

I pannelli nei musei. Il punto di vista dei ragazzi

Anna Maria Miglietta

Museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan", DiTeBA, Università del Salento, Via Vespucci, 13/17.
I-73010 Porto Cesareo (Lecce). E-mail: anna.miglietta@unisalento.it

Rosaria Pace

Istituto Superiore Universitario di Formazione Interdisciplinare, Università del Salento, Lecce. E-mail: pace.rosaria@gmail.com

Ferdinando Boero

Dipartimento di Scienze e Tecnologie biologiche ed ambientali (DiTeBA), Università del Salento,
Via Provinciale Lecce-Monteroni. I-73100 Lecce. E-mail: boero@unisalento.it

RIASSUNTO

I pannelli esplicativi sono il supporto principale per le esposizioni museali, sono ubiquitari anche perché sono poco costosi e stabiliscono un canale preferenziale di comunicazione tra il museo ed il visitatore. Questo studio indaga sulla percezione estetica che il pubblico giovanile ha dei pannelli esposti in un museo di biologia marina. 1898 studenti della scuola media inferiore e superiore della provincia di Lecce (Italia) hanno collaborato allo studio definendo quali sono, dal loro punto di vista, le caratteristiche di un buon pannello esplicativo.

Parole chiave:

pannelli, comunicazione, estetica.

ABSTRACT

Panels in museums. Youth' point of view.

Explanatory panels are the main support for museum exhibits. They are ubiquitous, also because inexpensive, and set up a preferential channel for museum-visitor communication. This study investigates aesthetic perception of explanatory panels showed in a marine biology museum. It has been asked the opinion for 1898 students of middle school and secondary school in the province of Lecce (Italy) about two explanatory panels with the same content but different graphical aspect. The judgments of the boys and girls have helped to comprise their point of view about the peculiarities of a good explanatory panel.

Key words:

panels, communication, aesthetic.

INTRODUZIONE

Oggi il visitatore ha acquisito un ruolo centrale nella comunicazione museale perché il museo moderno ha rinunciato ai vecchi atteggiamenti autoreferenziali ed ha scelto di studiare, progettare e realizzare insieme al suo pubblico. Da ciò l'importanza, per coloro che oggi sono preposti alla progettazione ed all'organizzazione delle esposizioni museali, di comprendere la modalità con cui tutto ciò che è esposto viene percepito dal visitatore.

Il "processo traduttivo", necessario alla comprensione di quanto esposto in un museo, si concretizza nei numerosi tipi di allestimento che il conservatore ha a disposizione per "mettere in scena" i reperti che, secondo Crew & Sims (1991) e Drugman (2005), sono di per sé assolutamente muti. Nel museo moderno, a questo scopo, la tradizionale figura del conservatore, in alcuni fortunati casi, è affiancata da molti altri professionisti come scienziati, architetti,

grafici, comunicatori, pedagoghi, scenografi e linguisti, solo per citarne alcuni. Merzagora e Rodari (2007) definiscono il museo moderno, con particolare riferimento ai Science Centers, un mass media, una macchina comunicativa complessa costituita da tanti elementi che a loro volta sono dei media: elementi architettonici e di design, testi ed ipertesti, filmati, simulazioni.

Jacobi (1988) sostiene che i testi scritti, per aiutare il visitatore a comprendere ed interpretare ciò che vede, dovrebbero stimolare l'osservazione e lo sguardo; occorre quindi mettere in gioco una forza espressiva e comunicativa (Roschelle, 1995) per indurre il cambiamento (ampliamento o approfondimento di abilità, conoscenze, comprensioni, valori, emozioni, attitudini e riflessioni), segno dell'avvenuto apprendimento da parte del visitatore (Hooper-Greenhill, 2002).

La psicologia della percezione quindi può sicuramente aiutare a scegliere la strategia di presentazio-

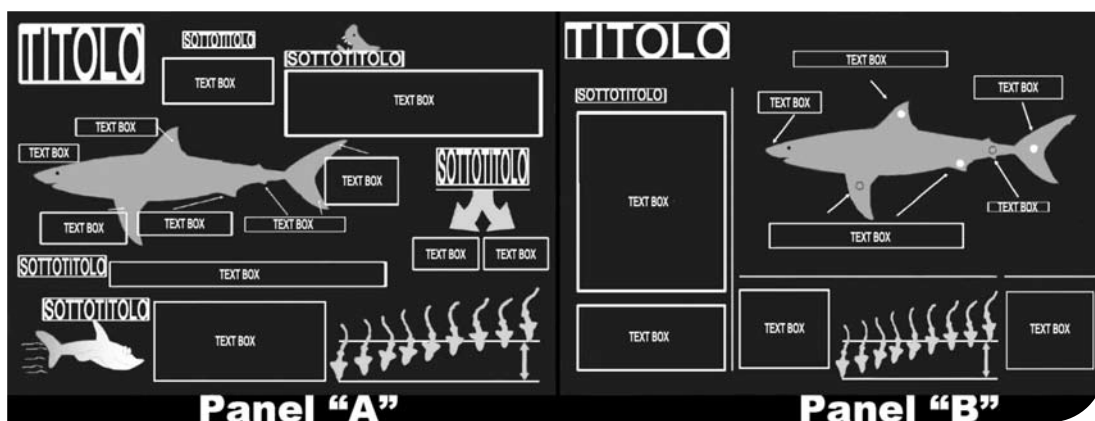


Fig. 1. I due pannelli proposti ai ragazzi. Il colore scuro dello sfondo corrisponde, nel pannello reale al blu, il bianco corrisponde al giallo ed il grigio chiaro all'azzurro.

ne più efficace dei reperti tenendo conto dei molteplici aspetti che condizionano la visita al museo: emozioni, stress, suggestione, stanchezza, apprendimento, memoria, creatività (Bartoli et al., 1996). Si basano su questi principi i musei della percezione, come ad esempio l'Exploratorium di San Francisco, in cui le esposizioni illustrano processi e fenomeni percettivi coinvolgendo il visitatore che partecipa attivamente e nell'atto di partecipare comprende il fenomeno stesso (Bartoli et al., 1996).

In tutti i musei scientifici comunque, il principale elemento di supporto alle esposizioni è il pannello esplicativo. I pannelli esplicativi nei musei sono ubiquitari, anche in considerazione della loro economicità e versatilità che ne consente un uso esteso ai diversi ambiti: danno infatti indicazioni logistiche (disposizione delle sale, dei piani, del percorso da seguire, dell'uscita...), indicazioni generali sul museo (edificio in cui si trova, storia...) o indicazioni tecniche (contenuti di una sala, storia e significati dei reperti...).

Il pannello è, però, una struttura complessa. Esso è costituito da un insieme armonico di testi, immagini, schemi, disegni e quant'altro sia ritenuto utile a corredo di un reperto o di un gruppo di reperti. Dall'interazione, dal bilanciamento, dall'armonizzazione dei suoi componenti dipende la sua fruizione da parte dell'osservatore. È difficile dare una definizione univoca di pannello e definirlo un insieme di immagini e testi appare oggi molto restrittivo. Si parla di scriptovisual in quanto l'aspetto grafico e il contenuto testuale non sono mai dissociabili (Merzagora & Rodari, 2007).

La sua struttura ha una importanza fondamentale: il visitatore dovrà poter individuare rapidamente l'informazione e il livello di approfondimento che gli interessa.

Spesso il pannello, oltre che da supporto testuale, fa anche da supporto fisico all'esposizione di modelli o reperti, in esso cioè si aprono box o finestre conte-

nenti i reperti di cui si parla nel testo. In questo caso esso diventa un tutt'uno con i reperti esposti. A volte il pannello diventa lo sfondo sul quale vengono sistemati alcuni reperti o la parete divisoria che separa le diverse sezioni di un allestimento.

In un lavoro precedente (Pace et al., 2008), un pannello scelto casualmente tra quelli presenti nella Sala dello Squalo elefante nel Museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan" è stato modificato, per migliorarne la leggibilità, secondo criteri teorici presenti in letteratura: layout (Iliprandi et al., 2004a, 2004b; Bistagnino & Vallino, 2001), bilanciamento (distribuzione equilibrata dei pesi ottici sulla superficie grafica), unità (coerenza degli elementi, sia a livello formale che stilistico), enfasi (l'esaltazione dell'elemento centrale del messaggio), proporzione (suddivisione dell'area destinata al messaggio, secondo un rapporto equilibrato tra testo ed elementi grafici, tra figura e sfondo), sequenzialità (chiarezza del percorso di lettura) (Appiano, 1998). Ne è risultata quindi l'esistenza di due pannelli (A e B), con gli stessi contenuti, espressi in maniera differente (fig. 1, tab. 1).

La comprensione dei testi scritti dei due pannelli è stata valutata in un altro studio (Miglietta et al., 2011).

Pannello A	Pannello B
più blocchi di testo	meno blocchi di testo
meno colori	più colori
presenza di ombre/sfondi	assenza di ombre/sfondi
titoli molto evidenziati	titoli meno evidenziati
gabbia grafica con molti assi	gabbia grafica con pochi assi
più parole	meno parole
più disegni	meno disegni
humor	no humor

Tab. 1. Caratteristiche distintive dei due pannelli proposti ai ragazzi.

Area	Giudizi
schematicità	ordinato, schematico, organizzato, strutturato
gradevolezza	bello, attraente, accattivante, carino, divertente, simpatico, comico, allegro, originale, particolare, interessante
completezza	complesso, elaborato, ricco, approfondito, dettagliato
chiarezza	chiaro, comprensibile, semplice
risalto/rilievo di testi e/o paragrafi	parole e titoli evidenziati e/o in grassetto, blocchi di testo, paragrafi
sinteticità	conciso, sintetico
aspetto grafico	immagini, disegni, colori, punti colorati, grafica in genere

Tab. 2. Le aree concettuali identificate in base ai commenti dei ragazzi.

LO SCOPO

Il presente lavoro si propone di comprendere come i visitatori del museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan" percepiscono e giudicano i pannelli esposti a corredo delle collezioni e vuole indagare sulla percezione estetica da parte di una categoria di pubblico: quella dei ragazzi in età scolare, che numerosi visitano il museo.

IL CAMPIONE

L'indagine è stata condotta su un totale di 1898 ragazzi dagli 11 ai 19 anni (857 sono maschi, 1029 femmine e 12 non indicano il genere), delle scuole medie inferiori e superiori della provincia di Lecce. Le scuole selezionate appartengono al bacino di utenza del Museo ed avevano pianificato di visitare il Museo durante l'anno scolastico. L'indagine è stata condotta in ampi locali capaci di contenere fino a tre classi per volta.

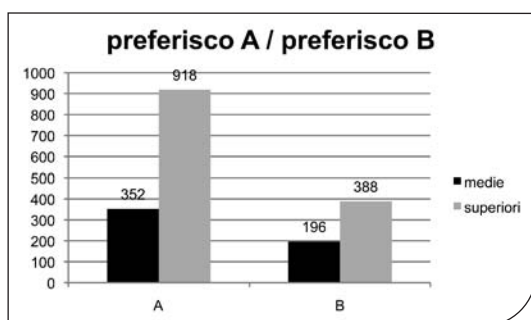


Fig. 2. Il numero di preferenze espresse dai ragazzi per il pannello A o per il pannello B.

IL METODO

Ciascun gruppo di ragazzi è stato invitato ad osservare entrambi i pannelli proiettati e ad esprimere un giudizio di preferenza esclusivamente da un punto di vista estetico. Successivamente alcuni di loro liberamente hanno motivato la scelta fatta aggiungendo giudizi, aggettivi, commenti sui due pannelli osservati.

I RISULTATI

Il 69% dei 1855 ragazzi che hanno risposto ha dichiarato di preferire il pannello A, contro il 31% che ha preferito il pannello B (fig. 2). Il divario fra le due scelte risulta più evidente nelle scuole superiori (70%A e 30%B) che nelle scuole medie (64%A e 36%B), dove comunque resta consistente. Molti dei ragazzi hanno motivato la loro scelta ed i loro giudizi sono stati raggruppati in AREE concettuali (tab. 2). Dal numero di giudizi dati in ciascuna delle aree si evince anche quali sono per i ragazzi le priorità che motivano le loro scelte (tab. 3).

Area	N. giudizi dati
schematicità	254
gradevolezza	190
completezza	130
chiarezza	205
risalto/rilievo di testi e/o paragrafi	157
sinteticità	98
aspetto grafico	208

Tab. 3. Il numero di giudizi dati dai ragazzi per ciascuna delle aree concettuali.

Il 71% dei commenti è stato dato dalle femmine ed il 29% dai maschi, in sintonia con diversi autori, fra cui Koran et al. (1986), Leuzzi (2004) e Nuzzaci (2004) che rilevano una maggiore attenzione delle femmine nell'osservazione di exhibit e più in generale nell'interesse per i musei. Le femmine apprezzano di più la sinteticità, la schematicità e la chiarezza, i maschi la completezza (fig. 3).

Analizziamo ora le 7 aree concettuali.

Il pannello A ed il pannello B vengono considerati entrambi "schematici" con i seguenti aggettivi: ordinato, schematico, organizzato, strutturato (fig. 4).

La grande maggioranza dei ragazzi considera gradevole il pannello A definendolo: bello, attraente, accattivante, carino, divertente, simpatico, comico, allegro, originale, particolare, interessante (fig. 5).

La grande maggioranza dei ragazzi considera completo il pannello A definendolo: complesso, elaborato, ricco, approfondito, dettagliato (fig. 6). I ragazzi che hanno definito i pannelli con aggettivi del tipo: chiaro, comprensibile, semplice, si sono divisi quasi equamente fra i due pannelli (fig. 7).

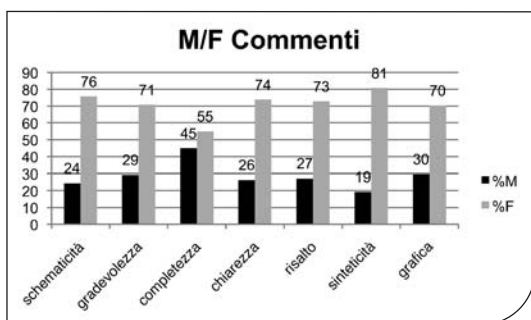


Fig. 3. Percentuale dei commenti dati nelle sette aree concettuali dai maschi e dalle femmine.

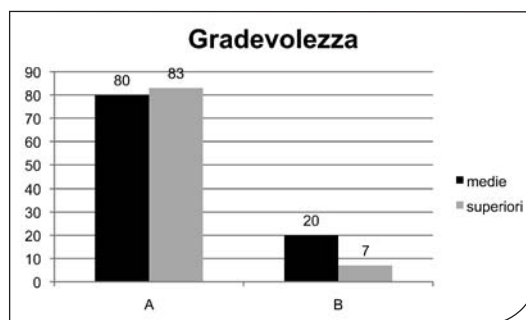


Fig. 5. Numero dei commenti relativi alla gradevolezza dei pannelli.

Giudizi come "parole e titoli evidenziati e/o in grassetto", "blocchi di testo", "paragrafi" sono stati assegnati per 2/3 al pannello A (fig. 8), mentre giudizi come "conciso, sintetico" sono stati assegnati per 2/3 al pannello B (fig. 9).

Molti ragazzi hanno fatto riferimento alla grafica dei pannelli riferendosi a "immagini, disegni, colori, punti colorati, grafica in genere", il 90% di essi si riferisce al pannello A (fig. 10).

Riflessioni e conclusioni

I pannelli esplicativi contribuiscono alla creazione di un canale preferenziale di comunicazione Museo-visitatore, un canale diretto e non mediato che può veicolare i contenuti più disparati, da quelli strettamente relativi alle collezioni a quelli etici, di cui spesso i musei scientifici si fanno portavoce.

Per la sua struttura complessa articolata in testi ed immagini, il pannello, oltre che essere "letto", si presta ad essere "percepito", proprio come fosse esso stesso un reperto esposto. Ne vengono percepite qualità strutturali come la forma delle immagini e la loro dimensione, qualità costitutive come il colore, qualità espressive che richiamano emozioni nell'osservatore, qualità formali come simmetria, regolarità e schematicità, relazioni fra elementi e contesto (Bartoli et al., 1996).

Per una uniformità di risultati e per una maggiore facilità di interpretazione, si sarebbe potuto imposta-

re un questionario rigido sul giudizio dei pannelli suggerendo ambiti lessicali o categorie estetiche su cui esprimersi, si è deciso al contrario di lasciare ampia libertà ai ragazzi nell'espressione della loro scelta e delle motivazioni addotte per spiegarla. In questo modo si è potuto valutare anche quali sono le caratteristiche prioritarie secondo il punto di vista dei ragazzi che hanno scelto e commentato l'uno o l'altro pannello (tab. 3).

Nel precedente lavoro (Miglietta et al., 2011), dove si è indagato l'aspetto della comprensione del testo, il pannello "B" è risultato più efficace del pannello "A". In questo studio, in cui si è indagato l'aspetto estetico, è emerso il contrario: piace di più il pannello "A". Sarebbe interessante trovare il modo di conciliare questi aspetti, entrambi molto importanti.

A prescindere dalla scelta del pannello A o del pannello B, il requisito ritenuto più importante nelle osservazioni dei ragazzi è stato la schematicità: ben 254 giudizi sono stati dati in quest'area. Seguono i requisiti relativi all'aspetto grafico (208 giudizi) ed alla chiarezza (205 giudizi).

La gradevolezza è stata citata 190 volte. Giudizi come "bello" e "attraente", che rientrano nell'area della gradevolezza, richiamano la bellezza. Quando si parla di musei, la bellezza ricompare sempre, afferma Balboni-Brizza (2006), aggiungendo che non si deve pensare alla bellezza confinata solo nei musei d'arte. Nei musei scientifici molti exhibit sono belli da guar-

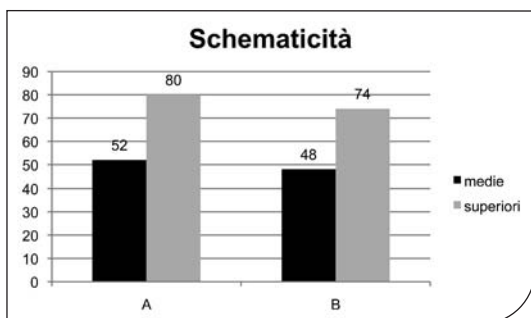


Fig. 4. Numero dei commenti relativi alla schematicità dei pannelli.

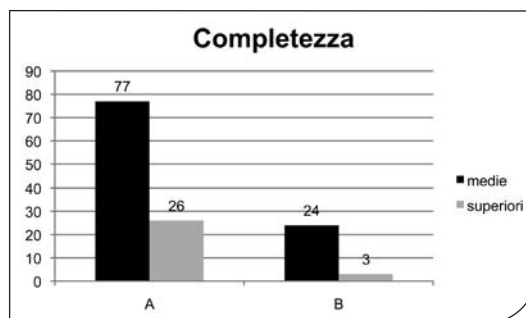


Fig. 6. Numero dei commenti relativi alla completezza dei pannelli.

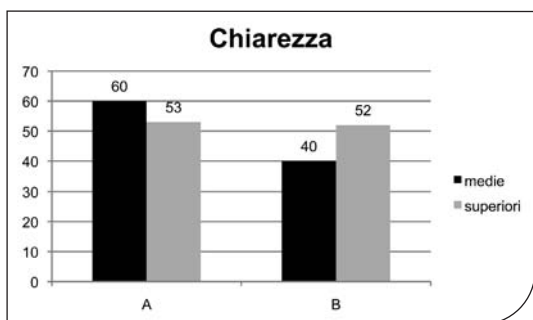


Fig. 7. Numero dei commenti relativi alla chiarezza dei pannelli.

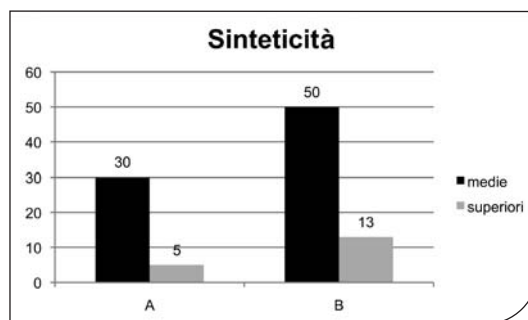


Fig. 9. Numero dei commenti relativi alla sinteticità dei pannelli.

dare e proprio per questo restano impressi nella mente del visitatore (Balboni-Brizza, 2006). A questo proposito, sarebbe auspicabile che i pannelli esplicativi fossero allestiti tenendo molto in conto l'aspetto estetico che il visitatore dimostra di apprezzare molto.

Alcuni giudizi, come "allegro", "simpatico", "divertente", sono stati probabilmente riferiti all'immagine dello squalotto che ride. Spesso la percezione di aspetti umoristici si origina da situazioni di paradossale, in cui l'immagine osservata contraddice le aspettative di chi la osserva. Di solito l'immagine in questione è identica ad un oggetto noto e se ne discosta solo per un aspetto (in questo caso il sorriso), generando in chi la osserva una sensazione di sorpresa. I pubblicitari conoscono bene questo fenomeno percettivo della contraddizione e lo usano per suscitare la curiosità attraverso la sensazione di meraviglia.

I ragazzi hanno fatto riferimento alla presenza di "parole e titoli evidenziati e/o in grassetto", "blocchi di testo" e "paragrafi" per motivare la loro scelta in 157 giudizi. Sulla scrittura dei testi nei musei sono stati già versati fiumi di inchiostro. Fairchild et al. (2007) hanno affermato che spesso i visitatori si limitano a leggere i soli titoli dei pannelli, di qui la necessità di evidenziarli il più possibile ad esempio con il grassetto. Molti autori hanno scritto sui blocchi di testo, considerandoli un ottimo ausilio per rompere la monotonia di un testo lungo e facilitare

quindi la lettura favorendo la memoria a breve termine (Bitgood & Patterson, 1993; Kelly, 2000; Fairchild et al., 2007).

Serrel (1996) fa un'analisi più profonda sui blocchi di testo consigliando di distanziarli tra loro, evidenziare titoli e sottotitoli, non usare blocchi di dimensioni uguali perché danno alla vista un'idea di monotonia. Altri autori si riferiscono al contrasto del testo scritto rispetto allo sfondo (Wolf & Smith, 1993; Serrel, 1996; Aber, 2000; Bitgood, 2002; Fairchild et al., 2007).

Il giudizio di completezza è stato citato 130 volte, e quello relativo alla sinteticità 98.

Una riflessione a parte merita l'aspetto motivazionale relativo all'esperienza fatta dai ragazzi. Per le classi che si presentano al museo senza alcuna preparazione specifica in relazione a cosa vedranno diminuisce di molto la potenzialità dell'esperienza museale. Gli studenti che fanno un lavoro di preparazione alla visita museale imparano di più dall'esperienza (Griffin, 1994; Roschelle, 1995; Hein & Alexander, 1998). Ai ragazzi che hanno partecipato al lavoro è stato spiegato il fine dell'indagine e l'importanza che ha per il museologo il giudizio del visitatore. Per questo si sono sentiti nei panni di giudici ed hanno acquisito un atteggiamento critico e più consapevole nei confronti degli allestimenti museali. Nel corso della visita al museo (successiva al lavoro svolto a scuola) hanno dimostrato una maggiore partecipa-

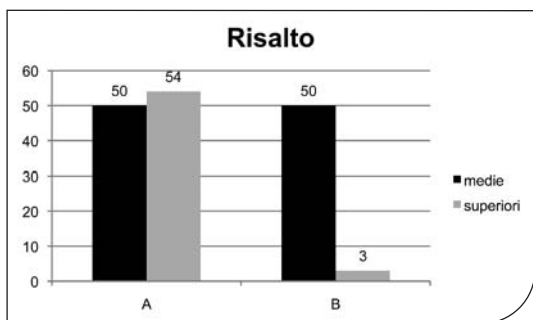


Fig. 8. Numero dei commenti relativi al risalto/rilievo di testi e/o paragrafi nei pannelli.

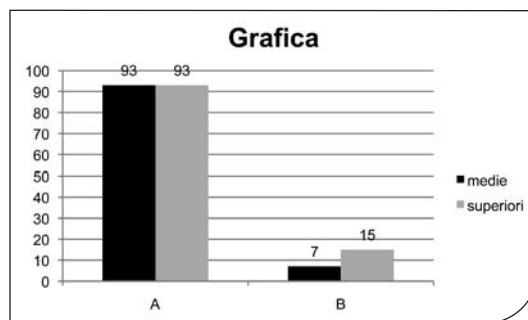


Fig. 10. Numero dei commenti relativi alla grafica dei pannelli.

zione e un notevole interesse per le collezioni e per le strategie di allestimento.

Il presente studio ha evidenziato quali sono, secondo i ragazzi, le caratteristiche che un pannello esplicativo dovrebbe avere: schematicità, presenza di numerosi disegni, di aspetti umoristici, di stratagemmi per il risalto dei testi, molti blocchi di testo e meno parole.

BIBLIOGRAFIA

APPIANO A., 1998. *Manuale di immagine: intelligenza percettiva, creatività, progetto*. Meltemi, Roma, 230 pp.

ABER H., 2000. *Guidelines for universal design of exhibits*. Smithsonian Institution. <http://accessible.si.edu/gfude.htm> (accessed 4.1.2012).

BALBONI BRIZZA M.T., 2006. *Immaginare il museo. Riflessioni sulla didattica e il pubblico*. Jaca Book, Milano, 240 pp.

BARTOLI G., GIANNINI A.M., BONAIUTO P., 1996. *Funzioni della percezione nell'ambito del museo*. La Nuova Italia, Milano, 124 pp.

BISTAGNINO E., VALLINO S., 2001. *Impaginazione e composizione. Temi grafici*. Lupetti, Milano, 140 pp.

BITGOOD S., 2002. *Environmental psychology in museums, zoos, and other exhibition centers*. In: *Handbook of Environmental Psychology*. John Wiley & Sons, New Jersey, pp. 461-480.

BITGOOD S., PATTERSON D., 1993. The effect of gallery changes on visitor behavior. *Environment and behavior*, 25(6): 761-781.

CREW S.R., SIMS J.E., 1991. *Situare l'autenticità: frammenti di un dialogo*. In: Karp I., Lavine S.D. (eds.), *Culture in mostra. Poetiche e politiche dell'allestimento museale*. Clueb, Bologna, pp. 75-97.

DRUGMAN F., 2005. *Imparare dalle cose*. In: Riccini R. (ed.), *Imparare dalle cose. La cultura materiale nei musei*. Clueb, Bologna, pp. 11-20.

FAIRCHILD A., CHARLEBOIS C., FREED T., 2007. *Xi'an. A study of an exhibition*. In: Nardi E. (ed.), *Pensare, valutare, ri-pensare. La mediazione culturale nei musei*. Franco Angeli, Milano, pp. 187-199.

GRIFFIN J., 1994. Learning to Learn in Informal Science Setting. *Research in science education*, 24: 1-8.

HEIN G.E., ALEXANDER M., 1998. *Museums places of learning*. American Association of Museums, Washington, 56 pp.

HOOPER-GREENHILL E., 2002. *Learning Impact Research Project*. Council of Museums, Archive and Libraries, 46 pp. Electronic copies available from: Resource website www.resource.gov.uk (accessed 4.1.2012).

ILIPRANDI G., LORENZI G., PAVESI J., 2004a. *Dal carattere alla composizione. Grammatica del comunicare n. 1*. Lupetti, Milano, 160 pp.

ILIPRANDI G., LORENZI G., PAVESI J., 2004b. *Dalla lettera al lettering. Grammatica del comunicare n. 2*. Lupetti, Milano, 158 pp.

JACOBI D., 1998. *Communiquer par l'écrit dans les musées*. In: Schiele B., Koster E.H. (eds.) *La révolution de la muséologie des sciences*. Édition Multimonde et Presse Universitaire de Lyon, Lyon, pp. 268-293.

KELLY L., 2000. *Writing text and Labels: a review of the literature*. <http://australianmuseum.net.au/Writing-Text-and-Labels> (accessed 4.1.2012).

KORAN J.J., KORAN M.L., LONGINO S.J., 1986. The relationship of age, sex, attention, and holding power with two types of science exhibits. *Curator*, 29(3): 227-235.

LEUZZI M.C., 2004. *Le donne e l'interesse museale: memoria storica e rappresentazione di sé*. In: Nardi E. (ed.), 2004. *Musei e pubblico. Un rapporto educativo*. Franco Angeli, Milano, pp. 67-79.

MERZAGORA M., RODARI P., 2007. *La scienza in mostra. Musei, science centre e comunicazione*. Bruno Mondadori, Genova, 194 pp.

MIGLIETTA A.M., PACE R., BOERO F., 2011. Evaluating student's comprehension of messages on panels. *Visitor studies*, 14(2): 209-218.

NUZZACI A., 2004. *Esposizioni temporanee e collezioni permanenti. Un'analisi comparata dei pubblici per migliorarne la qualità della proposta didattica*. In: Nardi E. (ed.), *Musei e pubblico. Un rapporto educativo*. Franco Angeli, Milano, pp. 35-60.

PACE R., MIGLIETTA A.M., BOERO F., 2008. *Comunicare nel museo: i pannelli esplicativi come strumento di mediazione culturale*. *Museologia scientifica*, 2(1-2): 118-126.

ROSCHELLE J., 1995. *Learning in interactive environments: Prior knowledge and new experience*. In: Falk J.H., Dierking L.D., *Public institutions for personal learning: establishing a research agenda*. Washington, DC, American Association of Museums, pp. 37-51.

SERREL B., 1996. *Exhibit labels. An interpretative approach*. AltaMira Press, Walnut Creek, 261 pp.

WOLF L.F., SMITH J.K., 1993. What makes museum labels legible? *Curator*, 36/2: 95-110.