

L'osservazione nei *Visitor Studies* a livello internazionale. Uno sguardo lungo un secolo¹

di Alessandro Bollo

Sebbene l'osservazione dei visitatori all'interno degli spazi museali, come metodologia di ricerca, appaia piuttosto sperimentale e innovativa per il contesto italiano, si tratta in realtà di uno degli approcci allo studio del comportamento del visitatore più antichi e consolidati. Occorre infatti risalire agli inizi del secolo scorso per datare la nascita di una prassi di ricerca che si è imposta nella letteratura scientifica e che ha fornito abbondante materiale empirico a disposizione di museografi e ricercatori grazie, in particolare, ai lavori condotti da Edward Robinson, Robert Melton, Otto Neurath e Benjamin Gillman.

È a quest'ultimo che vengono attribuiti il primo studio pionieristico - pubblicato nel 1916 e volto a indagare come l'attenzione dei visitatori diminuisse con il passare del tempo all'interno dei percorsi museali – e la definizione del termine *museum fatigue*. Non è inutile ricordare che Gillman condusse i suoi studi al Museum di Fine Arts di Boston utilizzando lo strumento fotografico. Se ne servì per “catturare” le posture delle persone e per studiare l'utilizzo dello spazio all'interno dei percorsi espositivi, evidenziando, fin dagli inizi, il legame continuo e stretto tra perfezionamento metodologico ed evoluzione delle tecnologie a supporto della ricerca. Il fenomeno dell'affaticamento da visita (considerato in termini sia fisici sia cognitivi) venne approfonditamente analizzato nel corso di tutti gli anni Venti e Trenta e Gilman, così come gli altri ricercatori, fece ampio ricorso all'osservazione per arrivare alla conclusione che certe opere e sezioni di allestimento richiedevano più sforzo per essere viste e fruite a causa del modo con cui erano presentate. Nasceva così un filone di ricerca specificamente interessato a “tracciare” i percorsi delle persone all'interno del museo, a valutarne i livelli e le modalità di interazione, a indagare l'influenza del tempo e dello spazio nei comportamenti di fruizione.

Molti degli assunti teorici proposti dal lavoro di questi studiosi sono considerati tutt'ora dei punti cardine negli studi sul comportamento museale: le persone cambiano spesso il loro atteggiamento nel corso della visita (per effetto del *museum fatigue*); ad esempio, prevale una tendenza a girare a destra quando si entra in uno spazio nuovo, si presta maggiore attenzione agli oggetti vicino all'ingresso e al piano terreno. I loro studi consentirono di dare sostanza scientifica a quelle che, fino a quel momento, erano solo impressioni e riflessioni condivise dagli addetti ai lavori non corroborate però da adeguate verifiche empiriche; il contesto fisico influenza significativamente i comportamenti delle persone e richiede un'adeguata progettazione per migliorare le condizioni di apprezzamento dei contenuti esposti e i relativi processi comunicativi. In particolare, è stato enfatizzato l'aspetto selettivo della visita in cui “ogni oggetto vive per guadagnare l'attenzione del visitatore e il risultato è

¹ L'articolo è contenuto nel volume "L'archeologia e il suo pubblico", a cura di Adriano La Regina, Associazione Civita, Giunti 2009. Si ringrazia Giunti e l'Associazione Civita per la gentile autorizzazione alla pubblicazione dell'articolo.

che gli oggetti sono in competizione nel guadagnare la sua attenzione producendo spesso conflitti e disaccordi” (Loomis, 1987). I conflitti e i disaccordi si producevano anche perché si era studiato che l’attenzione del visitatore era una risorsa a veloce esaurimento e difficilmente reintegrabile nel breve termine; il visitatore discriminava e selezionava non solo tra gli oggetti ma anche all’interno dello stesso oggetto. Nell’ambito di questa famiglia di obiettivi e di percorsi di ricerca fortemente *learning oriented*, l’osservazione consentiva di analizzare i comportamenti, in particolare quelli non verbali, messi in atto durante l’esperienza di visita e di valutare come l’ambiente (costituito dall’interazione dello spazio architettonico con l’allestimento museografico, ovvero la struttura, la morfologia e la lunghezza del percorso, la densità degli oggetti presenti, i corredi paratestuali, le modalità di comunicazione ed esposizione, ecc.) orientasse le modalità di interazione e di partecipazione con il museo.

Del rapporto tra spazio museale e pubblico se ne discuterà e ricercherà anche in tempi successivi e in contesti alquanto differenziati; non stupisce quindi che tale tema venga ripreso in occasione dell’analisi del funzionamento di quella complessa macchina museale nonché sfida rappresentata dal Centre Pompidou a Parigi alla fine degli anni Settanta. Nello specifico, alcuni aspetti dell’importante studio di Nathalie Heinich si focalizzarono sull’utilizzo delle diverse funzioni del Centro e sull’orientamento delle persone nei molteplici spazi per verificare se aveva avuto successo l’utopia museologica e architettonica di costruire una “tecnologia espositiva” capace di mescolare pubblici diversi - altrimenti diretti e convogliati in spazi separati e indipendenti – favorendo l’ibridazione e lo scambio e rendendo così concreta la possibilità di una cultura accessibile, democratica e universale. Occorre dire che i risultati ridimensionarono tutto sommato il portato di quella concezione e le speranze di quella visione perché i rapporti di classe continuavano a riprodurre barriere e percorsi invisibili di inclusione e di esclusione e – come sostenuto dalla ricercatrice – “[...] l’apparente libertà dava luogo a vagabondaggi senza meta che finivano per generare ansia; imparare a “lasciarsi trasportare” era più difficile di quanto non si credesse” (Heinich 1988).

Appartengono a questo filone di ricerca anche lavori più recenti quali quelli dei ricercatori canadesi Bourdeau e Chebat (Bourdeau e Chebat 2001) che, focalizzandosi sullo studio delle gallerie d’arte, hanno suggerito nuove ipotesi interpretative sul rapporto tra caratteristiche degli oggetti esposti, morfologia dello spazio espositivo e logiche di fruizione dei visitatori. Secondo gli autori, infatti, in presenza di opere d’arte che richiedono per la loro comprensione un certo sforzo cognitivo - come ad esempio le opere d’arte contemporanea - i visitatori per orientarsi preferiscono identificare punti di riferimento ancorati alle caratteristiche fisiche dell’allestimento. I visitatori con un basso legame con gli oggetti esposti stabiliscono cioè un forte legame con le caratteristiche fisiche dello spazio allestito, creando punti di riferimento per pianificare il proprio circuito cognitivo. Importante, inoltre, anche per il numero di studi condotti e per l’enorme base empirica analizzata², gli studi sul campo della statunitense Beverly Serrell a cui si deve la sperimentazione di indicatori quantitativi per misurare il grado e la capacità di interazione tra visitatore e allestimento (*Attraction Power Index* e *Holding Power Index*) e lo studio delle soglie d’attenzione e della variabile “tempo” sui comportamenti di visita a musei e mostre.

² Sono più di 150 i musei e le mostre analizzati dalla Serrell in quasi trent’anni di lavoro sul campo.

Nell'ambito degli studi sui visitatori uno degli aspetti più indagati ha riguardato il processo di apprendimento del visitatore innescato dall'esperienza di fruizione e la capacità del museo di configurarsi come un ambiente in grado di stimolare e favorire l'attivazione di processi di diffusione della conoscenza. Aspetto questo particolarmente caro ai musei scientifici che, a causa delle finalità più spiccatamente educative implicite nella loro identità e missione, hanno dedicato particolare attenzione alla valutazione dell'efficacia delle iniziative didattiche, dei percorsi espositivi e degli exhibit interattivi progettati per differenti target di utenza (bambini, ragazzi, gruppi, pubblici con particolari disabilità, etc.). Dal punto di vista metodologico si rileva come l'intero sistema di offerta del museo sia stato spesso scomposto nei suoi elementi costitutivi (l'edificio, i percorsi, l'allestimento, l'illuminazione, i supporti informativi di sala, le didascalie poste a corredo delle opere, etc.) e come ciascuno sia diventato oggetto di specifica considerazione. I visitatori, d'altro canto, sono stati analizzati in quanto destinatari potenziali di una comunicazione articolata su più livelli, in cui era importante valutare l'influenza che ciascuna componente esprimeva in ordine alla completa e corretta comprensione del messaggio. Particolarmente interessante, a tale proposito, il lavoro di ricercatori statunitensi (Stephen Bitgood, Harris Shettel e Beverly Serrell tra i principali) e australiani (Linda Kelly, Tim Sullivan e Randi Korn) che hanno utilizzato l'indagine osservante come strumento esclusivo o integrativo per valutare l'efficacia dei processi comunicativi interni ai musei.

In merito all'analisi dei pannelli informativi e delle didascalie emergono, ad esempio, alcune evidenze che possono essere generalizzate alla grande maggioranza dei nostri musei: i testi sono spesso trascurati e non vengono mai letti tutti per intero, vengono comunque utilizzati e risemantizzati da parte dei visitatori, anche se in modo sommario, parziale e molto personale. Secondo Beverly Serrell i testi forniscono infatti una "coesività semantica" alle esposizioni che permette di passare "dall'oggetto alla parola, dalla parola al discorso". Se, come si diceva, nessuno legge per intero un pannello, quasi tutti si servono dei testi nel corso della visita: per orientarsi concettualmente, per capire il motivo della presenza delle opere/oggetti, per stabilire una relazione con gli autori del percorso e soprattutto come materiale di discussione da utilizzare con i compagni di visita. I testi dovrebbero pertanto fornire informazioni che stimolano l'attenzione e l'osservazione (anche da un punto di vista percettivo-formale) e che agevolano modalità "costruttiviste" di ricerca delle informazioni in cui il visitatore possa scegliere "cosa e quanto leggere in base al rapporto tra tempo/sforzo percepito e il beneficio che si presume di ricavarne" (Bitgood, 1988). Non a caso, le più recenti teorie sull'apprendimento considerano il museo un luogo nel quale i processi informali di apprendimento dipendono sia dalla situazione soggettiva e individuale del visitatore (percorso biografico, capitale culturale, interessi, etc.) sia dal contesto sociale sia dall'ambiente in cui il processo si realizza (presenza di altre persone, stimolazione sensoriale, sistema di interpretazione del museo, morfologia dello spazio e layout degli oggetti). Da ciò ne deriva che in approcci di ricerca interessati ad affrontare la complessità del tema, i fattori individuali (come ad esempio l'interesse e la motivazione personale centrali nell'approccio *person-centered*) e i fattori ambientali (logiche espositive, architettura dello spazio; elementi considerati come variabili interpretative principali nell'approccio *setting-centered*) dovrebbero essere considerati congiuntamente.

Ritornando al rapporto tra contesto fisico e comportamenti di fruizione è importante sottolineare come ad una minore competenza culturale e conoscenza specifica del visitatore corrisponda una maggiore capacità dell'ambiente e dello spazio di influenzarne comportamenti e logiche di utilizzo (Bollo, Dal Pozzolo, 2005). Come già analizzato da Screven (1976) "il visitatore è libero di esplorare il percorso, ma è altrettanto libero di ignorarlo, di recepire parzialmente o di trascurare gli input informativi: spesso il visitatore "comune" non sa perché gli oggetti e le opere esposti sono importanti (eccetto per quelli universalmente noti o fortemente comunicati), non è in grado di costruire una propria selezione e gerarchizzazione degli oggetti presenti". In questa situazione diventano, quindi, particolarmente importanti il display degli oggetti, la loro collocazione, la loro relazione con altri elementi del percorso (densità o rarefazione degli oggetti lungo l'esposizione), il corredo informativo che li "completa" per determinare il potere di attrazione, interesse e seduzione degli oggetti che costituiscono la collezione o una mostra temporanea. Occorre comunque ricordare come l'osservazione da sola non sia in grado di valutare gli effettivi processi di apprendimento dei visitatori, le reali capacità del museo di trasmettere conoscenza e di descrivere le interconnessioni tra le molteplici variabili che conducono alla costruzione della visita. La forza e il portato euristico dell'indagine osservante stanno invece nella possibilità di studiare e di intervenire sulle pre-condizioni che consentono al museo di rendere possibili tali e tanti ambiziosi obiettivi. Affinché un oggetto sia messo nelle condizioni di "parlare", il visitatore lo deve prima notare e poi vedere; perché un pannello informativo possa trasmettere conoscenza deve essere letto e letto per un tempo minimo di acquisizione delle informazioni. L'indagine osservante consente quindi di verificare empiricamente se un museo o una mostra riescono a garantire, lungo tutto il percorso di visita, le condizioni necessarie (anche se non ancora sufficienti) affinché si possano attivare processi di apprendimento e di produzione di senso (Bollo, Dal Pozzolo, 2005).

Se gli studi focalizzati a valutare l'apprendimento nel museo sono continuati e si sono evoluti nel tempo seguendo e assecondando paradigmi teorici sempre più raffinati, altre necessità di ricerca si sono aggiunte alle precedenti, a partire da sollecitazioni che arrivavano sia dal mondo dei musei sia da fattori e contingenze esterne. Si fa riferimento al filone di ricerca di matrice sociologica della scuola francese capeggiato da Pierre Bourdieu negli anni '60, volto ad indagare il rapporto tra società e istituzioni culturali in termini di relazioni di potere e di formazione del gusto o, in anni più recenti, alle ricerche di marketing particolarmente sviluppate nel contesto anglosassone, interessate a valutare gli aspetti socio-culturali, motivazionali e comportamentali strumentali a strategie di targeting e ancora alle valutazioni sulla cosiddetta "soddisfazione del cliente" tese a evidenziare carenze e margini di miglioramento nel servizio culturale erogato. Le tecniche di indagine di natura quantitativa e qualitativa si sono ampliate e diversificate, spesso mutuando metodologie e strumenti da altri contesti, quali la ricerca sociologica, la psicologia dei processi cognitivi, l'antropologia e il marketing culturale. L'osservazione ha continuato a giocare un ruolo importante in particolare nell'ambito della cosiddetta *evaluation*.

L'*evaluation* si distingue dalla ricerca perché è un tipo di valutazione che nasce dal bisogno di ottenere informazioni specifiche per azioni a breve termine, mentre la ricerca è stimolata dal bisogno di maggiore conoscenza professionale o personale che non necessariamente deve fornire nell'immediato informazioni utili, ma offre materiale per elaborazioni teoriche

(Munley, 1987). L'indagine osservante, spesso utilizzata in forma integrata con interviste e focus group, può entrare in gioco sia in fase di realizzazione di un progetto di allestimento (*formative evaluation*), sia a progetto avviato (*summative evaluation*). Il primo caso è particolarmente comune tra i musei scientifici e tecnologici in cui spesso ci si preoccupa di testare l'efficacia e il funzionamento di exhibit interattivi ad uno stadio di realizzazione ancora prototipale³, ma viene altresì utilizzato quando si vuole sperimentare la bontà di specifici apparati comunicativi. Le domande più ricorrenti in questo tipo di valutazione sono: i visitatori interagiscono con gli exhibit? Come interagiscono? Qual è il livello di comprensione dei messaggi? Vengono recepiti gli aspetti più rilevanti della comunicazione?

Presente e futuro delle indagini osservanti. Uno sguardo in avanti

L'osservazione nei musei come tecnica di ricerca ha quasi un secolo di vita. Utilizzata principalmente per tracciare i percorsi dei visitatori, valutare l'influenza delle variabili "tempo" e "spazio" sui comportamenti di fruizione e l'efficacia degli allestimenti e della comunicazione interna del museo, fin dagli esordi l'indagine osservante ha fatto ampio ricorso a tecnologie capaci di integrare, ampliare e affinare l'attività dell'occhio umano. Partendo dalle lastre fotografiche di Gillman, passando alle riprese video utilizzate per analizzare spostamenti e comportamenti di fronte ad oggetti e reperti, diversi sono stati i tentativi di semplificare la fase di ricerca sul campo e di rafforzarne il portato interpretativo. La possibilità di utilizzare soluzioni tecnologiche innovative, spesso sviluppate in altri ambiti (infomobilità, PDA di nuova generazione, interfacce grafiche interattive, sistemi di taggatura a radiofrequenza, ecc.), rappresenta la sfida presente e futura per impostare nuove modalità di osservazione, tracciamento e interpretazione del rapporto tra visitatore e museo. Il nostro paese, che per quanto riguarda i visitor studies sconta ancora un gap considerevole rispetto al contesto internazionale, sembra aver intrapreso una strada interessante sotto questo punto di vista. L'indagine osservante è entrata infatti a far parte del novero delle tecniche utilizzate dai nostri ricercatori e museologi solo da una decina d'anni; si devono a Lidia Andreotti e Giorgio Chiozzi (1999) e a Ludovico Solima (2002) i primi studi di osservazione dei visitatori in musei scientifico-naturalistici e archeologici⁴. Successivamente, si sono sviluppati percorsi di ricerca che, a partire da approcci metodologici consolidati a livello internazionale, hanno elaborato modalità nuove di osservazione utilizzando tecnologie a supporto dell'attività di osservazione sul campo. Si fa qui particolare riferimento all'esperienza del "Progetto Miranda", un percorso di ricerca e formazione durato tre anni e intrapreso dalla Fondazione Fitzcarraldo che ha sperimentato un software di analisi e rappresentazione grafica dei percorsi museali applicati in realtà museali molto differenti per tipologia e collezioni (musei

³ Tra le molte *formative evaluation* realizzate si segnalano quelle condotte dall'Exploratorium di San Francisco (si veda in particolare lo studio condotto in occasione della mostra *Listen: Making Sense of Sound*, http://www.exploratorium.edu/partner/pdf/Listen_Summative_01.pdf), e le formative evaluation condotte nelle British Galleries del Victoria and Albert Museum consultabili all'indirizzo: (http://www.vam.ac.uk/res_cons/research/visitor/galleries/summative/index.html)

⁴ Cfr. Andreotti L., Chiozzi G., *Il comportamento dei visitatori del Museo Civico di Storia Naturale di Milano. Etogramma dei visitatori*, *Museologia scientifica*, 16 (1), 1999 e Solima L., *Indagine osservante sui comportamenti di fruizione dei visitatori della sezione "Partenope e Neapolis" del Museo Archeologico Nazionale di Napoli*, luglio 2002, www.fizz.it.

storici, scientifici, artistici e archeologici)⁵. L'utilizzo del software ha infatti consentito di velocizzare le operazioni di inserimento dati e di visualizzazione dei risultati attraverso un approccio grafico basato su mappe che evidenziano i percorsi e i punti espositivi caratterizzati da maggiore capacità di attrazione.

Le nuove frontiere tecnologiche presentano la possibilità di sostituire lo sguardo umano con sistemi automatici di tracciatura dei percorsi e di rilevazione dei tempi di permanenza di fronte ad opere o sezioni di allestimento. Tecnologie Wi-fi e RFid consentono infatti di utilizzare device mobili (ad esempio piccoli palmari portatili) che si attivano in prossimità di opere e reperti, suggerendo al visitatore diversi livelli di approfondimento e di interazione con l'opera, registrando, inoltre, spostamenti spaziali e richieste del visitatore. Si verrebbe quindi a disporre di un repertorio molto ampio di informazioni su tempi di percorrenza e permanenza, oggetti visti o non visti, sul livello di interazione utente/percorso. Si eliminerebbe inoltre uno dei punti di debolezza di questo tipo di indagine, rappresentato dalle elevate risorse di tempo necessarie per condurre l'attività di ricerca sul campo. Si tratta di potenzialità ancora tutte da esplorare, le cui implicazioni, anche di ordine metodologico, dovranno essere attentamente vagliate e sperimentate.

La storia di questa tecnica di indagine è anche la storia degli sguardi delle persone che con passione e rigore scientifico l'hanno sviluppata e perfezionata e che, dietro a quegli sguardi, non si sono limitati ad osservare, ma hanno riversato la loro concezione del museo e delle persone che lo frequentavano. Sartorio e Martinengo sostengono che "l'osservazione diretta è un processo mentale complesso (giacché l'occhio umano è intelligente) che – attraverso l'apprensione percettiva di luoghi, ambienti, oggetti, genti, atteggiamenti, modi di comportarsi e di esprimersi – riesce a cogliere il senso del "dettaglio significativo" e a fornire la "descrizione densa" del fenomeno considerato. Umano o digitale, lo sguardo della ricerca dovrà essere sempre teso a scoprire nuovi "dettagli significativi" e a restituire una "descrizione densa" di quella magia che si ripete ogni qual volta una persona varca la soglia del museo.

⁵ Per maggiori approfondimenti sul progetto Miranda si veda il sito: <http://miranda.fitzcarraldo.it/>

BIBLIOGRAFIA

- Andreotti L., Chiozzi G., *Il comportamento dei visitatori del Museo Civico di Storia Naturale di Milano. Etogramma dei visitatori*, Museologia scientifica, 16 (1), 1999
- Bollo A., (a cura di), *I pubblici dei musei. Conoscenza e Politiche*, Franco Angeli, Milano, 2008
- Bollo A., Dal Pozzolo L., *Analysis of Visitor Behaviour inside the Museum: An Empirical Study*, in atti della conferenza AIMAC – International Conference on Arts & Cultural Management, HEC Montreal, 3-6 luglio 2005
- Bitgood, S., *An analysis of visitor circulation: Movement patterns and the general value principle*, in Curator, 49(4), 463-475, 2006
- Bitgood, S., Patterson, D., & Benefield, A., *Exhibit design and visitor behaviour: Empirical relationships*, in Environment and Behaviour, 20(4), 474–491, 1988.
- Bourdeau L., Chebat J.C., *An empirical Study of the effects of the design of the display Galleries of Art Gallery on the movement of Visitors*, Museum Management and Curatorship, Vol. 19 N. 1, 2001
- Bourdeau L., Marcotte, P., *L'emplacement d'un tableau et ses effets sur la memorisation de l'information: une etude empirique de la visite d'une galerie d'art.*, in Proceedings of 4th Biennial Conference, Association for the Management of Arts and Culture, San Francisco, pp. 91–102.
- Falk, J., *Assessing the impact of exhibit arrangement on visitor behavior and learning*, in Curator: The Museum Journal, 36(2), 133-146, 1993
- Falk J.H., Dierking L.D., *Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*, American Association for State and Local History Book Series, Altamira Press, 2000
- Kirchberg, V., *Mystery visitors in museums: an underused and underestimated tool for testing visitor service*, in International Journal of Arts Management, Vol. 3, n.1, 2000 31
- Heinich N., *Il Centre Pompidou e il suo pubblico. Limiti di un luogo utopistico*, in Lumley R. (a cura di), L'industria del museo. Nuovi contenuti, gestione, consumo di massa, Costa & Nolan, Milano, 1988
- Loomis R.J. , *Museum visitor evaluation. New tool for management*, American Association for State and Local History, Nashville 1987.
- Melton A.W. , *Some characteristics of museum visitors*, Psychological Bulletin, 30, 720–721, 1932
- Melton A.W., *Problems of Installation in Museums of Art*, New Series, no. 14. American Association of Museums, Washington, DC, pp. 153–187, 1935.
- Munley M. E., *Intentions and Accomplishments: Principles for Museum Evaluation Research*, in Past Meets Present, Jo Blatti (ed). Washington, DC: Smithsonian Press, 1987
- Robinson E.S., *The behaviour of the museum visitor*, American Association of Museums, Washington DC., 1928
- Sartorio G., Martinengo M.C., *L'agire di consumo nelle scienze sociali*, Milano, Guerini, 1995
- Savage G., James J., *A Practical Guide to Evaluating Natural and Cultural Heritage Interpretation*, Sydney, Centre for visitor studies, 2001
- Screven C., *Learning and exhibits: Instructional design*, Museum News, 52(5): 67-75, 1974

Screven, C., *Exhibit evaluation: A goal-referenced approach*, Curator, 19(4): 271-290, 1976

Serrell B., *Paying attention: visitors and museum exhibitions*, American Association of Museums, 1998

Serrell B., *Paying attention: the duration and allocation of visitors' time in museum exhibitions*, in "Curator", 40/2., 1997.

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

Solima L., Riolo S., *Le indagini sui visitatori dei musei: una rassegna europea*, in "Lo Spettacolo", n. 4, 1999

Stempel W.D., *Aspetti generici della ricezione*, in Holub (a cura di), *Teoria della ricezione*, 1989, Einaudi, Torino

Tota A. L., *Sociologie dell'arte. Dal Museo tradizionale all'arte multimediale*, 2002, Carocci, Roma