bollo (a cura di), *I pubblici dei musei. Conoscenze e politiche*, Franco Angeli, Milano 2008, pp. 107-136.
- Bruno A., Pollichino, G.B., *Sperimentare una nuova metodologia di analisi comportamentale durante le visite nei musei*, in "Palazzo Madama. Studi e Notizie", 0, 2011, pp. 209-213.
- Davey G., *What is Museum Fatigue?*, in "Visitor Studies Today", 8/3, 2005, pp. 17-21.
- De Luca M., *I giovani e i musei*, in "Economia della Cultura", XVIII/1, 2008, pp. 95-100.
- Falk J.H., *Contextualizing Falk's Identity-Related Visitor Motivation Model*, in "Visitor Studies", 14/2, 2011, pp. 141-157.
- Falk J.H. e Dierking L.D., *The Museum Experience*, Whalesback Books, Washington D.C. 1992.
- Hein G., *Learning in the Museum*, Routledge, London 1998.
- Macdonald S., *Accessing Audiences: Visiting Visitor Books*, in "Museum and Society", 3/3, 2005, pp. 119-136.
- Miles R.S., *Audiovisuals, a suitable case for treatment*, in *Visitor Studies: Theory, Research and Practice. Vol. 2*. Center for Social Design, Jacksonville 1989, pp. 245-251.
- Osservatorio Culturale del Piemonte, *Relazione annuale 2010 – Cultura in Piemonte*, 2011, in <http://www.ocp.piemonte.it/PDF/relazione/ocp_relaz2010.pdf>. Consultato nel marzo 2012.
- Packer J., *Learning for Fun: The Unique Contribution of Educational Leisure Experiences*, in "Curator: The Museum Journal", 49/3, 2006, pp. 329-344.
- Pekarik A.J., *Understanding Visitor Comments: the Case of Flight Time Barbie*, in "Curator: The Museum Journal", 40/1, 1997, pp. 56-68.
- Rounds J., *Strategies for the Curiosity-driven Museum Visitor*, in "Curator: The Museum Journal", 47/4, 2004, pp. 389-412.
- Serrell B., *Are They Watching? Visitors and Videos in Exhibitions*, in "Curator: The Museum Journal", 45/1, 2002, pp. 47-64.
- Simon, N. *The Participatory Museum*, Museum 2.0, Santa Cruz 2010.
- Yalowitz S.S., Bronnenkant K., *Timing and Tracking: Unlocking Visitor Behavior*, in "Visitor Studies", 12/1, 2009, pp. 47-64.