

# Chi ha detto che gli animali piacciono solo ai bambini? Musei scientifici, linguaggi e integrazione di pubblici diversi

Nicola Margnelli  
 Ilaria de Angelis  
 Fabio Nicolai  
 Simona Quattrini

Cooperativa Myosotis m.m. c/o Museo Civico di Zoologia di Roma - Via U. Aldrovandi, 18. I-000197 ROMA.  
 E-mail: n.margnelli@myosotisambiente.it; info@myosotisambiente.it

## RIASSUNTO

Le rappresentazioni sociali del museo scientifico oscillano in parte tra chi vede il museo ancora come luogo per esperti e chi lo concepisce come istituzione adatta all'uso scolastico. La realtà del Museo di Zoologia di Roma, dimostra che le categorie di pubblici principalmente rappresentate sono due: quello scolastico (prevalente) e quello delle famiglie con bambini. Mentre la scuola trova già da tempo nel Museo un valido supporto per integrare programmi scientifici, alcuni pubblici non scolastici (adolescenti, adulti, coppie giovani, turisti, etc.) sono ancora in parte difficili da coinvolgere. Questo ci ha spinto a considerare, nella definizione delle nuove proposte culturali, la "diversità" di pubblici, di aspettative, di modalità di interpretazione, di uso di uno stesso luogo, per coinvolgerli e fidelizzarli, volendo costruire, l'immagine sociale del nostro museo scientifico, in linea con le attuali tendenze della museologia internazionale. Abbiamo così rivisitato i percorsi per famiglie, rendendoli appetibili anche ad adulti senza figli e a giovani ed i percorsi per Over 65. Lo scopo di questi eventi è stato sia quello di intrattenere, divertire e coinvolgere nuovi pubblici, "attraverso" il coinvolgimento dei bambini, sia quello di approfondire le esigenze di questi pubblici. Gli anziani come anche i genitori, i fratelli e i parenti in genere da accompagnatori diventano così attori, trovandosi piacevolmente e inaspettatamente coinvolti, dando loro, in tal modo, la possibilità di scoprire con piacere un interesse verso le tematiche scientifiche e il Museo scientifico come luogo di incontro con la scienza e di dialogo con gli scienziati stessi.

Parole chiave:  
 museo scientifico, pubblici non scolastici, eventi per tutti.

## ABSTRACT

*Who said that only child like animals? Scientific museums, languages and involvement of different publics.*

*Several surveys report that some people still consider scientific museums suitable only for experts and some other only for children. These opinions suggest us to consider different kinds of public although those generally visiting our museum. Our main aim was to widen this way of thinking and change the social image of the Scientific Museum. So, we began to propose cultural activities and events even for a no-school public, in line with the modern trends of European Museology. The first experiences we proposed involved families and some educational courses for Over65 people as the Laboratories for Grandparents and the Guided tours for the recreation centers for the elderly. The aim of these events was to involve, approach and to offer the opportunity to stimulate the interest of "different public" not only in the scientific themes but also in the Museum itself as a meeting, dialogue and exchange point, through children accompanying people (grandparents, parents and family in general).*

Key words:  
 museum, public, dialogue, events, new media.

## INTRODUZIONE

Il Museo di Zoologia di Roma rappresenta insieme al Planetario e Museo Astronomico, all'Orto botanico, e al Museo degli strumenti medici, la proposta culturale di ambito scientifico che la Capitale mette a disposizione dei cittadini.

Costruito nel 1932 e pensato come collezione per esperti, quindi non aperto a tutti, il Museo di Zoologia ha acquisito negli anni, aprendo ai visitatori, la vera e propria funzione museologica pubblica. Da lì in poi ha seguito la tendenza di molti musei scientifici, utilizzando modalità espositive nuove e temi attuali, ma mantenendo volontariamente alcune vecchie sale

intatte a ricordo proprio di tale "evoluzione" delle modalità espositive, relativa alla stessa espressione storica di interpretazione di un museo: da collezione di studio per pochi, a esposizione per tutti, per l'educazione, la divulgazione, la ricerca, la cultura scientifica (De Biase, 2008).

Negli ultimi 10 anni la Cooperativa Myosotis, collaborando alla gestione delle attività didattiche e degli eventi culturali del Museo di Zoologia ha potuto partecipare a tale cambiamento, cercando di analizzare, interpretare e soddisfare una società in continua evoluzione.

In linea con le ricerche e le inchieste che tentano di dare un volto ai pubblici frequentatori o comunque interessati alla proposta culturale offerta dai musei scientifici, anche il Museo di Zoologia di Roma ha sentito l'esigenza di intraprendere percorsi di indagine e analisi del proprio pubblico ... questo sconosciuto (Falchetti, 2007).

Dall'analisi dei risultati emersi da questa ricerca (Falchetti, 2007) e sotto la spinta di un pubblico in aumento diverso da quello scolastico, l'immagine del museo scientifico, del nostro Museo in particolare, come supporto/apporto all'educazione scientifica scolastica comincia a stare stretta e a far intravedere nuove ed entusiasmanti prospettive e sfide verso il museo scientifico del futuro.

Mentre infatti il grande numero di studenti-visitatori, di attività, di programmazioni e proposte per la scuola dimostra che il Museo di Zoologia e la Myosotis rispondono bene alle esigenze scolastiche, la nuova sfida ormai inevitabile è già da tempo quella del pubblico non scolastico. Tale pubblico, che stiamo cercando di inquadrare e categorizzare per conoscerne meglio necessità e fabbisogni interpretativi, ha evidenziato in diverse occasioni la volontà, se coinvolto, di voler fruire del museo scientifico come porta d'accesso, non banalizzante e non solo per bambini, al mondo della ricerca e conoscenza scientifica *tout court* (Reale, 2002).

## DALLA SCUOLA AI PUBBLICI

Lavorare con la scuola in una città come Roma ed in una struttura istituzionale come il Museo di Zoologia, che presenta una sezione dedicata alla ricerca educativa e didattica delle scienze, vuol dire, essere in grado di offrire un servizio di alto profilo ad un comparto molto numeroso ed esigente, quello scolastico, con grande sforzo di mezzi e professionalità, in grado di fornire risposte e servizi adeguati alle richieste. È evidente però che non si può oramai considerare la professionalità e l'alto profilo nel servizio alle scuole come indice di valutazione di eccellenza nei servizi *tout court* proposti da una struttura museale verso tutti i pubblici. Infatti la scuola, sebbene in questi anni abbia subito enormi cambiamenti organizzativi ed epistemologici nella sua funzione pubblica educativa, rimane comunque un comparto in definitiva stabile e in parte prevedibile, come quindi le sue esigenze.

Il Museo perciò in definitiva non può fermarsi e concentrarsi valutando il servizio offerto solo su un sistema ormai ben rodato, quello scolastico appunto, lavorando solo come laboratorio di esperienze pratiche, come spazio attrezzato, o come rappresentazione di concetti scientifici non affrontabili dalla scuola stessa, ma il Museo diventa motore di innovazione didattica, metodologica, di educazione attraverso la scienza, e l'ambiente alla partecipazione per la scuola e con la scuola: il museo come attore sociale di cambiamento culturale.

L'aprirsi a tutta la società oltre che alla parte della società rappresentata nella scuola, cercare di capire e soddisfare l'interesse e l'esigenza culturale scientifica di altri pubblici non-scolastici, organizzare, mettere in mostra, presentare, coinvolgere, comunicare e scambiare idee al di fuori delle classi scolastiche significa infatti diventare specchio di una società che è in continuo cambiamento, in cui gli studenti di oggi diventeranno protagonisti futuri... ma chi è già fuori dalla scuola deve poter trovare ed incontrare comunque nel museo scientifico i propri interessi.

Lavorare anche su altri pubblici che non siano la scuola rappresenta ancora la necessità di veicolare proprio quest'ultima verso il cambiamento di punti di vista, di obiettivi, di esigenze, per lavorare sulla società del futuro, sulle culture, considerando al contempo che l'apprendimento è ormai in tutto l'arco della vita e pertanto diviene fondamentale costruire un museo attrattivo per tutti.

"Esporre" la scienza diviene così non più un esercizio di conoscenze scolastiche ma il modo per parlare del nostro futuro, con tutti e per tutti, parlare di scienza ma al contempo "far partecipare" alla scienza, utilizzare la scienza come veicolo di cambiamento culturale e sociale.

I pubblici non scolastici: da numeri ad azioni pratiche. Mentre il nostro pubblico non scolastico è costituito quasi esclusivamente da un livello educativo medio-alto (per lo più diplomati e laureati) rappresentato anche da over 65 che accompagnano i nipoti, risultano quasi assenti nel campione analizzato (Falchetti, 2007) i livelli educativi più bassi, i visitatori senza figli (le "non famiglie" potremmo dire in vista di una categoria più idonea) di ambito non turistico, interessati alla scienza e naturalmente la fascia adolescenziale e post adolescenziale, difficilissima da coinvolgere ed attrarre.

Il nostro obiettivo è quello di coinvolgere queste categorie, e mentre tentiamo ovviamente di fidelizzare chi al Museo continua a venire e continuiamo a soddisfare le esigenze della scuola, sentiamo la necessità e cerchiamo di ripensare il Museo con gli occhi di chi al Museo non ci capita mai.

Abbiamo iniziato così a ragionare proprio sull'immagine esterna del Museo di Zoologia attraverso *focus group* d'indirizzo, a chiederci cosa rappresenta o potrebbe rappresentare il Museo per chi non lo conosce.



Fig. 1. Notturmo scienziato.

L'immagine del Museo che ad oggi abbiamo ricavato dalle interviste informali effettuate a chi partecipa alle nostre attività ed eventi per la prima volta, che non frequenta abitualmente il Museo, è purtroppo quella di un luogo fatto di teorie, di numeri, di animali imbalsamati e immobili, di scienza incomprensibile fatta da gente isolata nella propria passione per la Natura, per la scienza, che si circonda di persone simili che parlano in modi complicati, incomprensibili ... insomma, un posto abbastanza noioso!

Siamo partiti da questa immagine non proprio accattivante e abbiamo cercato di riflettere su come coinvolgere questo "non-pubblico" per provare a dimostrare loro che il Museo non è così, che non è noioso, che la scienza non è noiosa e che anzi con la scienza ci si può divertire.

Ci è sembrato fondamentale iniziare lavorando e cercando linguaggi più idonei a questo scopo (la scelta promozionale degli eventi), sugli strumenti e modi comunicativi (a chi ci rivolgiamo? chi vogliamo coinvolgere? Come vogliamo raggiungerlo?), sugli obiettivi di ogni attività proposta per i pubblici non scolastici e non rappresentati e ripensando e trasformando gli obiettivi didattici e divulgativi in obiettivi di partecipazione, piacevolezza, coinvolgimento ... per sentirsi a proprio agio nel Museo.

Il linguaggio scientifico diviene un obiettivo di esigenza: "... un nuovo pubblico che riconosce l'esigenza di definire meglio, più puntualmente un qualcosa o un processo riconoscerà e cercherà autonomamente una definizione scientifica, univoca, senza sentirsi in difficoltà di fronte ad un linguaggio incomprensibile fatto e parlato da altri" (Garcia, 2004).

L'autorevolezza della scienza, del suo linguaggio tecnico, dei suoi temi e delle sue ricadute non viene persa, trovando, studiando e cercando sempre le modalità per comunicare e non banalizzare, scambiare idee e non costringere intellettualmente, partendo da ciò che è condiviso, dalle conoscenze e gli interessi di tutti, democraticamente rappresentati e considerati.

Le categorie in precedenza poco rappresentate (adolescenti e post adolescenti; coppie senza figli; ecc) già con queste semplici accortezze risultano dai primi dati maggiormente attratte al Museo attraverso differenti modalità: concorsi, mostre tematiche, percorsi speciali, conferenze amichevoli, aperitivi scientifici, attività per famiglie, aperture straordinarie serali con laboratori (il programma Notturmo Scienziato ad esempio), visite guidate con laboratori per anziani.

Abbiamo mantenuto i bambini come target delle nostre comunicazioni e promozioni, ma questi eventi e attività prevedono ora parallelamente attività anche per e con gli accompagnatori (fratelli più grandi, genitori, nonni, ecc), ora non solo spettatori poco partecipi alle attività dei figli o fratelli o nipoti ma acerrimi nemici in sfide e gare di abilità, concorrenti tenaci, quasi dimentichi di essere venuti con i bambini, coinvolti fino al midollo in giochi, visite guidate, enigmi e percorsi tematici sulle scienze.

Gli orari e i giorni in cui effettuare gli eventi diventano importantissimi, così attività serali o notturne a ridosso dei weekend segnano il tutto esaurito, il telefono che non smette mai di squillare, le persone infastidite al telefono perché a volte non è prevista un'attività anche per gli adulti ... "... e per noi non avete organizzato niente questa volta?".

Il Museo sembra così trasformarsi in centro di aggregazione dove le persone si conoscono mentre giocano, si sfidano e parlano di scienza ma non solo... dove si organizzano per l'evento successivo a cui non mancheranno, danno consigli, chiedono approfondimenti (figg. 1-3).

Dai primi dati raccolti sembra che a queste attività inaspettatamente rispondano bene anche le giovani coppie senza figli, gli studenti delle superiori e gruppi di universitari, famiglie con genitori non laureati, gruppi di amici che vogliono passare una serata differente.

Da quanto ci confermano i partecipanti a queste attività risulta essere strumento fondamentale di comunicazione ed informazione il nuovo sito internet del



Fig. 2. Dietro le quinte del laboratorio.



Fig. 3. Notte al museo.

Museo Civico di Zoologia e della Myosotis. Proprio per sondare e facilitare la partecipazione del pubblico alla costruzione dell'immagine del Museo il sito della Myosotis è stato costruito volutamente *ad hoc* come sito-blog, in grado di far entrare il pubblico, e soprattutto un certo pubblico (De Biase, 2007) nel Museo anche attraverso il web, con continui aggiornamenti, commenti, richieste. Un vero e proprio strumento di partecipazione e costruzione alla vita del Museo e alla sua immagine esterna.

Con questi presupposti la nuova tendenza di lavoro richiede molto più impegno proprio perché si è scelto di presentare la scienza con tutta la sua dinamicità, innovazione, capacità di rinnovarsi, di cambiare attraverso balzi in avanti e passi indietro, rendendola fruibile per tutta la società anch'essa con interessi e tendenze continuamente in trasformazione.

## NUOVI OBIETTIVI E CONCLUSIONI

Il cambiamento di rotta dei musei scientifici, già in atto da alcuni anni, ha portato già entusiasmanti risul-

tati di medio corso che ora vengono visti però non come punti di arrivo ma come punti di partenza.

Sembrirebbe opportuno a nostro avviso una maggiore comunicazione proprio e anche su questi temi (indagini sui pubblici e non, strumenti innovativi di comunicazione, esperienze, studio di caso, ecc), già esistente ma ancora da intensificare, mettere in rete, non solo a livello regionale o provinciale ma a livello nazionale e internazionale, i risultati delle differenti strutture museali. In un paese come l'Italia in cui il turismo e le strutture museali sono parte fondamentale dell'economia nazionale non è concepibile che ci sia ancora a nostro avviso poca considerazione delle scelte museali internazionali (Bollo, 2008) come ad esempio nelle aspettative che hanno i turisti non italiani e non dai nostri musei (Nardi, 2008).

Dalle prime analisi di tali scelte perciò la risposta dei pubblici prima poco rappresentati comincia a crescere e gli obiettivi a breve termine sembrano essere in parte stati raggiunti... il Museo è di tutti o quasi.

All'orizzonte già compaiono, oltre all'analisi finale dei dati raccolti in questo periodo, nuovi obiettivi, ma sembra necessario definire e concordare insieme a tutto il personale del Museo, dalla ricerca alla comunicazione, dall'amministrazione alla didattica, gli obiettivi a lungo termine... quelli che renderanno il museo rappresentazione di una società che cambia e anzi lo renderanno promotore di tale cambiamento mantenendo il suo ruolo istituzionale e autorevolmente scientifico, ma fatto da tutti e per tutti.

Un Museo aperto, senza pareti, che comunica anche con chi è lontano dal Museo, un Museo che si muove, che viaggia, che conosce altre realtà.

## BIBLIOGRAFIA

- BOLLO A. (Ed.), 2008. *I pubblici dei musei. Conoscenza e politiche*, Franco Angeli, Milano.
- DE BIASE L., 2007. *Pubblico Attivo. Gli utenti trasformano i media, ne nascono nuovi modelli di business*. Nova 24 Review n. 4. Ed. Il Sole 24 ore, Bologna.
- DE BIASE F., 2008. *L'arte dello spettatore, il pubblico della cultura tra bisogni, consumi e tendenze*. Estratto da *La centralità dello spettatore*, Franco Angeli, Milano.
- FALCHETTI E., 2007. *Costruire il pensiero scientifico in museo*. *Museologia Scientifica. Memorie*, 1: 1-255.
- GARCÍA J. E., 2004. *Educación ambiental, constructivismo y complejidad*. *Fundamentos* n.20, colección investigación y enseñanza. Diada Editora, Madrid.
- NARDI E., 2008. *Musei e pubblico. Un rapporto educativo*. FrancoAngeli, Milano.
- REALE E., 2002 *I musei scientifici in Italia*. Franco Angeli, Milano.