

"Perché visito i musei scientifici". Risultati preliminari di un'inchiesta sui pubblici del Museo Civico di Zoologia di Roma

Elisabetta Falchetti

Museo Civico di Zoologia, Via Ulisse Aldrovandi, 18. I-00197 Roma. E-mail elisabettamaria.falchetti@comune.roma.it

RIASSUNTO

La conoscenza dei visitatori e delle loro esigenze culturali rappresenta una priorità nei musei, per migliorare il dialogo e le forme di comunicazione, fidelizzare ed aumentare i pubblici e rinforzare immagine/credibilità delle istituzioni. Per questi motivi il Museo di Zoologia ha intrapreso un'indagine sui visitatori che ha fornito una prima immagine del profilo socio-demografico, delle aspettative, scopi di visita, impressioni, gradimento ed interessi del pubblico e della percezione dell'effetto della visita. I risultati evidenziano gli obiettivi educativi delle visite e indicano che raramente il visitatore esce dal Museo senza una soddisfazione culturale, una stimolazione degli interessi o l'impressione di aver appreso qualcosa. L'inchiesta ha fornito utili indicazioni di carattere gestionale.

Parole chiave:

studi sui visitatori, coinvolgimento dei visitatori, impatto culturale della visita, programmazione museale.

ABSTRACT

"The reasons why I visit scientific museums". Preliminary results of a study on the publics of the Zoological Museum of Rome.

Knowing museum visitors and their cultural habits is fundamental, in order to improve the dialogue and communication with citizens and reinforce confidence in this Institution and in science. For these reasons the Zoological Museum of Rome carried on a study on its visitors, by means of a questionnaire which has provided a first portrait of the public socio-demography, expectations and aims of the visit, feelings, interests, agreement, and perception of cultural impacts of the visit. The visitors' answers show that they come to our Museum with educational aims and they generally go out satisfied, having increased their cultural interests and knowledge. Through this study we have got useful information for the museum planning.

Key words:

visitor studies, visitor engagement, cultural impact of visit, museum planning.

INTRODUZIONE

I musei scientifici sono impegnati nella diffusione e democratizzazione della cultura scientifica, come richiesto dall'UNESCO (*Science in society, science for society*, 1999), necessaria per affrontare i problemi di una "Società della conoscenza scientifica" (Cerroni, 2006) e le crisi ambientali (UN, 1992). I progetti di Public Understanding of Science e Public Engagement with Science and Technology sono diretti proprio alla conoscenza ed al miglioramento della relazione dei cittadini con la scienza, alla ricerca del loro consenso e coinvolgimento nell'impresa scientifica. I musei scientifici possono divenire luoghi ideali per il dialogo con i cittadini e la loro crescita culturale, facilitati in questo compito dalla conoscenza delle caratteristiche e abitudini di fruizione culturali dei visitatori, delle loro attese, impressioni e percezioni del museo. Anche per que-

sti motivi, e non solo per marketing, l'importanza dei "Museum Visitor Studies" è stata ribadita in tutte le sedi di programmazione e ricerca museale, ad esempio dall'ICOM (International Council of Museum).

In Italia gli studi sul pubblico dei musei sono ancora sporadici. Recentemente sono state avviate ricerche che hanno fornito dati soprattutto sul pubblico dei musei d'arte, ma anche alcuni preliminari sui musei scientifici (ad esempio: Mazzolini, 2002; Fondazione Fitzcarraldo, 2004).

Il Museo Civico di Zoologia aveva già condotto un'inchiesta sui pubblici e le loro attese (Falchetti, 2007). Nel corso dell'anno 2008, l'inchiesta è proseguita per approfondire la conoscenza delle varie categorie di visitatori sia come "fruitori", cioè come persone con esigenze, ritmi, caratteristiche e motivazioni culturali diverse, sia come "attori", cioè come suggeritori di interventi ed azioni culturali.

MATERIALI E METODI

L'indagine ha avuto come obiettivi lo studio 1) degli aspetti socio-demografici (età, titolo di studio, professione, attitudini culturali generali e specifiche); 2) delle esigenze, motivazioni di visita, modalità di frequenza e fruizione; 3) delle impressioni, della percezione della qualità dei servizi, dell'immagine del Museo, del gradimento e dell'impatto culturale della visita (aumento di conoscenze, di sensibilizzazione, di interessi); 4) di richieste, suggerimenti e proposte. Per questo è stato fatto compilare ai visitatori disponibili un questionario contenente 17 domande, di cui 10 a risposta chiusa e le rimanenti a risposta aperta, da completare prima e dopo la visita. Il questionario era strutturato in sezioni tematiche corrispondenti agli obiettivi su indicati.

Per quel che riguarda l'impatto della visita (aspetto di ricerca tutto da esplorare) è stata scartata l'ipotesi di valutare l'apprendimento, sia perché la visita al Museo può sollecitare anche aspetti diversi da quelli cognitivi e/o mnemonici, sia perché l'apprendimento è un fenomeno che si può consolidare in altri momenti e contesti, non solo nel corso della visita o subito dopo. Si è cercato di sondare, quindi, una ricaduta culturale più ampia basata soprattutto sulla percezione dei visitatori, che includesse anche l'aspetto emozionale e la consapevolezza di eventuali cambiamenti di idee, interessi e conoscenze.

Il questionario è stato testato prima della distribuzione su un campione di circa 75 persone, per verificarne l'idoneità; dopo questo test alcune domande sono state modificate.

Sono stati intervistati 250 visitatori (a partire dai 15 anni, età in cui presumibilmente si può visitare da soli al Museo), il 60% dei quali era di sesso femminile. Il campione è soddisfacente, in quanto commisurato proporzionalmente al totale dei visitatori adulti tra marzo e Maggio 2008, periodo di somministrazione del questionario (costituiva oltre il 30% dei visitatori). Non tutti i questionari sono stati interamente compilati dai visitatori. Le risposte fornite ad ogni domanda, tuttavia, sono state sufficienti per una semplice valutazione statistica.

RISULTATI

I dati che seguono risultano dall'elaborazione quantitativa e qualitativa delle risposte fornite dai 250 visitatori che hanno compilato il questionario.

Profilo socio-demografico. I visitatori costituenti il campione analizzato avevano un'età compresa tra i 15 e più di 60 anni; la fascia di età maggiormente rappresentata era tra i 30-40 anni (circa 31%, su 234 risposte date), seguita da quella tra i 40-50 (circa 26%). Erano quindi poco rappresentate le fasce di età dei giovani/adolescenti e quelle degli over 60 (fig. 1).

I visitatori intervistati possedevano prevalentemente un diploma di scuola media superiore (il 59%); il 36% era laureato (n° risposte 206). Irrilevante era la percentuale dei possessori di una laurea scientifica. Erano basse le percentuali di categorie con titolo di studio elementare (1%) e medio inferiore (4%).

Per quanto riguarda la professione, prevaleva la categoria impiegatizia (circa il 37% su 181), a seguire quel-

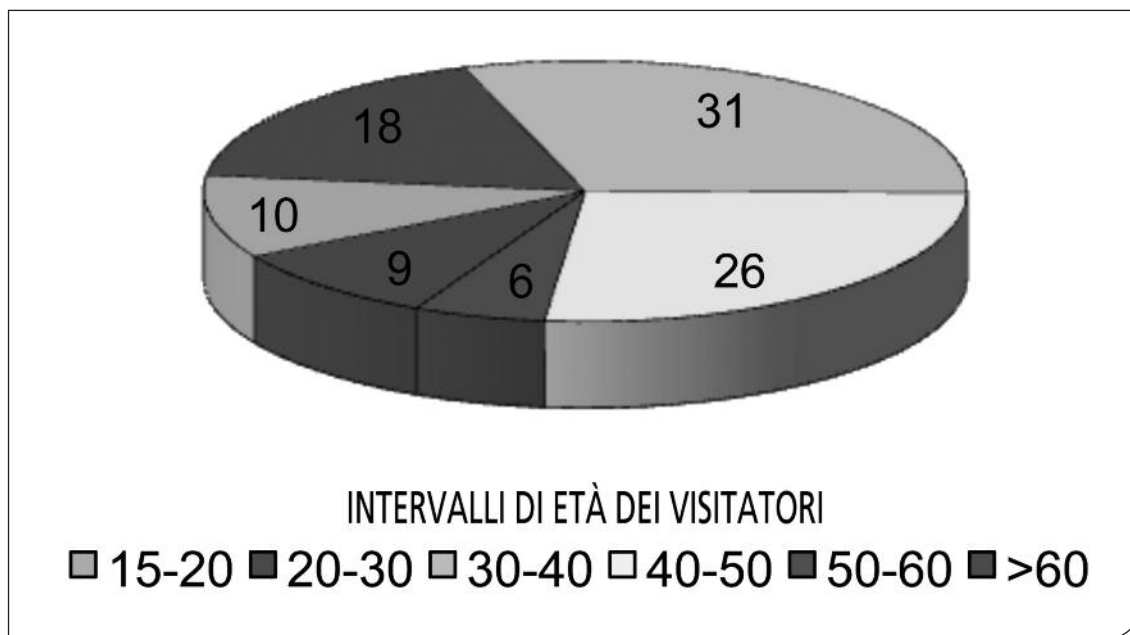


Fig. 1. Distribuzione percentuale dell'età dei visitatori.

la dei liberi professionisti (22%) e degli studenti (20%); pochi gli insegnanti (7%), pensionati (7%), operai e casalinghe (7%).

Il 68% dei visitatori (237 risposte) apparteneva al territorio romano (con prevalenza dei municipi centrali); il 32% era costituito da visitatori provenienti da altre città italiane e/o estere.

L'interesse per la scienza e per gli eventi scientifici. Il 55% degli intervistati si è dichiarato molto interessato alla scienza (250 risposte), il 39% mediamente ed il 6% ha ammesso di essere venuto al Museo, seppure poco interessato agli argomenti scientifici, ma tuttavia "spinto dalla curiosità e dal desiderio di conoscere cose nuove" per sé e i figli.

L'interesse per la scienza dei visitatori intervistati si concretizzava soprattutto nella visione di trasmissioni televisive e/o filmati (45%) (su 451 risposte in totale), poi nella lettura di libri scientifici e riviste (30%). Scarsa è risultata la partecipazione degli intervistati (5%) a eventi scientifici quali mostre, incontri e festival (peraltro rari a Roma); più consistente, anche se non elevato, è risultato il numero di chi ha dichiarato di visitare abitualmente altri Musei scientifici (20%). Il 44% (237 risposte) dei visitatori ha ritenuto pochi gli eventi di cultura scientifica nella città di Roma; il 24% li considerava sufficienti; il 7% molti ed il 25% non era in condizioni di giudicare.

La visita al Museo. Il 60% (su 245 risposte) degli intervistati stava visitando il Museo Civico di Zoologia per la prima volta. Coloro che già lo conoscevano, lo avevano visitato più di 2 volte (il 30%).

La maggior parte dei visitatori era in compagnia; solo il 20% degli intervistati (250 le risposte fornite) non era accompagnato. Coloro che hanno dichiarato di accompagnare qualcun'altro costituivano più del 60% dei visitatori. Il motivo prevalente della visita era infatti "accompagnare figli e/o nipoti appassionati e curiosi" o "l'educazione dei figli" (circa il 42% su 234 rispo-



Fig. 2. Risposte (in %) alla domanda "Cosa ha apprezzato maggiormente?".

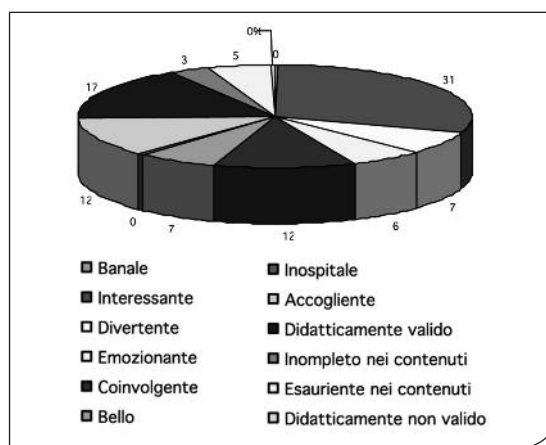


Fig. 3. Risposte (in %) alla domanda "Come definirebbe il Museo?".

ste date), ma anche soddisfare la curiosità personale (21%) e "conoscere ed apprendere cose nuove" (22%). Il 15% ha dichiarato di visitare il Museo perché richiamato da eventi speciali o per vedere mostre ed esposizioni temporanee, quali, ad esempio, quella dedicata allo stambecco, in corso nel periodo di somministrazione dei questionari.

Le attese dalla visita variavano molto, ma restavano sempre all'interno di una più ampia aspettativa culturale. Gli intervistati hanno scritto ad esempio: "Scoprire cose interessanti; introdurre i figli allo studio della zoologia; arricchimento culturale; cogliere spunti di riflessione per i figli; conoscere cose nuove e spiegare ai bambini; conoscere la biodiversità; approfondire le conoscenze; conoscere le cose di cui sono inesperto; qualcosa che attiri l'attenzione dei bambini", ma anche "accendere curiosità e meraviglia" e "trascorrere una serata piacevole".

Dopo la visita, alla domanda "Quali esposizione ricorda meglio? Per quale motivo?", effettuata per valutare l'attenzione ed il coinvolgimento, gli elementi di maggiore interesse, ma anche l'impatto delle esposizioni, il 55% dei visitatori (182 risposte) ha risposto citando un singolo animale (o parti) o raggruppamento; ad esempio: orso polare, foca, uccelli, farfalle, conchiglie. Il 45% dei visitatori ha risposto facendo riferimento a singoli exhibit, specificandoli; tra questi, ad esempio, la "barriera corallina", ricordata particolarmente "per la sua bellezza, ricchezza di colori che suggestiona", "perché originale e ti dà l'idea di entrare nel mare".

Alla domanda "Cosa ha apprezzato maggiormente o ritiene più valido?" la categoria con maggior numero di risposte è stata "Oggetti ed animali" (corrispondenti al 34%; totale 497 risposte). I visitatori hanno ritenuto apprezzabili anche le immagini (15%) e i testi/spiegazioni (15%), che a loro parere compensavano la mancanza di una guida che sarebbe stata utile nel corso della visita e poi le scenografie (15%). Il 10% degli intervistati ha dichiarato di apprezzare l'orga-

nizzazione e la scelta delle esposizioni. Al contrario non era particolarmente apprezzato l'aspetto multimediale ed interattivo; soltanto il 2% dei visitatori, infatti, lo ha citato (fig. 2).

L'impatto culturale. In 250 risposte alla domanda "Se e cosa ritenessero di aver conosciuto", la quasi totalità degli intervistati ha dichiarato che la visita al Museo ha permesso loro di conoscere qualcosa di nuovo; soltanto 15 visitatori hanno affermato il contrario ("per mancanza di una guida" o perché, essendo studiosi/esperti, avevano già una conoscenza dei temi trattati dal Museo). Le nuove conoscenze si riferivano ovviamente al mondo animale, in particolare ad aspetti o specie dichiarati sconosciuti prima della visita, ad esempio "la reale grandezza di alcuni animali, le numerose specie di volatili esistenti...", ma venivano anche riferite ad allestimenti del Museo (la sala degli scheletri, la caverna dei pipistrelli).

Alla domanda successiva "Ritiene che la visita al Museo abbia accresciuto in Lei uno o più interessi?", solamente 19 intervistati (su 250) hanno risposto negativamente. È il tema "natura" con la sua conservazione l'aspetto in cui maggiormente i visitatori sentivano di aver accresciuto l'interesse (39% su 320 risposte in totale), seguito da quello per gli animali (34%), dalla categoria scienza (14%) e quella dei musei scientifici (13%).

Nessuno degli intervistati ha definito il museo noioso o brutto (fig. 3); gli aggettivi che ricorrevano maggiormente per definirlo erano "interessante" (31% su 555 risposte in totale) e "didatticamente valido" (17%) seguito da "accogliente" (12%) e "coinvolgente" (12%).

Il Museo è piaciuto ai visitatori per come presenta la scienza: solo 10 di essi (su 214 risposte) hanno dichiarato di non apprezzarlo, adducendo come causa la mancanza di chiarezza, in quanto privo delle didascalie nelle sale o perché poco ordinato. Tuttavia, sono emerse alcune posizioni contrastanti nel questionario di

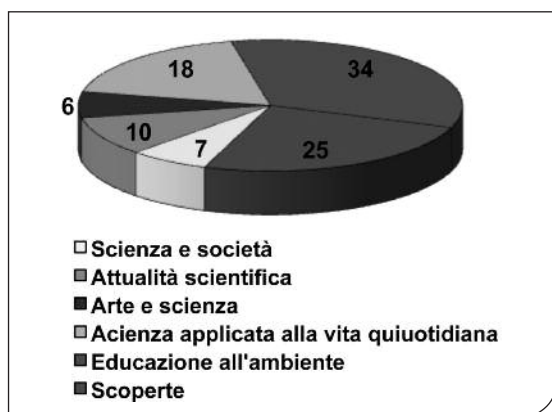


Fig. 4. Risposte (in %) alla domanda "Quali temi gradirebbe che il Museo trattasse?".

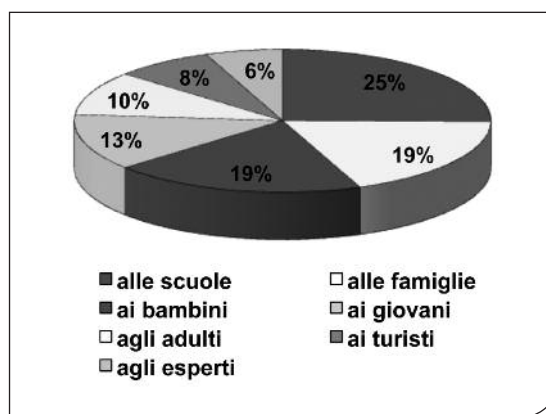


Fig. 5. Risposte (in %) alla domanda "A chi consiglierebbe il Museo?".

prova, soprattutto rispetto alla possibilità di comprensione da parte dei piccoli. I linguaggi non sempre venivano ritenuti idonei. Coloro che invece hanno espresso un parere favorevole, hanno evidenziato la sua capacità di rendere la scienza una materia fruibile a tutti: "riporta spiegazioni semplici e concise... è semplice nella spiegazione... è alla portata di grandi e piccini...".

La domanda "Quali temi gradirebbe che il museo trattasse maggiormente?" ha rivelato la sensibilità ambientalista dei nostri visitatori: il 34% (su 311 risposte in totale) ha richiesto più temi di educazione ambientale e conservazione; le scoperte (25%) sono ritenute sempre affascinanti e poi la scienza applicata alla vita quotidiana (18%). I temi scienza e società (7%) ed arte e scienza (6%) sono risultati di minor gradimento (fig. 4).

Per quanto riguarda le attività da incrementare (267 le risposte totali), le preferenze del pubblico sono andate ai laboratori didattici (38%). Sono stati richiesti anche più spettacoli ed eventi (27%) e mostre temporanee (24%); meno interesse sembrano suscitare le conferenze (11%).

Alla domanda "Per quale motivo tornerebbe al Museo", il 25% visitatori ha risposto "per conoscere cose nuove", "per approfondire le proprie conoscenze", "per poterlo guardare con più attenzione" (22%) o più semplicemente "per il piacere di rivederlo" (19%): "una sola volta non basta mai!". Alcuni (15%) tornerebbero per eventi particolari (laboratori, mostre).

Il quesito "Cosa proporrebbe per migliorare le esposizioni del Museo?", proposto nel tentativo di coinvolgere i visitatori nelle scelte comunicative, ha fornito molte risposte diverse, tutte considerevolmente utili e sensate. Parte dei visitatori hanno fatto riferimento agli aspetti multimediale e tecnologico che andrebbero potenziati, altri alla quantità ed alla qualità delle esposizioni che bisognerebbe maggiormente curare ed ampliare (ad esempio "la sala degli uccelli, la parte dei fossili e dare più spazio ai mammiferi, ai dinosauri"; "più tecnologie, più giochi, più software, maggiore

cura, sfruttamento dello spazio e modernizzare... uso di strumenti interessanti...").

Alla domanda conclusiva "A chi consiglierebbe il Museo?", gli intervistati hanno risposto (701 risposte) in pratica... a tutti (fig. 5).

CONCLUSIONI

I visitatori che hanno risposto al questionario appaiono di buon livello culturale e professionale, come rivelato non solo dai titoli di studio e dalle professioni svolte, ma anche dall'interesse dichiarato per gli argomenti scientifici, dal desiderio di avere più informazioni e un maggior numero di eventi culturali scientifici nella Città, ed infine dalla visione fortemente "intellettuale" del Museo e della visita. C'è in queste persone la consapevolezza degli aspetti formativi della cultura scientifica e del Museo e la fiducia nelle sue politiche culturali; vengono infatti per "far imparare qualcosa ai figli", "educarli" (confermando quanto già emerso dall'inchiesta precedente; Falchetti, 2007). Tuttavia, si percepisce anche l'interesse per l'intrattenimento, per l'imparare stando bene e per l'educazione nel tempo libero. Anche la critica appropriata e i validi suggerimenti forniti per il miglioramento del Museo, confermano il buon livello e la sensibilità culturale dei nostri visitatori.

Già altre ricerche hanno rivelato che i visitatori dei musei scientifici sono tendenzialmente più colti e appartengono a gruppi socioeconomici più elevati, rispetto a chi non li frequenta abitualmente. Questo sembra confermato dal nostro campione ed anche dai primi studi sul pubblico italiano. Si tratta di un pubblico che già conosce e prova interesse per i musei scientifici, e che ha una buona relazione con la scienza. Questi risultati si avvicinano a quelli di altre ricerche, ad esempio per il Museo di Storia Naturale di Milano (Fondazione Fitzcarraldo, 2004). I risultati di due musei scientifici del Trentino non si discostano molto e rivelano ugualmente visitatori con caratteristiche culturali di buon livello (Buzzi, 2002).

Tuttavia, nel nostro caso, si intravede un cambiamento interessante rispetto all'inchiesta precedente (Falchetti, 2007), che se confermato denoterebbe una partecipazione maggiore di visitatori "meno esperti": sono aumentati infatti i non laureati e le lauree non scientifiche. Dalla ricerca precedente, infatti, era emerso che i laureati prevalevano sui diplomati, e che erano più frequenti le lauree scientifiche. Inoltre, molti visitatori stavano effettuando la prima visita e non risultavano visitatori assidui dei musei. Questo potrebbe essere indice di un coinvolgimento di più ampie categorie di pubblico e di successo nella comunicazione di un'immagine di Museo "per tutti".

Le attese dalla visita confermano la prima immagine dei visitatori (o comunque un'immagine educativa del

Museo). Essi si aspettavano infatti un'esperienza prevalentemente culturale/educativa, poi ricreativa. La pratica di attività culturali nel tempo libero è coerente con il loro livello socioculturale. Le motivazioni di conoscenza del nostro pubblico erano anche più marcate ed esplicite, rispetto a ciò che risulta da altre inchieste.

Un discorso particolare merita la questione dell'assenza dei giovani/adolescenti e la scarsa presenza degli anziani. Per queste categorie di pubblico bisognerebbe avviare ricerche che chiariscano motivi dell'assenza, attese ed esigenze e sperimentare apposite proposte. Dopo questa inchiesta il Museo ha avviato programmi ed eventi diretti proprio all'"inclusione" di queste categorie di cittadini.

Per quel che riguarda l'esperienza della visita, sembra degno di nota il fatto che molti visitatori tendano a ricordare singoli esemplari piuttosto che exhibit o idee scientifiche particolari. L'oggetto sembra colpire potentemente il visitatore, superare l'interesse per tutti gli altri mezzi mediatici e per "le messe in scena" ideate dai curatori delle mostre. Questo risulta anche dall'indagine precedente (Falchetti, 2007). Forse è dovuto al fatto che nel corso di una visita si tende a "guardare" più che approfondire; molti dei nostri visitatori infatti, mostravano consapevolezza della necessità di tornare per conoscere meglio. Anche le preferenze sulle tecniche comunicative (gli oggetti e gli esemplari) hanno confermato l'interesse dei visitatori per l'esperienza diretta e reale, in questo caso con gli animali. Il contatto con gli oggetti rappresenta ancora una delle maggiori attrattive dei musei e costituisce un espresso motivo di visita.

Quanto alle esposizioni più notate (quelle ad "immersione" sensoriale, come la barriera corallina), probabilmente le tecniche di comunicazione ed i linguaggi utilizzati favoriscono l'attenzione, la comprensione e l'apprendimento, ma soprattutto il coinvolgimento in modo più immediato e meno impegnativo (sollecitano percezione, emozioni e cognizione). Nell'ottica di ulteriori programmazioni di esposizioni, occorre tenerlo presente.

La percezione dei visitatori sull'impatto culturale della visita è generalmente buona: il Museo è risultato capace di accrescere gli interessi dei visitatori nei vari campi scientifico-naturalistici e quasi tutti ritenevano di aver imparato qualcosa. Questo è un risultato positivo, perché presumibilmente rinforza la fiducia nell'Istituzione e stimola a tornare per approfondire la conoscenza (confermato dalla fidelizzazione). Quanto all'interesse suscitato, questo oggi è da considerare parte integrante degli aspetti culturali e quindi della mission del Museo. Questi interessi possono proseguire dopo la visita, creando una continuità tra l'esperienza museale e la vita quotidiana del visitatore. Ma certamente questo va verificato.

Il Museo è anche considerato un luogo dove trascorrere piacevolmente tempo libero con il gruppo familia-

re, concedendosi la possibilità di conoscere cose nuove, soddisfacendo curiosità ed approfondendo conoscenze. Sta cambiando quindi la percezione del pubblico e l'immagine del Museo, visto come *media* culturale aperto e familiare (le attività "per famiglie", per "tutti" che il Museo ha offerto negli ultimi anni, possono aver contribuito). A conferma di ciò, la maggior parte dei visitatori riteneva il Museo interessante, coinvolgente, didatticamente valido. E questo è ugualmente un successo, perché queste visioni aiutano a rimuovere le rappresentazioni sociali che vedono i musei scientifici come luoghi elitari e specialistici.

I visitatori erano disposti a tornare in Museo in quanto consapevoli che si ha bisogno di più visite per capire meglio, ma anche perché si aspettavano nuove offerte. Questa ultima dichiarazione rivela una necessità di novità da parte dei pubblici e conferma la capacità del Museo di stabilire un rapporto di fiducia con il visitatore che pensa di tornarvi spesso "per portare un amico; per portare i ragazzi; ho un esercito di nipoti...", sicuro di trovarvi elementi nuovi: "per vedere che c'è di nuovo; per vedere nuove esposizioni; per vedere come è migliorato; per scoprire le novità".

Le impressioni, generalmente positive, non hanno impedito ai visitatori di notare alcune carenze (come la mancanza di indicazioni soddisfacenti o di guide e segnaletica o sussidi mediatici), soprattutto nei temi trattati: hanno richiesto infatti più attenzione ai temi della conservazione della natura. Erano quindi critici rispetto ai contenuti ed avevano attese precise dai percorsi espositivi e dall'organizzazione. Le richieste di dare maggior rilievo ai problemi di conservazione offrono importanti elementi di riflessione sui messaggi che il nostro Museo (ma anche tanti altri musei in Italia) non dà o non dà a sufficienza, tanto più nel momento in cui ai musei naturalistici viene attribuito un ruolo fondamentale nella divulgazione di messaggi ambientali e nella conservazione della biodiversità (Davis, 2001; UNESCO, 2005).

Quanto alle proposte, le preferenze dei visitatori erano per i laboratori didattici; questo coinciderebbe con il ritratto prevalentemente "familiare" del pubblico, che si reca al Museo per accompagnare figli e nipoti da educare e coinvolgere in attività formative, ma indicherebbe anche l'importanza attribuita all'"interattività" e alle esperienze pratiche nella visita. Un aspetto importante riguarda la modalità delle visite. La maggior parte dei visitatori intervistati era in compagnia. I dati confermano quindi che la visita al Museo è anche una scelta di socialità durante il tempo libero, un'occasione per stare con la famiglia e ritrovarsi con gli amici, uno spazio dedicato al privato; almeno nella metà dei casi i nostri visitatori hanno dichiarato di trovarsi in Museo per accompagnare figli o nipoti. Questi risultati sottolineano ulteriormente l'opportunità di potenziare tutte le occasioni di intera-

zione sociale, sia dal punto di vista pratico-organizzativo che della fruizione della visita. Disporre posti per sedere, parlare, leggere, approfondire "insieme" è importante per la qualità della visita. Le stesse esperienze di conoscenza, sia nelle esposizioni che nelle attività pratiche, potrebbero essere concepite per una fruizione sociale e prevedere interazione tra visitatori e attività "in compagnia". Bisognerebbe anche pensare a genitori-figli come una categoria di pubblico speciale ed intensificare programmi per famiglie, permettendo ai genitori di poter partecipare attivamente alla formazione ed al divertimento dei loro figli.

L'inchiesta è stata utile anche dal punto di vista della sperimentazione metodologica. Sono emersi ancora i limiti dell'intervista tramite questionario: alcune domande sono state ignorate; alcune risposte erano molto concise e comunque nulla può escludere che a rispondere al questionario siano solo categorie di pubblico che si sentono sicure culturalmente... questo significa che non conosciamo un eventuale "altro pubblico" del Museo. Si conferma quindi l'opportunità di sperimentare diverse metodologie, come ad esempio l'osservazione del comportamento dei visitatori, l'apertura di un portale per il dialogo e la pratica di forum, workshop, spazi di discussione e confronto.

Da questa pur limitata raccolta di dati, emerge la necessità di intensificare la ricerca e costituire un osservatorio permanente sui visitatori, per conoscerli più approfonditamente, capire come soddisfare la prima visita e poi alimentare il legame e la fidelizzazione al Museo.

BIBLIOGRAFIA

BUZZI C., 2002. Le motivazioni e le aspettative dei visitatori. In: Mazzolini R., Andare al Museo. Giunta della Provincia Autonoma di Trento. *Quaderni Trentino Cultura*, pp. 43-54.

CERRONI A., 2006. *Scienza e società della conoscenza*. Utet, Torino.

DAVIS P., 2001. *Musei ed ambiente naturale*. Clueb Ed., Bologna, 350 pp.

FALCHETTI E., 2007. Costruire il pensiero scientifico in museo. *Museologia Scientifica. Memorie*, 1: 1-255.

FONDAZIONE FITZCARRALDO, 2004. *Indagine sul pubblico dei musei lombardi*. Regione Lombardia, Culture, Identità e Autonomie della Lombardia.

MAZZOLINI R.G., 2002. Andare al Museo. Giunta della Provincia Autonoma di Trento. *Quaderni Trentino Cultura*, 251 pp.

UNESCO, 1999. *Declaration on Science and the Use of Scientific Knowledge*.

UNESCO 2005. *UN Decade Education for Sustainable Development, 2005-2014*.

UNITED NATIONS, 1992. Agenda XXI. *The United Nations Programme of Action From Rio*.