

Comunicare il Museo di Storia Naturale dell'Università degli Studi di Firenze

Alba Scarpellini

Ufficio Comunicazione, Sviluppo, Organizzazione eventi, Museo di Storia Naturale dell'Università degli Studi di Firenze, via Giorgio La Pira, 4. I-50121 Firenze. E-mail: alba.scarpellini@unifi.it

RIASSUNTO

Dal 2005 il Museo di Storia Naturale dell'Università degli Studi di Firenze (MSN) ha messo in campo nuove strategie di comunicazione. Fondamentale è stata la scelta di un orario, di un biglietto unico e la realizzazione di molteplici iniziative che permettono di coinvolgere pubblici diversi. Sono iniziate collaborazioni con un importante marchio della grande distribuzione, con soggetti pubblici, aziende partecipate e fondazioni bancarie. Si è sviluppata una rete di collaborazioni interne all'Ateneo fiorentino che permette l'abbattimento di costi per la produzione e la diffusione dei materiali promozionali. La scarsità di risorse economiche e l'impossibilità per la nostra amministrazione di impegnare capitoli di spesa che riguardino la pubblicità sono purtroppo una costante. I risultati sono stati comunque soddisfacenti, perché in 4 anni il MSN ha quadruplicato il numero dei visitatori, molti dei quali seguono e partecipano assiduamente alle iniziative proposte.

Parole chiave:

Museo di Storia Naturale dell'Università di Firenze MSN, comunicazione, iniziative.

ABSTRACT

Communicating the Museum of Natural History, University of Florence.

The Museum of Natural History of the University of Florence was founded in 1775. It is a center for research, study, and the dissemination of science and knowledge, which in its two centuries of life has alternately enlivened the life of the city and enlightened the academic community. Until 2004, visitors to the Museum were mostly school groups and university students. Since 2005 the Museum has sought ways to raise public awareness of its activities and engage new audiences. This initiative has been undertaken with the cooperation of a leading chain of shopping malls, public institutions, associated companies, and banking foundations. The Museum takes great satisfaction in the fact that many visitors have become loyal patrons, who play an active part in the planning of activities offer to families.

Key words:

Natural History Museum of Florence University, communication, events.

MODALITÀ E INIZIATIVE PROMOSSE PER COMUNICARE IL MUSEO DI STORIA NATURALE DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FIRENZE (MSN)

Il MSN (fig. 1), nel corso degli ultimi cinque anni, si è reso protagonista di una trasformazione continua. L'impulso dato dai nuovi organi di gestione del Museo ha permesso di affiancare alle attività di conservazione e restauro, anche quelle di valorizzazione e promozione delle collezioni e della cultura scientifica attraverso una crescente apertura verso l'esterno, con la volontà di rendere il proprio patrimonio storico-scientifico fruibile ad un pubblico sempre più ampio (fig. 2).

STRUMENTI

Gli organi di governo dell'Università di Firenze alla fine del 2004 hanno emanato un nuovo regolamento che ha permesso al MSN di acquisire un nuovo assetto politico e gestionale. Il Museo ha redatto una Carta dei Servizi, accogliendo i criteri tecnico-scientifici e gli standard per i musei approvati con D.M. del 10 maggio 2001 e le linee di azione indicate dalla Regione Toscana nel maggio 2004.

L'orario di apertura del MSN è di 28 ore settimanali, e rispetto alla gestione precedente, ha adottato un orario e un biglietto d'ingresso unificato per tutte le sezioni.

Tra le prime azioni intraprese per aumentare la visibilità del MSN c'è stata la realizzazione di un nuovo logo e un impianto grafico che rendesse l'idea della ricchezza delle collezioni in esso contenute.



Fig. 1. Logo del Museo di Storia Naturale.

Successivamente il MSN ha pianificato una campagna promozionale affidando ad una agenzia specializzata la distribuzione di decine di migliaia di depliant pieghevoli sul territorio di Firenze e provincia (uffici del turismo, alberghi, librerie, biblioteche, circoli culturali, mezzi pubblici e altro), e migliaia di locandine esposte nei locali pubblici, nei plessi scolastici e in tutte le strutture dell'Ateneo fiorentino.

In questi anni la presenza sulla carta stampata è aumentata di molto, le tv e radio locali si sono rese sempre disponibili ad accogliere e diffondere le informazioni sulle molteplici iniziative promosse. Un importante mezzo di comunicazione è la newsletter di ateneo che mensilmente ospita una corposa rubrica con informazioni, foto e link utili dedicata alle attività del MSN. La newsletter viene inviata a tutti i dipendenti dell'Università fiorentina ed è pubblicata sul sito www.unifi.it. Ogni anno viene prodotto un numero speciale con la raccolta delle attività e delle pubblicazioni del MSN.

Uno strumento che si rivela sempre efficace è la mailing list nella quale si trovano anche gli indirizzi di migliaia di insegnanti che aderiscono alla Edumusei card promossa dalla Regione Toscana. Con la mailing list vengono inviate le comunicazioni delle attività

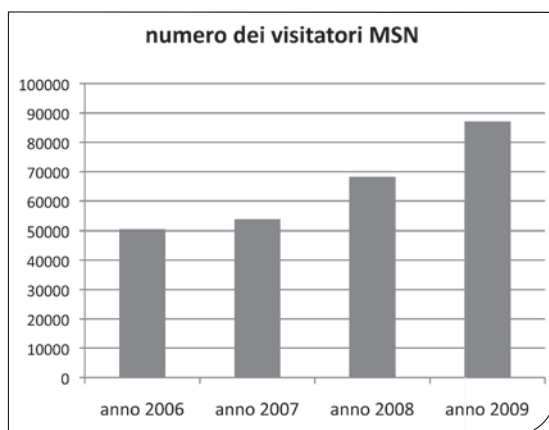


Fig. 2. Grafico del numero di visitatori entrati al Museo negli anni dal 2006 al 2009.

rivolte al pubblico: mostre, laboratori, giochi, animazioni, visite guidate, cicli di conferenze ecc.

Ogni anno viene prodotta una brochure che contiene la descrizione della attività didattiche e divulgative rivolte agli insegnanti delle scuole di ogni ordine e grado (fig. 3). La brochure è pubblicata in forma cartacea ed è scaricabile anche sul sito del Museo. Il risultato che abbiamo ottenuto è assai soddisfacente, il numero delle classi scolastiche che si prenotano ai laboratori ha visto un considerevole incremento (fig. 4).

COLLABORAZIONI TRA I MUSEI SCIENTIFICI FIORENTINI PER OTTENERE IL SOSTEGNO DEGLI ENTI LOCALI E DELLE FONDAZIONI BANCARIE

Firenze è famosa nel mondo per le collezioni di arte che si trovano negli Uffizi, all'Accademia, in Palazzo Pitti e in altre sedi prestigiose. Molto meno conosciuti ai più sono invece i musei scientifici fiorentini che ospitano straordinarie raccolte. Il MSN insieme agli altri musei della città ha elaborato una strategia da sottoporre agli enti e alle fondazioni bancarie che permette di reperire le risorse economiche per la promozione di percorsi di visita integrati e per la realizzazione di guide o cataloghi.

La Provincia di Firenze con l'Azienda di Promozione Turistica ha prodotto una guida dal titolo "Musei scientifici a Firenze". È stampata in un formato tascabile con testo in italiano e inglese e contiene molte notizie e curiosità dei musei fiorentini. È distribuita negli uffici informazione dell'Apt e nelle sedi dei musei. Oltre alla guida è stata prodotta una mappa, che viene distribuita gratuitamente, con notizie essenziali sulle diverse istituzioni scientifiche.

Con il Comune di Firenze si è promossa l'iniziativa "Apriti Scienza" durante la quale, per un fine settimana al mese, si sono programmate visite gratuite rivolte in particolare ai nuclei familiari.

Con il sostegno della Regione Toscana e del Comune di Firenze ha preso vita l'iniziativa "MuseoBus". Due autobus colorati sono messi a disposizione delle scuole per visitare cinque musei fiorentini. Il trasporto è gratuito sia per le scuole che per i cittadini che usufruiscono del "MuseoBus" nel periodo delle festività invernali, di quelle primaverili e durante alcune speciali iniziative proposte per l'estate.

Nel 2009 il MSN ed altri musei scientifici sono stati protagonisti delle celebrazioni galileiane e della manifestazione "FirenzeScienza" promosse da Regione Toscana e dall'Ente Cassa di Risparmio di Firenze. Sono stati riaperti al pubblico la Tribuna di Galileo, l'antico osservatorio o Torrino della Specola, con la celebre Sala delle Cicogne, ed è stata completamente rinnovata la sezione di Mineralogia e Litologia.



Fig. 3. Copertina brochure attività didattica-divulgative.

IL MUSEO NON È SOLO COLLEZIONI

Le cosiddette attività collaterali costituiscono uno degli elementi più significativi dell'attività del MSN, spesso importanti quanto l'attività espositiva, aiutano nella maggior parte dei casi, a spiegare e divulgare le informazioni sulle sue collezioni. Queste manifestazioni permettono ai membri della collettività di conoscere il MSN, di riconoscerlo come luogo sociale e di diventare suoi fruitori assidui.

Il MSN offre un ricco programma di concerti di musica classica eseguiti da giovani artisti fiorentini, presentazioni di libri e cicli di conferenze (Naturalia e Mirabilia, Antropologi per un giorno). Si creano poi eventi, come ad esempio l'iniziativa: Gold Rush, ovvero come cercare l'oro al museo realizzata con la collaborazione di più soggetti (MSN, Unicoop Firenze e l'Associazione degli artigiani fiorentini). Durante l'estate, nel giardino della Specola sono state appositamente allestite delle vasche che contenevano acqua e sabbia aurifera. I partecipanti, come veri e propri cercatori d'oro, fanno l'esperienza del ritrovamento di pagliuzze e piccole scaglie d'oro nativo e pirite. Sotto la guida del personale del Museo, il materiale trovato è analizzato e studiato al microscopio. Al termine del percorso, i "cercatori" si portano a casa quanto riescono a trovare durante il setacciamento (fig. 5). Unicoop Firenze si è fatta carico di stampare, distribuire le locandine dell'iniziativa e organizzare le prenotazioni. Gli artigiani orafi hanno allestito alla Specola la mostra "Oro - un dono della Terra per l'arte dell'Uomo", che è durata per tutto il periodo della manifestazione. Per l'occasione è stato stampato un piccolo volume dal titolo "Oro".

Altri importanti momenti di aggregazione e di divulgazione sono le escursioni sul territorio nelle quali i partecipanti sono accompagnati dai conservatori di

botanica e di geologia e paleontologia in luoghi di grande importanza storico/naturalistica della nostra regione (Parco di San Rossore, foreste casentinesi, e nei luoghi descritti da Stenone e Giovanni Targioni Tozzetti).

Da ricordare l'iniziativa "Familiarizzare il Museo" che nei weekend e nei giorni di festa propone per grandi e piccini laboratori, giochi, animazioni e visite guidate per conoscere e capire il mondo della Natura, giocando e sperimentando attraverso le collezioni del Museo.

UNA PROFICUA COLLABORAZIONE

La collaborazione con un importante marchio della grande distribuzione ha dato uno straordinario impulso alla diffusione dell'immagine del Museo e alla divulgazione di argomenti naturalistici. La capacità del MSN di porsi in relazione con il territorio si è concretizzata in diverse campagne di sensibilizzazione su alcune specie rare di piante e di animali a rischio di estinzione. È stato prodotto e distribuito in tutta la catena di iper e supermercati Coop il libro "Viaggio nei tre regni" scritto da un esperto di comunicazione sociale, che è andato alla ricerca di storie, aneddoti, curiosità riguardanti alcuni dei pezzi più importanti custoditi nelle collezioni del MSN. Abbiamo poi messo a punto il progetto "Bat Box: un pipistrello per amico", che è nato per favorire la conservazione dei chiroterteri. I ricercatori del Museo hanno progettato e studiato piccole cassette di legno necessarie ad attrarre i pipistrelli che vivono negli ambienti urbanizzati dove non ci sono, per loro, ripari naturali. Oltre alla salvaguardia di questo gruppo animale, i pipistrelli contribuiscono in modo "naturale" alla lotta agli insetti soprattutto zanzare. Unicoop si è fatta carico della produzione e della vendita (sono circa 7.000 le batbox vendute in tre anni) nel suo circuito nazionale e una parte del ricavato viene destinata a coprire l'importo di un assegno per un/una giovane ricercatore/trice.

Grazie a questo consolidato rapporto ci è stato richiesto di realizzare alcuni laboratori didattici nei più importanti centri commerciali Coop in Toscana. Si tratta di un formidabile veicolo di comunicazione e un modo per far conoscere il Museo. Il progetto si articola in due momenti: un fine settimana al mese viene allestito un apposito spazio in un centro commerciale dove si svolgono laboratori gratuiti su temi paleontologici (Arriva il Mammuto) o mineralogici (Gold Rush). Ai bambini che partecipano viene regalato un biglietto d'ingresso che gli permetterà di visitare, con comodo, il Museo insieme alla sua famiglia.

BOOKSHOP E UNIVERSITY STORE

I "negozi" allestiti presso le sezioni del MSN, mettono in vendita oggetti spesso realizzati appositamente per il Museo da artigiani locali e sono un buon veicolo per

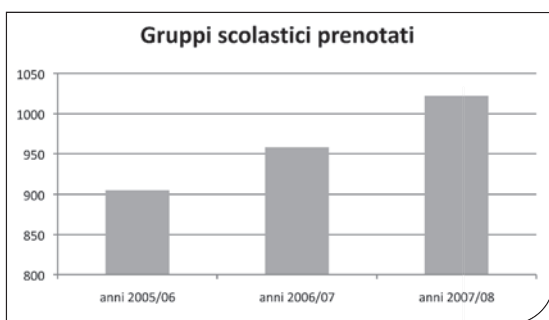


Fig. 4. Grafico del numero di classi scolastiche che hanno usufruito dei Servizi didattico-divulgativi per gli anni dal 2006 al 2009.

comunicarne l'immagine, oltre ad rappresentare una buona fonte di guadagno. Gli ottimi risultati raggiunti hanno convinto l'Ateneo fiorentino ad affidare al Museo l'ideazione e la gestione del University Store dell'Università di Firenze (fig. 6).

IL MUSEO... NELLA RETE

Il MSN ha fortemente creduto nel cambiamento rappresentato da internet, infatti è stato uno dei primi musei italiani ad avere un proprio sito web fin dal 1995. Negli scorsi anni anche noi abbiamo avuto alcune perplessità e ci siamo posti la domanda se internet avrebbe limitato le visite reali in favore di quelle virtuali.

Col tempo abbiamo verificato quanto fosse infondata l'ipotesi che la riproduzione online dei contenuti museali potesse far diminuire i visitatori del Museo. Il sito web può essere consultato per preparare la visita al museo oppure dopo aver effettuato la visita con lo scopo di approfondire la propria conoscenza sulle collezioni, ma niente può sostituire l'esperienza emozionale di una visita nelle diverse sezioni del Museo, neanche le più sofisticate visite virtuali in 3D. Le opportunità che la Rete offre per la produzione ma anche per la condivisione dei contenuti, ci permette di evidenziare quelle che sono le funzioni essenziali di una importante istituzione culturale: trasmettere cultura, incoraggiare il dibattito culturale e favorire l'utente ad interagire con il museo.

PASSATO PROSSIMO, PRESENTE E UN FUTURO WEB2.0

Nel giugno del 2005 è andato sulla rete il sito del Museo completamente rinnovato www.msn.unifi.it che in quattro anni ha registrato oltre cinque milioni di pagine visitate.

Da quest'anno si trova sul web anche un nuovo sito dedicato alla didattica e alla divulgazione scientifica. Su www.musesplorando.it ci sono i percorsi informativi, i giochi, i video, le schede di approfondimento e il materiale didattico pensati per i ragazzi, gli insegnanti e i gruppi organizzati.



Fig. 5. Gold Rush alla Specola.

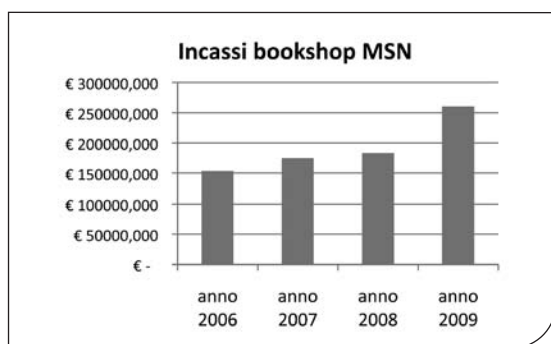


Fig. 6. Grafico degli introiti dei bookshop del Museo per gli anni dal 2006 al 2009.

Qualche tempo fa il MSN è entrato nel web2.0 con la creazione del proprio profilo su Wikipedia [http://it.wikipedia.org/wiki/Museo_di_storia_naturale_\(Firenze\)](http://it.wikipedia.org/wiki/Museo_di_storia_naturale_(Firenze)). È stata una scelta che ha permesso da subito di fruire di numerosi vantaggi, uno dei quali è dato dalla maggiore visibilità sui motori di ricerca. Con la mostra "Rinascimento Virtuale: L'Arte in Second Life e nei Virtual Worlds" il MSN è stato il primo museo universitario ad entrare nel mondo virtuale di Second Life. Lo scopo della mostra era portare nel "mondo reale" quello che era altrimenti fruibile solo in virtuale/digitale, facendo emergere gli esempi più significativi dell'arte in Second Life. Realizzato in collaborazione con la Fondazione Sistema Toscana, l'allestimento di Rinascimento Virtuale, realizzato presso la sezione di Antropologia e Etnografia, ha reso evidente il contrasto culturale tra l'etnografia, l'antropologia, le testimonianze creative dei primordi, e le avanguardie artistiche contemporanee che nascono e vivono solo nei mondi virtuali e nei social media. Su Youtube (www.youtube.com/user/museostorianaturale1) stiamo caricando numerosi video, molti dei quali hanno per soggetto la campagna "Un pipistrello per amico" e che sono visti da migliaia di visitatori. Recentemente abbiamo aderito alla campagna di promozione turistico-culturale "Voglio vivere così" promossa dalla Regione Toscana, che ha investito molto sui social network. La strategia di comunicazione ideata e realizzata da Fondazione Sistema Toscana, punta a far percepire, con modalità fortemente emozionali e personali, le numerose ricchezze culturali e artistiche che caratterizzano il nostro territorio. La campagna prevede anche l'ideazione di concorsi on line che valorizzano eventi e luoghi meno frequentati dal grande pubblico. Tra i numerosi premi in palio, i vincitori

riceveranno, l'accesso gratuito nei più importanti musei toscani tra i quali il MSN.

Su Flickr (www.flickr.com/photos/museostorianaturalefirenze/) si trovano centinaia di foto del MSN e stanno aumentando, giorno dopo giorno, i nostri sostenitori sulla fanpage di Facebook (www.facebook.com/home.php?#!/museostorianaturalefirenze).

Crediamo fortemente che il potenziamento della Rete, il web2.0 e tutto quello che rapidamente arriva sui nostri computer, ci permetteranno di documentare e valorizzare sempre più il MSN. Sono strumenti che ci proiettano verso il futuro perché il rinnovamento non può che passare attraverso l'interazione e la partecipazione attiva delle persone e l'ascolto delle nuove idee. Uno scambio continuo che vada a generare nuovi stimoli e a favorire una nuova progettualità. Nella convinzione che per uno sviluppo globale della conoscenza e della memoria è sempre più necessario partecipare, confrontarsi, dibattere e produrre contenuti.

"La storia dell'evoluzione insegna che l'universo non ha mai smesso di essere creativo o inventivo (K. Popper)".

BIBLIOGRAFIA

BARBAGLI F., PRATESI G., 2009. *Museo di Storia Naturale dell'Università degli Studi di Firenze Guida alla visita delle Sezioni*. Polistampa, Firenze, 328 pp.

BARSANTI G., CHELAZZI G., 2009. *Le collezioni della Specola: zoologia e cere anatomiche*. Firenze University Press, 312 pp.

CIPRIANI C., SCARPELLINI A., 2007. *Un contributo alla mineralogia settecentesca. La collezione di Giovanni Targioni Tozzetti*. Olschki, Firenze, 202 pp.

RAFFAELLI M., 2009. *Il Museo di Storia Naturale dell'Università di Firenze - Le collezioni botaniche*. Firenze University Press, 352 pp.

SILEI F., 2007. *Viaggio nei tre regni + 1. Esemplari e reperti dal regno vegetale, minerale, animale e da antiche civiltà. Guida al Museo di storia naturale*. Masso delle Fate, Firenze, 72 pp.

Siti web (accessed 10.11.2009)

<http://www.msn.unifi.it>

<http://www.musesplorando.it>

[http://it.wikipedia.org/wiki/Museo_di_storia_naturale_\(Firenze\)](http://it.wikipedia.org/wiki/Museo_di_storia_naturale_(Firenze))

<http://www.youtube.com/museostorianaturale1>

<http://www.flickr.com/photos/museostorianaturalefirenze/>

<http://www.facebook.com/museostorianaturalefirenze>