

# Il museo incontra la città

Jessica Maffei - Paolo Guaschi - Stefano Maretto - Edoardo Razzetti

Museo di Storia Naturale, Sistema Museale di Ateneo, Università di Pavia, Piazza Botta, 9. I-27100 Pavia.

E-mail: museo@unipv.it

## RIASSUNTO

Il Museo di Storia Naturale dell'Università di Pavia si apre a iniziative extra-museali offrendo alla città che lo comprende e lo circonda proposte di larga veduta. Il Museo ha colto il segnale che ormai da anni i musei hanno adottato, la consapevolezza cioè dell'esistenza di molti pubblici con diversi bisogni e conoscenze. Un contatto ineluttabile e imprescindibile, da potenziare e perseguire con azioni attraenti e tangenti al Museo stesso. Dall'autunno 2016 all'estate 2017 il Museo ha intrapreso, sulla base anche di richieste espresse dal pubblico fidelizzato, una strategia di connessione con la realtà extra-universitaria per rafforzare la sua presenza sul territorio. Aperture a tema, eventi dedicati e proposte al di fuori della sede fisica del Museo hanno saputo attrarre centinaia di visitatori anche a fronte del pagamento di un biglietto, dimostrando la forza vincente di incontrare la città e di mettersi a disposizione del pubblico.

Parole chiave:

Museo di Storia Naturale, Pavia, pubblici, contatti.

## ABSTRACT

*The Museum meets the city*

*The Natural History Museum of the University of Pavia delivers to the citizens a wide range of events outside the museum building. The Museum is well aware that there are several kind of visitors with different needs and knowledge. An ineluctable and unavoidable contact with the people, to be met and pursued with attractive initiatives and new points of view to the Museum itself. From autumn 2016 to summer 2017 the Museum has undertaken, on the basis of requests expressed by the loyal public, a strategy of connection with the non-university reality to strengthen its presence on the territory. Themed openings, dedicated events and proposals outside the physical walls of the Museum have attracted hundreds of visitors, despite the introduction of a ticket, demonstrating the winning force of leaving the ivory tower and making the museum available to the public.*

Key words:

*Museum of Natural History, Pavia, public, contacts.*

Il museo e la città che lo comprende e lo circonda. Un contatto ineluttabile e imprescindibile, da potenziare e perseguire come azione fondamentale nella vita di un museo anche scientifico e universitario come quello di Storia Naturale dell'Ateneo di Pavia (Sabelli, 2010). Dall'autunno 2016 all'estate 2017 il Museo ha intrapreso, anche sulla base di richieste espresse dal pubblico fidelizzato attraverso un dialogo diretto, una campagna di connessione con la realtà extra-universitaria per rafforzare la sua presenza sul territorio (Maretto et al., 2016). Aperture a tema, eventi dedicati e proposti al di fuori della sede fisica del Museo hanno saputo attrarre centinaia di visitatori. Le sale espositive sono diventate teatro di visite guidate e di manifestazioni originali dal forte potere coinvolgente, in primis un open day della sede distaccata del Museo in occasione della sua chiusura definitiva. In calendario sabato 8 ottobre 2017, la giornata è stata concepita su orario continuato 10.00-18.00 per offrire un'ampia possibilità di accesso a tutti, supportata dall'ingresso gratuito. La finalità promozionale dell'evento si è trovata, nell'occasione, strettamente connessa all'aspetto emotivo, di fidelizzazione, quasi di affetto nel legame instauratosi negli anni con

il pubblico. Un'iniziativa che ha voluto vestire un ruolo di riconoscenza per l'interesse e la continuità dimostrati nel tempo dai molti frequentatori del Museo. L'intera giornata è stata programmata con momenti diversi di intrattenimento non meramente scientifico ma anche ludico per il pubblico infantile. Il pomeriggio infatti si è arricchito di una caccia al tesoro che ha coinvolto e divertito decine di bambini alla ricerca di animali, curiosi, noti o poco conosciuti, minuscoli nelle dimensioni e strani nelle forme. Il pubblico ha pure goduto di un momento musicale offerto dal Conservatorio di Pavia, in seno a una collaborazione proficua intrapresa dal Sistema Museale tutto. L'open day ha pure proposto due gustose pause gastronomiche che hanno contribuito all'effetto "socializzante", accorciando spontaneamente le distanze tra curatori e visitatori e facendo emergere interessanti aspetti umani e personali. Il Museo deve essere visto come un luogo ospitale, amico, confortevole, empatico, simpatico insomma.

Il Museo di Storia Naturale ha voluto aprire e offrire anche una parentesi meramente storica e l'avventura in compagnia di Napoleone Bonaparte ha saputo dimostrare il potere attrattivo dell'idea concepita, curata

e condotta personalmente dai noi curatori. Palazzo Botta, oggi sede del nostro Museo, era nel Settecento la più elegante dimora nobiliare cittadina, un grande edificio che a fine Ottocento fu venduto all'Ateneo di Pavia dagli ultimi eredi della famiglia (Mazzarello et al., 2017). Il palazzo, modificando la sua destinazione d'uso in istituti scientifici universitari, ha saputo custodire al suo interno, pur con qualche limite, l'antica magnificenza facendo convivere affreschi maestosi sui soffitti e saloni adibiti a laboratori, antichi stucchi con aule e studi di docenti e allievi. In quanto sede universitaria l'edificio non è mai stato accessibile al pubblico, creando nei decenni del Novecento una barriera tra la storia locale e la città. Un palazzo storico diventato una realtà chiusa in una torre d'avorio verso la quale però i pavesi hanno dimostrato curiosità e interesse, grazie alla figura di Napoleone Bonaparte che nell'edificio fu ospitato in occasione di un viaggio ufficiale a Pavia. Il Museo ha voluto organizzare un percorso in Pavia sulle tracce del grande personaggio, partendo da quella che ancora oggi chiamiamo la "stanza di Napoleone" perché lo accolse in compagnia della consorte Giuseppina nel maggio 1805. Un ambiente splendidamente affrescato e ricco di stucchi che sembra essersi miracolosamente salvato da una ristrutturazione edilizia con approccio positivista che a fine Ottocento aveva trasformato gli appartamenti nobili in locali al servizio dei dipartimenti scientifici. Il percorso dedicato all'imperatore, pianificato in un pomeriggio di sabato, è proseguito con un itinerario in città, dunque extra-museale. L'evento ha registrato una ottima affluenza di pubblico, con la partecipazione di un variegato insieme di adulti, giovani e bambini, attenti alle storie francesi e pavese di altri tempi. L'avvenimento è stato proposto a pagamento ma la presenza di un biglietto non ha certo scoraggiato i curiosi e i sostenitori del nostro Museo (fig. 1). Tra le azioni intraprese dal personale del Museo per

una dimensione diffusa del patrimonio si segnala anche un progetto che ha allargato il contatto proponendo alla cittadinanza tesori "altri" dell'Ateneo, per lo più sconosciuti a chi non frequenta l'Università. Il Museo ha voluto aprire le porte di ex conventi, oggi sedi universitarie, mostrando affreschi, tombe, altari, chiostri e cappelle che hanno lasciato il pubblico stupefatto. Abbiamo puntato su due veri gioielli della storia pavese, l'ex monastero di San Felice, oggi sede del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali e del Dipartimento di Studi Umanistici, e l'ex convento di San Tommaso che ora ospita un'altra sezione del Dipartimento di Studi Umanistici.

Si tratta di due complessi monastici assai interessanti per le loro vicende storiche e per le evidenze che fortunatamente si sono conservate e tuttora si rendono visibili. In particolare, nel palazzo San Felice si preservano una rara cripta altomedievale e un'antica zona di sepoltura con tombe relative a badesse e monache del convento, caratterizzate da straordinari tratti storici e storico-artistici. Nell'edificio San Tommaso è stata da pochi anni recuperata un'ampia cappella gentilizia, risalente alla quattrocentesca famiglia pavese dei Bottigella, sorprendente per gli affreschi che ricoprono le pareti e la volta (fig. 2). Ai due eventi, proposti a pagamento, ha partecipato una folta platea costituita da pubblico generico ma sicuramente anche da un nutrito gruppo di fedeli visitatori del Museo pronti a seguirci anche in avventure "fuori dal Museo". Un fenomeno di successo che ha generato nelle settimane successive alle due visite guidate una ricaduta di immagine per il Museo stesso, una rete di nuovi "contatti", registrando:

- un aumento degli accessi nei giorni consueti di apertura;
- la visita di alcune scolaresche accompagnate da insegnanti che avevano presenziato privatamente agli eventi promozionali;



Fig. 1. Palazzo Botta, evento dedicato a Napoleone.

- l'incremento di "contatti social" su Facebook, Twitter e sul sito web per comunicare plausi all'iniziativa, commenti, suggerimenti, richieste di inserimento nella mailing list del Museo.

Dunque una operazione atta a favorire il dialogo e lo scambio tra il Museo e i suoi pubblici che sempre di più si sentono coinvolti nei programmi culturali del Museo stesso. La nostra esperienza si pone a ulteriore dimostrazione di come, nella stesura di performance e strategie finalizzate all'"audience development", conservatori e responsabili della comunicazione non possono più prescindere dalle richieste del pubblico (Waltl, 2006).

## CONCLUSIONI

Qualche riflessione, dunque, in conclusione. I musei, è noto, presentano due aspetti opposti ma complementari. Un aspetto "privato" del museo quale organismo dedito alla ricerca e alla conservazione delle collezioni e un aspetto "pubblico" che si occupa di divulgare le conoscenze intrattenendo l'audience (Sabelli, 2010). È anche vero che, negli ultimi anni, i musei stanno vivendo un periodo di grande cambiamento. È stato chiesto loro, per adattarsi ai tempi, di fuoriuscire dalle quattro mura fisiche per divenire parte di un sistema più ampio, ricco di possibilità e offerta, che risponda alla varietà di domanda dell'audience, sempre più tecnologicamente avanzata e coinvolta (Falchetti, 2017; Miglietta, 2017). Ed ecco che il nostro Museo si è fatto veicolo di un patrimonio storico-artistico particolarmente rilevante e degno di tutela, restauro e valorizzazione, ascoltando le esigenze del suo pubblico e chiamando il pubblico a partecipare. Abbiamo voluto dunque adottare una strategia per presentarci come museo-non museo ovvero:

- proporre il museo come sistema di conoscenza;
- ascoltare le richieste dei nostri visitatori (e-mail, desiderata, libro firme ecc.);

- coinvolgere l'audience (già fidelizzata) in iniziative "inedite";
- attrarre nuovo pubblico ovvero il cosiddetto "non pubblico" che cioè non si reca al museo e non sente il bisogno di farlo.

Il Museo, quindi, deve essere in grado di aprirsi alla città e di offrire al pubblico la sua storia, le ragioni e il perché di quello che lo circonda. È forse curioso che un museo zoologico e paleontologico non si limiti a proporre una chiave di lettura per la storia naturale e l'ambiente del proprio territorio? L'idea di valorizzare aspetti storico-artistici riproponendo così, ma in termini moderni, quel connubio tra arte e scienza che ha caratterizzato i musei rinascimentali è una contraddizione solo apparente. Proporre argomenti nuovi consente di raggiungere un pubblico più vasto e di vincere quell'inerzia che spesso limita il coinvolgimento delle persone permettendo così di migliorare anche l'appetibilità di proposte più prettamente naturalistiche.

## BIBLIOGRAFIA

- FALCHETTI E., 2017. "Contact zone": i ruoli dei musei scientifici nella società contemporanea. *Museologia Scientifica Memorie*, 16: 11-14.
- MARETTI S., GUASCHI P., MAFFEI J., RAZZETTI E., MELLERIO G., 2016. Strategie di comunicazione di un museo senza sede espositiva. *Museologia Scientifica, Memorie*, 15: 59-62.
- MAZZARELLO P., MELLERIO G., GUDERZO G., ERBA L., VIOLANI C. (a cura di), 2017. *Palazzo Botta: una giornata tra scienza e storia*. Univers, Pavia, 19 pp.
- MIGLIETTA A.M., 2017. Il ruolo dei Musei nella "neonata" terza missione delle Università. *Museologia Scientifica Memorie*, 16: 118-123.
- SABELLI B., 2010. *Museologia naturalistica, trent'anni di "bicchieri a metà"*. Bononia University Press, Bologna, 207 pp.
- WALT L C., 2006. Museums for visitors: Audience development-A crucial role for successful museum management strategies. *Intercom*, 2006: 1-7.



Fig. 2. Università di Pavia, visita straordinaria all'ex convento di San Tommaso.