

Il pubblico del Mart e la mostra "La montagna. Arte, scienza, mito"

di Alessia Erlingher
gennaio 2006

Sin dall'inaugurazione della nuova struttura, il MART di Rovereto ha intervistato i propri visitatori per valutare, tra gli altri obiettivi, l'impatto della propria attività espositiva. E' in questa prospettiva che è stata condotta l'indagine sul pubblico della mostra *La montagna. Arte, scienza, mito* (programmata dal Mart nella prima parte del 2004), che ha permesso di acquisire informazioni preziose circa i giudizi, le aspettative e le reazioni del pubblico del museo.

Il gruppo di ricerca del Dipartimento di Scienze Umane e Sociali dell'Università di Trento, coordinato da Massimiano Bucchi e composto da Rino Fasol, Federico Neresini e Laura Bona, ha analizzato le interviste ad un campione di circa 300 visitatori stratificato per genere e classi di età.

Per il 74% delle persone intervistate, la mostra sulla montagna coincideva con la prima visita al MART; la larga maggioranza di questi neofiti è composta da uomini, le donne sono invece, in linea di massima, frequentatrici più assidue.

Da successive domande riguardanti la provenienza, il genere e l'età, emerge il profilo del 'nuovo visitatore' del MART: maschio, di età inferiore ai 45 anni e residente fuori dal Trentino (nei gruppi presi in esame, i nuovi visitatori residenti nel Triveneto rappresentano il 78%, mentre costituiscono l'84% tra coloro che provengono da altre regioni d'Italia o dall'estero). L'aumento di visitatori da fuori provincia ha compensato il sensibile calo, rispetto alla rilevazione del 2002, del pubblico trentino. Un'altra variazione rispetto alla precedente rilevazione riguarda la modalità di visita. Nel 2004 vengono preferite le visite con familiari ed amici, a fronte di una netta diminuzione delle visite individuali.

Le ragioni che spingono il pubblico a scegliere il museo sono varie: permane un significativo interesse per la struttura architettonica del MART, c'è la curiosità suscitata da amici e familiari per la mostra, c'è infine, semplicemente, da parte di molti intervistati, il desiderio di "vedere qualcosa di bello".

Queste motivazioni sono ben coerenti con il canale comunicativo attraverso il quale gli intervistati hanno appreso della mostra. Se infatti il primo stimolo alla visita proveniva, secondo i rilevamenti del 2002, dal grande battage pubblicitario sui giornali, ora assumono un'importanza decisiva i pareri e i consigli di amici e familiari, segnale della crescente popolarità del MART.

Parte dell'intervista è stata dedicata all'analisi del bagaglio culturale dei visitatori e dei loro interessi specifici relativi alle mostre. Il 56% degli intervistati aveva già visitato musei di arte contemporanea, prevalentemente in Italia.

Un dato interessante è quello relativo all'atteggiamento che i visitatori hanno verso l'arte contemporanea. Ben quattro persone su dieci, infatti – un dato stabile rispetto alla rilevazione del 2002 – la ritengono di difficile comprensione per il suo carattere 'elitario'. Costante rispetto ai dati del 2002 resta anche la quota di visitatori che si dicono invece appassionati di arte contemporanea.

Quanto al giudizio complessivo degli intervistati circa la mostra, prevalgono i pareri positivi e una considerevole percentuale si dichiara pronta a consigliarla a conoscenti e familiari. Rari i pareri negativi, legati per lo più a fattori contingenti come il costo eccessivo del biglietto o la prolissità di certe descrizioni delle opere esposte.

Anche i giudizi sul contenuto della mostra sono nel complesso positivi: in particolare è stata apprezzata l'armonia tra le parti scientifiche e le parti artistiche. Resta tuttavia – conforme al dato sopra citato sulla 'incomprensibilità' dell'arte contemporanea – una cospicua percentuale di visitatori (circa un terzo) che si dichiara perplessa circa il significato di alcune fra le opere esposte.

L'allestimento della mostra, la chiarezza del percorso e dei pannelli ma soprattutto l'efficienza delle guide, sono valutati in maniera ancora più positiva che nel 2002.

In conclusione, una netta maggioranza dei visitatori si dice disposta a tornare, in futuro, al MART.

Ma quali sono le mostre che questi visitatori sarebbero interessati a vedere?

Le risposte riflettono in parte l'entusiasmo per ciò che si è appena visto: si chiedono dunque altre mostre tematiche affini a quella relativa alla montagna. Ma si fa strada anche, seppure timidamente, un certo interesse per l'arte contemporanea. I dati raccolti collimano con l'intenzione espressa dai visitatori di recarsi soprattutto alle mostre del MART relative al Novecento ("Figure e immagini del '900", "Il '900 russo" e Mirò).

Complessivamente, la mostra sembra aver suscitato un certo interesse nei confronti dell'arte contemporanea: gli intervistati manifestano in molti casi il proposito di approfondire le loro conoscenze in materia attraverso libri, riviste, siti internet, e simili; rimarrà poi da verificare in che misura le intenzioni verranno tradotte in concreto interesse per l'arte ed i musei.

Infine, dall'indagine emergono alcuni rilevanti fattori – tra i quali la pubblicità ottenuta grazie al passaparola e l'affluenza di nuovi visitatori specialmente da fuori provincia – che dimostrano il favore del pubblico nei riguardi del MART.