

Il Museo Universitario di Chieti nella gestione dell'emergenza Covid-19: dati statistici e scelte museologiche

Antonietta Di Fabrizio

CINECA c/o Museo Universitario, Università degli Studi "G. d'Annunzio" Chieti-Pescara, Piazza Trento e Trieste, 1. I-66100 Chieti. E-mail: mssb@unich.it

Alessia Fazio

Maria Del Cimmuto

BIBLOS c/o Museo Universitario, Università degli Studi "G. d'Annunzio" Chieti-Pescara, Piazza Trento e Trieste, 1. I-66100 Chieti.

Ruggero D'Anastasio

Unità Operativa di Antropologia, Dipartimento di Medicina e Scienze dell'Invecchiamento, Università degli Studi "G. d'Annunzio" Chieti-Pescara, Piazza Trento e Trieste. I-66100 Chieti.

Maria Chiara Capasso

Dipartimento di Architettura, Università degli Studi "G. d'Annunzio" Chieti-Pescara, Viale Pindaro, 42. I-65100 Pescara.

RIASSUNTO

L'emergenza sanitaria per il Covid-19 ha imposto di ideare, progettare e realizzare forme di comunicazione per rimanere vicini ai cittadini e rendere ugualmente accessibili e fruibili, per quanto possibile, i preziosi patrimoni che i nostri musei custodiscono. In risposta alla contingenza determinata dalla crisi epidemiologica, il Museo Universitario di Chieti ha dovuto pensare a modalità alternative di offerta e promozione culturale. Il Museo ha affrontato il periodo di chiusura (dal 9 marzo al 3 luglio) proponendo diverse iniziative digitali per permettere agli utenti di accedere da casa ad alcuni contenuti culturali. I principali canali utilizzati sono stati il sito web e la pagina Facebook del Museo. Nonostante il lockdown nazionale (dall'8 marzo al 18 maggio 2020) abbia generato sul territorio evidenti danni socioeconomici, determinati dalla chiusura fisica degli edifici al pubblico, l'utilizzo del digitale nell'esperienza del Museo di Chieti ha incrementato il desiderio di venire a visitare personalmente la struttura dopo la sua riapertura. D'altra parte i canali virtuali, già impiegati dal Museo in tempi precedenti l'emergenza sanitaria (anche se in misura meno frequente), servono a promuovere curiosità e ad accendere interesse nei fruitori. La nuova sfida del Museo Universitario, su questo fronte, sarà di far interagire maggiormente la sfera digitale e quella reale in un modo efficace e interessante, adeguato alle condizioni proprie di entrambi questi mondi: il web e i social dovranno, dunque, funzionare prima come richiamo, poi come approfondimento dell'esperienza autentica.

Parole chiave:

emergenza sanitaria, museo, fruitori, promozione culturale, sicurezza.

ABSTRACT

The University Museum of Chieti in dealing with Covid-19 emergency: statistical data and museological solutions

The Covid-19 health emergency has required museums to imagine, design and implement new ways of keeping close to their visitors, while also allowing them, as far as possible, to access and use their invaluable heritage. Due to the contingencies caused by the health crisis, the University Museum of Chieti had to conceive alternative plans aimed at cultural promotion. The Museum responded to the lockdown period (March 9 - July 3) by launching a series of digital initiatives to allow users to gain access to some of its cultural contents from home. Two main virtual platforms were used: the website of the Museum and its Facebook page. The national lockdown (March 8 - May 18), owing to the closure of public structures, inevitably harmed the socio-economic development of the area. Despite that, with the digital opportunities provided by the Museum, visitors have actually shown an increased desire to visit the structure in person after its reopening. The virtual resources – which the Museum was already used prior to the health emergency, although to a lesser extent – aimed indeed to arouse curiosity and interest in the users. For this reason, the Museum's new challenge is to encourage a much more effective and interesting interaction between the digital and the real experience, keeping in mind their specific peculiarities. Therefore, the Web and social medias will have to act, mainly, as a means of attraction, and later as support for a in-depth authentic experience.

Key words:

health emergency, museum, users, cultural promotion, safety.

INTRODUZIONE

Il Decreto dell'8 marzo 2020 emanato dal Presidente del Consiglio dei Ministri con l'indicazione delle misure urgenti in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da Covid-19 ha previsto la chiusura totale di qualsiasi attività culturale a livello nazionale, ma il mondo della cultura non è per questo andato in quarantena. A venti giorni dall'entrata in vigore del Decreto è stato possibile, infatti, facendo riferimento a strumenti di comunicazione e interazione online, scaricare testi, guardare video, esplorare musei e collezioni: in sintesi, trovare risorse culturali di qualsiasi tipo rese fruibili a tutti.

Molte istituzioni hanno provato a reagire: non tanto per coprire le eventuali perdite di incassi dovute ai mancati ingressi, ma per posizionarsi, nell'ambito della crisi e dell'emergenza, non come soggetti passivi, ma come soggetti attivi. Sono nate così spontaneamente e a macchia di leopardo una serie di iniziative sia a livello nazionale sia a livello regionale, che dopo una settimana il MiBACT ha raccolto sotto gli hashtag #iorestoacasa e #laculturanonisferma, attualmente molto diffusi, e sono stati proprio i musei tra i primi promotori di tali iniziative (Guinoni & Ferrari, 2020: 127).

Anche il Museo Universitario di Chieti ha affrontato questa situazione di emergenza sanitaria con l'idea, progettazione e realizzazione di forme di comunicazione per rimanere vicino ai cittadini e rendere ugualmente accessibili e fruibili, per quanto possibile, i preziosi patrimoni che i nostri musei custodiscono. Infatti, durante il periodo di chiusura dei musei al pubblico regolamentato dal lockdown nazionale (dal 9 marzo al 18 maggio) tutti i lavoratori (a eccezione degli addetti alla sorveglianza e manutenzione della struttura) si sono occupati da remoto attraverso lo smart working delle attività di ricerca, catalogazione, comunicazione di contenuti online, amministrazione. In risposta alla contingenza determinata dalla crisi epidemiologica da Covid-19, il Museo Universitario di Chieti ha dovuto pensare a modalità alternative di offerta e promozione culturale e ha affrontato il periodo di chiusura proponendo diverse iniziative digitali per permettere agli utenti di accedere da casa ad alcuni contenuti culturali.

Sostenere e promuovere la fidelizzazione al Museo degli appassionati, dei fruitori, degli stakeholder è stato l'obiettivo principale delle proposte virtuali offerte dal Museo.

LE PROPOSTE DIGITALI DI PROMOZIONE CULTURALE DEL MUSEO UNIVERSITARIO

I principali canali digitali utilizzati dal Museo per promuovere varie iniziative culturali sono stati il sito web (v. sito web 1) e la pagina Facebook (v. sito web 2) della struttura.

Su di essi sono stati proposti video, approfondimenti tematici e anche mostre d'arte. La Direzione del Museo Universitario di Chieti, infatti, considerata l'impossibilità reale di poter visitare la mostra "Bellezza e poesia nell'opera di Claudio Bonichi", ha deciso di pubblicare interamente le opere dell'artista per dare la possibilità a tutti i fruitori di poterle ammirare. Pertanto, sono stati messi in rete una serie di dipinti della Collezione di Alfredo e Teresita Paglione che raccontano alla perfezione l'artista Claudio Bonichi (1946-2016), la sua passione per i dettagli, la grande maestria delle sue mani, la sensibilità infinita del suo animo. Undici tele che raccontano il grande pittore e regalano al visitatore preziosi momenti di fascinazione. In tal modo, il profilo Facebook del Museo Universitario di Chieti è diventato una sala espositiva virtuale: le collezioni del Museo sono così disponibili sui dispositivi di comunicazione digitale.

Per essere vicini anche ai fruitori più giovani, inoltre, si è pensato di presentare in appuntamenti settimanali alcuni esperimenti-giochi, impostati secondo i principi dell'educazione attiva, tratti dal libro "Giochi e giocattoli scientifici. Giocare, pensare e comunicare le scienze" (Museo Universitario dell'Università "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara, 2018).

Le attività sono facilmente realizzabili con materiali da riciclo e sono nate dagli incontri di "ludodidattica scientifica" che il Museo Universitario di Chieti propone in collaborazione con il pedagogista ludico, dott. Antonio Di Pietro, agli insegnanti di ogni ordine e grado all'inizio di ogni nuovo anno scolastico.

Le proposte pubblicate mirano a promuovere un apprendimento "esperienziale" e "per scoperta" sostenendo l'osservazione e la formulazione di ipotesi.

L'intenzione è accogliere gli interessi relativi alla "scienza nel quotidiano", rilanciandoli in forma ludica, e dare ascolto alle teorie dei bambini, creando un equilibrio fra il "giocare" e il pensare le scienze poiché fare scienze solo in forma teorica non basta, così come non può bastare proporle solamente in forma ludica.

Sono stati, poi, pubblicati anche approfondimenti di tematiche prettamente medico-scientifiche da parte di professionisti del settore (prof. Ruggero D'Anastasio, antropologo fisico, dott. Jacopo Cilli, archeologo) sulla brucellosi ("Un caso preistorico di malattia infettiva"), sulle ricerche effettuate sul cranio di Catignano ("Il più antico esempio italiano di cranio con trapanazione") e sulla straordinaria scoperta degli antropologi dell'Unità Operativa del Museo Universitario di Chieti sullo scheletro del più antico individuo di sesso femminile finora trovato nella città di Pescara.

Sono state presentate anche collezioni del Museo Universitario ancora mai esposte: la Collezione dei modelli anatomici ottocenteschi e alcune opere d'arte moderna e contemporanea. Sono stati pubblicati, inoltre, video per aderire a giornate internazionali come il "World Environment Day" in collaborazione con l'Università "G. d'Annunzio" e Ispra.

Appena il Governo italiano ha emanato il DPCM di attuazione del Decreto-legge 16 maggio 2020, n. 33, in vigore dal 18 maggio, parte del personale del Museo ha iniziato a lavorare con il Responsabile della Sicurezza dell'Università per progettare la riapertura della struttura in tutta sicurezza. Sono state osservate e rispettate tutte le normative delle autorità nazionali e locali per la gestione dell'emergenza Covid-19.

Infatti, è proprio in nome della sicurezza che la Direzione del Museo Universitario di Chieti, diretta dal prof. Luigi Capasso, ha comunicato sul sito istituzionale del Museo e sulla propria pagina Facebook la riapertura al pubblico del Museo il 4 luglio 2020, dopo circa quattro mesi di chiusura (9 marzo - 3 luglio).

LE STRATEGIE ATTUATE PER CONSENTIRE LA RIAPERTURA DEL MUSEO

Sono stati realizzati nuovi percorsi di visita con apposita segnaletica direzionale. Gli accessi e le modalità di fruizione degli spazi espositivi sono stati opportunamente contingentati e il percorso è stato predefinito con entrata e uscite separate (Fig. 1). All'ingresso della struttura è stata installata un'apposita pannellistica con tutte le norme anti-Covid.

Sono stati predisposti tutti i dispositivi di sicurezza per tutelare la salute dei fruitori e del personale del Museo: installazione di uno schermo protettivo in plexiglass e di un termo-scanner presso la Reception del Museo, igienizzanti mani, distribuzione gratuita di mascherine, compilazione di un modulo di autorizzazione all'accesso dei locali museali.

Sebbene gli effetti del lockdown abbiano generato sul territorio evidenti danni socioeconomici, determinati dalla chiusura fisica degli edifici al pubblico, l'utilizzo del digitale nell'esperienza del Museo di Chieti ha incrementato il desiderio di venire in Museo dopo la sua riapertura.

D'altra parte i canali virtuali, già impiegati dal Museo in tempi precedenti l'emergenza sanitaria (anche se in misura meno frequente), servono a promuovere curio-

sità e ad accendere interesse per future visite. Infatti, un museo è un'organizzazione che presenta oggetti di importanza culturale in maniera tale che l'esperienza educativa rimanga unica poiché deriva dall'incontro tra una persona reale e un oggetto autentico (Marani & Pavoni, 2009: 29-30) e la sfera virtuale può e deve sostenere l'unicità di quest'incontro.

LE PROPOSTE DIDATTICHE

Il Museo ha ricevuto diverse richieste di attività laboratoriali che ha accettato con grande interesse. È importante, infatti, che un museo comunichi dialogando e accolga la partecipazione del proprio pubblico, in contrapposizione a un museo che monologa ed è impermeabile al sentire dei visitatori (Merzagora & Rodari, 2007: 12).

Per questo, dal mese di luglio sono stati proposti laboratori didattici per bambini di età compresa tra i 5 e i 10 anni (Fig. 2): "Fossili e dinosauri" (14 luglio, 4 e 10 settembre), "Pesci ed Orsi" (23 luglio), "Piccoli naturalisti" (15 e 17 settembre).

Sono state seguite le procedure per garantire il rispetto delle norme di sicurezza (distanziamento, uso della mascherina, prenotazione e limitazione del numero dei partecipanti).

Questi appuntamenti hanno riscosso un grande entusiasmo da parte dei piccoli fruitori.

LE PROPOSTE CULTURALI

Un discreto successo di partecipazione hanno avuto anche tutti i seguenti eventi organizzati dal Museo.

- 26-27 settembre: "La nostra Cultura tra Musica e Natura", in collaborazione con la Music and Art International Academy per l'"European Heritage Days", la più estesa e partecipata manifestazione culturale d'Europa. L'intento è stato quello di far conoscere l'interessante realtà culturale del territorio teatino e di avvicinare soprattutto i più giovani al grande patrimonio della musica classica.
- 4 ottobre: "URBAN NATURE - Festa della Natura in città", in collaborazione con il WWF Chieti-Pe-



Fig. 1. Alcune strategie e metodologie e gli strumenti adottati per consentire la riapertura del Museo in tutta sicurezza.



Fig. 2. Attività didattiche proposte ai bambini.

scara, con la partecipazione dei Carabinieri Forestali Nucleo CITES e Reparto Biodiversità di Pescara, della Sezione Abruzzo e Molise della Societas Herpetologica Italica SHI e delle Oasi WWF "Gole del Sagittario" e "Lago di Penne".

- 4 ottobre: "CONCERTO DEGLI ANNIVERSARI. In ricordo di Massimo De Matteis", in collaborazione con la Music & Art International Academy, in occasione del centenario della nascita del co-fondatore dell'Associazione "Amici della Musica" di Chieti.

INCONTRI DI FORMAZIONE

Nel mese di settembre, il consueto incontro di formazione "Giocare, pensare e comunicare le scienze" (giunto alla 9ª edizione) per i docenti di ogni ordine e grado è stato svolto in modalità telematica e ha avuto ugualmente un grande successo di adesioni.

Il pedagogista ludico dott. Antonio Di Pietro è riuscito, anche sul piano virtuale, a coordinare con naturalezza e professionalità un incontro formativo pratico-riflessivo impostato secondo i principi dell'educazione attiva.

INDAGINE SUI FRUITORI DEL MUSEO

Per comprendere meglio la risposta dei fruitori del Museo a questo periodo, è stata effettuata un'analisi comparativa con i dati acquisiti nel 2019.

Infatti, da gennaio a ottobre 2019 si è avuto un totale di 11.436 visitatori: i reali sono stati 9.233, quelli virtuali 2.203. Da gennaio a ottobre 2020 si è registrato un totale di 7.051 visitatori: i reali sono stati 4.480, quelli virtuali, invece, 2.571 (Fig. 3). Grazie all'implementazione dell'utilizzo dei canali digitali e alle proposte/occasioni di fruizione da remoto il Museo è riuscito ad avere molti più fruitori virtuali. Infatti, l'isolamento forzato ha spinto molte più persone a esplorare i canali virtuali del Museo.

Inoltre, è stata effettuata un'analisi sul numero degli ingressi (sia a pagamento, sia gratuiti) al momento della riapertura della struttura confrontandoli con i dati dell'anno precedente. Questi i risultati:

- luglio 2020 / luglio 2019, incremento del 16,6% sui biglietti a pagamento;
- agosto 2020 / agosto 2019, aumento del 60,6% sui biglietti a pagamento e dell'84% sui biglietti gratuiti;
- settembre 2020 / settembre 2019, incremento del 41,4% sui biglietti a pagamento e dell'85% sui biglietti per gruppi;
- ottobre 2020 / ottobre 2019, aumento del 59,2% sui biglietti gratuiti.

Questi dati testimoniano che i fruitori hanno avvertito il bisogno di un contatto più diretto con i beni conservati presso la struttura tanto che, al momento della riapertura al pubblico, si sono registrati gli incrementi sopraindicati. Il web, infatti, non cerca di creare uno specchio di ciò che esiste in un museo, bensì è lo strumento per realizzare un museo completamente

diverso, legato ma al contempo distinto da quello reale e fisico (Marani & Pavoni, 2009: 29-30) a cui non si può rinunciare.

PROPOSTE FUTURE

Conclusa la grande "cavalcata" del sistema museale nella prateria della rete dell'emergenza, adesso è giunta l'ora di un più duro lavoro, quello di dissodare il terreno e iniziare la "coltivazione" di veri prodotti e servizi per la fruizione, la comunicazione e la gestione online digitale. I limiti e le potenzialità del mondo digitale per i musei e la cultura in pochi mesi si sono manifestati con estrema chiarezza. Pensare digitale significa saper interpretare a fondo tutte le concrete possibilità applicative del sistema digitale per i musei, i quali, senza soluzione di continuità, potrebbero offrire servizi, gratuiti come a pagamento, continuamente aggiornati, con banche dati, informazioni ipertestuali, immagini, webinar, corsi di formazione, filmati e anche le importanti ricostruzioni virtuali (Canvas, 2020: 9).

Il Museo Universitario di Chieti sta lavorando proprio per offrire esperienze di apprendimento coinvolgenti e significative mediante:

- visita del museo e laboratori didattici a distanza,
- attività laboratoriali pomeridiane a tema (paleontologico, antropologico, scientifico, naturalistico) per bambini e ragazzi,
- attività musicali (in collaborazione con ArtEnsemble).

In questo momento così straordinariamente drammatico, si è data definitiva conferma che un Museo è un'istituzione al servizio della società, in relazione con la comunità, locale e globale, e che proprio in questo rapporto risiede la sua ragion d'essere.

Dall'1 febbraio 2021 il Museo Universitario ha potuto finalmente riaprire al pubblico. Nel secondo periodo di chiusura (3 novembre 2020 - 31 gennaio 2021) non ha, comunque, fermato le sue attività! È stata effettuata

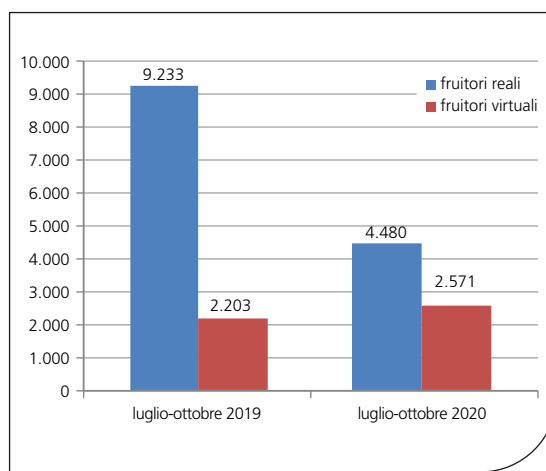


Fig. 3. Analisi comparativa dati visitatori luglio-ottobre 2019 e 2020.



Fig. 4. Nuovi pannelli espositivi nella sezione di arte moderna e contemporanea del Museo Universitario di Chieti.

una revisione grafica di alcuni allestimenti e sono state create nuove sezioni espositive (Fig. 4).

L'enorme potenzialità della cultura materiale, degli oggetti concreti, delle cose reali, delle fonti primarie risiede, infatti, nella possibilità di una rilettura che non ha mai fine e la modalità espositiva di un reperto è molto importante. Nella cultura contemporanea, dove siamo circondati da messaggi contestualizzati e mediati, e dove è difficile distinguere la realtà dall'iperrealtà, è della massima importanza l'opportunità di ritornare alla testimonianza concreta, materiale (Hooper Greenhill, 1992: 254): dopo tante indigestioni di virtualità ci sarà bisogno di realtà, di rivedere gli oggetti veri, autentici.

La nuova sfida del Museo Universitario, su questo fronte, è, allora, quella di far interagire maggiormente la sfera digitale e quella reale in un modo efficace e interessante, adeguato alle condizioni proprie di entrambi questi mondi: il web e i social dovranno, dunque, funzionare prima come richiamo, poi come approfondimento dell'esperienza autentica.

Il digitale non potrà essere "mai sostitutivo della visita in carne ed ossa", piuttosto le due sfere devono essere felicemente complementari nella visione di una museologia dinamica, attenta alla funzione tradizionale e didattica del museo senza tralasciare il continuo sforzo verso il miglioramento dell'offerta, esaltando il concetto di servizio pubblico essenziale che il museo ricopre (Galbusera, 2020: 11).

Sul web tutte le realtà museali, da quelle più stabili e conosciute a quelle più silenziose e vacillanti, hanno potenzialmente le stesse opportunità di essere visibili e raggiungibili e, soprattutto, tutte le tipologie di utenti possono usufruirne. L'impiego del web è eterogeneo, ma la sua applicazione da parte dei musei ne accresce il valore, poiché permette di veicolare contenuti

culturali, di diffondere l'immagine e l'identità delle istituzioni museali. Per i musei internet ha inaugurato una nuova prospettiva: la possibilità di accrescere il valore dell'istituzione museale re-inventando nel cyberspazio attività e servizi che comunque rispondono alla missione stessa dei musei (Baldassarre, 2009: 303). Tuttavia, il virtuale da solo non è sufficiente.

Che cosa accadrebbe a un'umanità che non usasse più i cinque sensi ma solo le protesi tecnologiche di cui oggi disponiamo? Quale sarebbe, dopo qualche tempo, la risposta psichica delle reti neurali umane cui arrivassero solo informazioni provenienti dai propri terminali telematici e non da quelli corporei, e/o viceversa? Anche i musei e gli oggetti della memoria possono venire utili per tirarci fuori dalla passività, ma solo a patto che ognuno di noi sappia fare della propria curiosità uno strumento intellettuale inesauribile. Senza dover subire le nuove psico-tecnologie, anzi agendo da protagonisti, attraverso di esse, con l'ambiente globale. Il museo deve ammalare tutti i sensi, anche quelli nuovi, i sensi psico-tecnologici (Mottola Molfino, 2004: 175). La missione del museo, infatti, non cambia: valorizzare il passato per comprendere il presente e progettare il futuro.

BIBLIOGRAFIA

- BALDASSARRE F., 2009. *Il museo: organizzazione, gestione, marketing*. Franco Angeli, Milano.
- CANVAS A., 2020. *L'arte post coronavirus*. Piemme, Roma.
- GALBUSERA P., 2020. *La nuova museologia: le opportunità nell'incertezza*. Celid, Torino.
- GUINONI A., FERRARI R. (a cura di), 2020. *Pandemia 2020*. M&J, Publishing house, South Korea.
- HOOPER GREENHILL E., 1992. *I musei e la formazione del sapere*. Il Saggiatore, Milano.
- MARANI P.C., PAVONI R., 2009. *Musei. Trasformazioni di un'istituzione dall'età moderna al contemporaneo*. Marsilio, Venezia.
- MERZAGORA M., RODARI P., 2007. *La scienza in mostra*. Mondadori, Milano.
- MOTTOLA MOLFINO A., 2004. *L'etica dei musei*. Umberto Allemandi & C., Torino.
- MUSEO UNIVERSITARIO DELL'UNIVERSITÀ "G. D'ANNUNZIO" DI CHIETI-PESCARA, 2018. *Giocchi e giocattoli scientifici. Giocare, pensare e comunicare le scienze*. DICOLA EDITRICE, Chieti.

Siti web (ultimo accesso 12.02.2021)

- 1) www.museo.unich.it
- 2) <https://it-it.facebook.com/museouniversitariodichieti>