

Museo di Storia Naturale del Mediterraneo anno 2020: una nuova identità

Antonio Borzatti de Loewenstern

Ambra Fiorini

Marco Leone

Barbara Raimondi

Emanuela Silvi

Valeria Venuti

Museo di Storia Naturale del Mediterraneo, Via Roma, 234. I-57127 Livorno. E-mail: a.borzatti@provincia.livorno.it

RIASSUNTO

Le azioni di limitazione della mobilità individuale decise dal Governo per il contenimento della pandemia da Covid-19 hanno portato il Museo a pensare e sviluppare nuovi canali e prodotti comunicativi che ne hanno ridisegnato una nuova identità. Nell'ottica di mantenere un dialogo con la differente tipologia di utenza, il Museo ha rivisto la propria strategia comunicativa realizzando schede e video didattici per bambini e rubriche di carattere scientifico, così da rendere l'esposizione museale fruibile attraverso i canali online. Con la riapertura dei musei al pubblico, si è poi nuovamente potuta consentire la visita agli spazi espositivi e l'organizzazione di eventi culturali. È stato anche possibile effettuare un campus estivo per i bambini. Le nuove norme di sicurezza hanno inciso sull'organizzazione dei servizi ma hanno anche permesso la sperimentazione di nuove strategie didattiche e di comunicazione dei contenuti museali che sono risultate efficaci e che possono essere modello di nuovi sentieri operativi: in quest'ottica si evidenzia la necessità per i musei di sviluppare nuove competenze professionali nel campo della comunicazione online, per dare continuità a questa nuova dimensione del museo digitale, virtuale e sociale.

Parole chiave:

museo online, virtuale, digitale, didattica.

ABSTRACT

Natural History Museum of the Mediterranean year 2020: a new identity

The actions to limit individual mobility decided by the Government for the containment of the Covid-19 pandemic, forced the museum to develop new communication channels that have redesigned a new identity. In order to maintain a dialogue with the different types of users, the museum has revised its communication strategy by creating educational packages and videos for children and adults, to make the museum exhibitions accessible through online channels. With the reopening of the museums to the public, it was then again possible to allow visits to the exhibition spaces and the organization of cultural events. It was also possible to make a summer camp for children. The new safety regulations affected the organization of the activities, but they also allowed the experimentation of new teaching and communication strategies, modelling new operational paths: in this perspective, museum staff need to develop new professional skills in the field of online communication, to give continuity to this new dimension of the digital, virtual and social museum.

Key words:

online museum, virtual, digital, education.

INTRODUZIONE

Il lockdown nazionale istituito a partire dall'8 marzo 2020, dovuto all'epidemia di Covid-19, ha decretato l'interruzione di ogni attività didattica, ludodidattica e culturale in presenza al Museo di Storia Naturale del Mediterraneo di Livorno. La conseguente interruzione delle attività scolastiche in presenza ha reso inoltre impossibile attivare i progetti per gli studenti delle scuole di ogni ordine e grado del territorio.

Grazie alla modalità di lavoro "agile" (smart working) anche il personale del Museo di Storia Naturale – come in tutti i musei del Paese – si è adoperato per reinventare

modalità di azione online che potessero consentire di non "abbandonare" le varie categorie di utenza, realizzando iniziative dedicate a bambini, ragazzi, giovani, adulti e anziani. Al fine di diffondere la nuova modalità di comunicazione, sono stati inviati comunicati stampa attraverso la newsletter del Museo ai principali quotidiani per la diffusione cartacea e attraverso i social.

Con la riapertura avvenuta il 22 maggio 2020, la speranza era rappresentata dalla possibilità di tornare stabilmente a un regime di normalità e lentamente alla piena ripresa delle attività, è stato effettuato il campus estivo per bambini in presenza e alcune iniziative serali come concerti o teatro.

L'aggravarsi e il perdurare della pandemia da Sars-CoV-2 non hanno reso attuabile questa aspettativa e anzi con le diverse emanazioni dei nuovi DPCM è stata decretata nuovamente a partire dal 6 novembre 2020 e sino al 15 gennaio 2021 la chiusura di tutti i luoghi della cultura del Paese.

IL LOCKDOWN: COME DOVEVA AGIRE IL MUSEO

L'obiettivo del Museo in questo difficile periodo era senza dubbio quello di mantenere vivo il rapporto con gli utenti. Questo comportava una nuova organizzazione delle attività lavorative dello staff, che vedeva come fulcro principale il potenziamento della creazione e diffusione di contenuti appositamente studiati per i canali digitali.

Lo scopo infatti era quello di rafforzare il ruolo sociale del Museo, attraverso l'uso di nuove forme di mediazione e comunicazione, sempre riuscendo a mantenere un'offerta differenziata per le varie tipologie di pubblico, cercando di raggiungere anche le categorie svantaggiate.

In questo periodo infatti l'utenza in genere, trovandosi in una situazione "anomala" di isolamento sociale e culturale, manifestava il bisogno di continuare a studiare, mantenere vivi i propri interessi nonché aver modo di esprimersi e condividere i propri pensieri, sentirsi ancora parte della comunità.

Uno dei problemi era quello di riuscire a "far conoscere il Museo" su queste nuove piattaforme di comunicazio-

ne mantenendo vivo l'interesse per le proposte museali e quindi riuscire a stimolare anche una futura visita in presenza al Museo.

A questo proposito è stato scelto di procedere con la pubblicazione di video e post sui canali social con cadenza settimanale o quindicinale e riorganizzare la proposta di eventi (conferenze, concerti, interviste...) in modo che potessero essere trasmessi in streaming; è stato inoltre potenziato il canale di pubblicizzazione attraverso metodi online (social, newsletter, quotidiani sul web, siti dedicati alla promozione di eventi online). In particolar modo per i bambini si è reso necessario lo studio e la successiva messa in opera di una ludoteca scientifica in modalità di formazione a distanza che prevedesse anche attività da svolgere in autonomia (come ad esempio contest o ricerche a tema dell'attività svolta).

LA COMUNICAZIONE IN REMOTO - LE RUBRICHE PER BAMBINI

Sono stati pubblicati sul sito web del Museo, con cadenza bisettimanale all'interno della rubrica #Didattica a casa, venti laboratori didattici accessibili dal sito web del Museo (v. sito web 1); ogni laboratorio proponeva una attività scaricabile, in formato .pdf, con una introduzione all'argomento trattato e le istruzioni per realizzare l'attività corredata di un eventuale modellino (Fig. 1, Tab. 1).

Un'altra tipologia di laboratorio, con cadenza domenicale, dal titolo #A casa Giocando s'impara, prevedeva invece una modalità di fruizione attraverso un video di pochi minuti nel quale l'operatore introduceva l'argomento e illustrava poi come poter realizzare ciò che era stato descritto con l'uso di semplici materiali reperibili facilmente anche nella propria casa.

I video sono stati pubblicati anche su YouTube (v. sito web 2), avendo così una doppia accessibilità dal web (Tab. 2). Le discipline trattate comprendevano archeologia e storia, arte e creatività, botanica, geopaleontologia, zoologia.

LA COMUNICAZIONE IN REMOTO - LE RUBRICHE PER ADULTI

Per il pubblico adulto, in base anche ai suggerimenti ricevuti attraverso la posta elettronica, sono state pensate una serie di rubriche a carattere scientifico/divulgativo. Le rubriche hanno avuto pubblicazione settimanale, in taluni casi con due appuntamenti per settimana, e quindicinale. Ogni rubrica è stata strutturata in modo da avere una parte descrittiva semplice rivolta a tutti i tipi di pubblico, una parte scaricabile con una scheda di approfondimento scientifico e una carrellata di immagini sull'argomento trattato (Tab. 3). Alcune rubriche sono state dedicate a eventi particolari accaduti all'interno del Museo durante la chiusura al pubblico, come ad esempio la nascita degli avvannotti



Fig. 1. Un esempio di attività didattica di botanica sul sito web del Museo: "Le orchidee Mediterranee".

#Didattica a casa: Titolo appuntamento	Totale visualizzazioni sito web
Storia e Archeologia: Nemes, la corona del faraone; Navigando nel mondo antico; Il tempio greco; Quiz e giochi nell'antico Egitto; Giochi e passatempi del mondo antico; Passatempi archeologici	146
Botanica: Le orchidee Mediterranee; I semi; Alieni...quiz!	102
Geopaleontologia: Fossilizziamoci; Siamo fatti d'acqua; Il ciclo delle rocce; Geo battaglia navale; Vulcano...fai da te	131
Arte e Creatività: Giochiamo con la pop art; Coloriamo naturalmente; Timbriamo con le verdure	133
Zoologia: La meravigliosa storia di Lella; La carica dei granchietti; Pesci in...bottiglia	107

Tab. 1. Visualizzazioni e interazioni sulla sezione dei materiali didattici scaricabili dal sito del Museo (periodo marzo-giugno 2020).

#A casa Giocando s'impara: Titolo appuntamento	Totale visualizzazioni YouTube	Totale visualizzazioni sito web
I colori della preistoria	1160	267
Scopriamo i dinosauri	646	186
Nell'orto fra ninfee ed arte	328	98
Speciale Pasqua: Galline Livornesi e costruzione del nido	645	102
I modelli in carta del Musmed: Costruiamo un rapace	429	78
La tessitura preistorica	15.964	298
La vera storia della balena Annie	208	106
Luoghi segreti del Museo di Storia Naturale	183	76
I vostri lavori da casa	81	47
Cacciatori di Dinosauri – La Paleontologia	179	105
Un po' artisti un po' naturalisti: la tassidermia	189	93
Un mondo a sei zampe: l'entomologia	40	109
L'antropologo	205	95
Il Mestiere dell'Archeologo	39	67
Speciale Natale: Collezionisti e Wunderkammer	112	116

Tab. 2. Visualizzazioni della rubrica video "A casa Giocando s'impara" sul canale YouTube e sul sito del Museo (periodo marzo-dicembre 2020).

di alcune specie di pesci di acqua dolce ospitati presso gli acquari del Museo nel settore Minizoo.

È stata dedicata anche una rubrica alle galline di razza livornese presenti nel parco, vere e proprie mascotte del museo e molto amate dal pubblico. Infine, su richiesta di alcune persone che seguono attivamente il Museo, è stata aggiunta una rubrica riguardante il ricordo delle mostre che si sono susseguite all'interno della Sala delle Esposizioni Temporanee. In questa sezione è stato possibile far ripercorrere attraverso alcune immagini mostre ed eventi dall'anno dell'inaugurazione della sala sino a oggi. Le pubblicazioni online di argomento botanico hanno riguardato in particolar modo le fioriture delle specie presenti all'interno del parco storico del Museo e un approfondimento sulle specie presenti all'interno dell'Orto Botanico.

IL RUOLO FONDAMENTALE DEI SOCIAL NETWORK

I social network si sono ancor di più affermati come il principale mezzo di comunicazione e di accesso da parte del pubblico all'offerta culturale dei musei. Il Museo di Storia Naturale del Mediterraneo, già presente da anni sulle piattaforme Facebook, Instagram e YouTube, ha deciso di sfruttare il periodo di chiusura forzata per migliorare le proprie strategie comunicative in questo settore e potenziare la sua presenza su questi canali. In particolare è stata pianificata una programmazione settimanale cadenzata dei contenuti in modo da poter sia divulgare i materiali scaricabili del sito web (Laboratori del Museo, Chi canta al museo, Orto botanico si risveglia) che promuovere i video

Rubriche per adulti	Visualizzazioni sito web
Splendide fioriture nell'orto	710
L'orto botanico si risveglia	622
Chi canta al museo	1103
Le mascotte del Museo	601
Nuove nascite al Museo	415
Un passo indietro...	933

Tab. 3. Partecipazione alle singole rubriche per adulti (periodo marzo-dicembre 2020).

di "Giocando s'impara" pubblicati attraverso il canale YouTube del Museo.

Inoltre si è aggiunta una rubrica pensata espressamente per i social (identificata con l'hashtag #musmedstories) contenente foto e video appositamente pensati per far visitare "virtualmente" vetrine e spazi del Museo (Fig. 2). Le rubriche sui social network hanno ottenuto una positiva risposta dal pubblico, in termini sia di "likes" o "mi piace" (una media di 30 valutazioni favorevoli per ogni post) che di messaggi ricevuti o foto dei prodotti eseguiti seguendo i laboratori didattici virtuali e le attività di "Giocando s'impara" (Tab. 4).

La condivisione in pagine e gruppi dedicati si è dimostrata un ottimo veicolo per aumentare le visualizzazioni di alcuni laboratori, e questa strategia è stata resa standard e operativa per tutti i video delle rubriche messe in campo a partire da novembre 2020.

Infine, per rendere possibile questa diffusione capillare e una migliore archiviazione e disponibilità dei contenuti prodotti, tutti i video di tutte le rubriche sono stati resi disponibili sul canale YouTube in apposite liste di riproduzione tematiche.

LA RIAPERTURA: LA CONVIVENZA CON LE LIMITAZIONI IMPOSTE DAL COVID

Ulteriori azioni hanno visto nei mesi di chiusura lavorare personale e operatori per prepararsi alla riapertura del Museo prevista e realizzata il 22 maggio 2020. Sono state studiate e programmate e realizzate azioni di riordino, pulizia e igienizzazione per tutto il complesso museale, e in questa sede piace ricordare in particolare tutto il lavoro di progettazione e organizzazione per la riapertura ai più giovani avvenuta a far data dal 15 giugno con l'avvio dei campus estivi in presenza.

CAMPUS

A causa della marcata emergenza sanitaria non è stato possibile svolgere il campus pasquale. A seguito di attenta valutazione e progettazione e ai sensi delle linee guida e disposizioni nazionali e regionali, il Museo in collaborazione con il soggetto affidatario Coop. Itinera Progetti e Ricerche ha invece valutato positivamente la fattibilità dell'avvio dei campus estivi. I campus sono partiti il 15 giugno e si sono protratti fino al 7 agosto e l'adesione dalle famiglie livornesi ha testimoniato l'importanza di offrire alla comunità supporto e disponibilità per un percorso, seppur controllato, di ritorno alla normalità (Fig. 3). Lo staff del Museo ha pensato di convertire l'imposizione di organizzare le attività in gruppi contingentati in un'occasione di relazione e di scambio con i piccoli partecipanti ancora più efficace: i numeri ridotti hanno permesso di svolgere innovative attività di "learning by doing", con l'obiettivo di rendere i bambini e i ragazzi autori di materiali didattici ed esplicativi destinati al Museo. Un campus è stato organizzato e realizzato inoltre anche nel mese di settembre 2020.

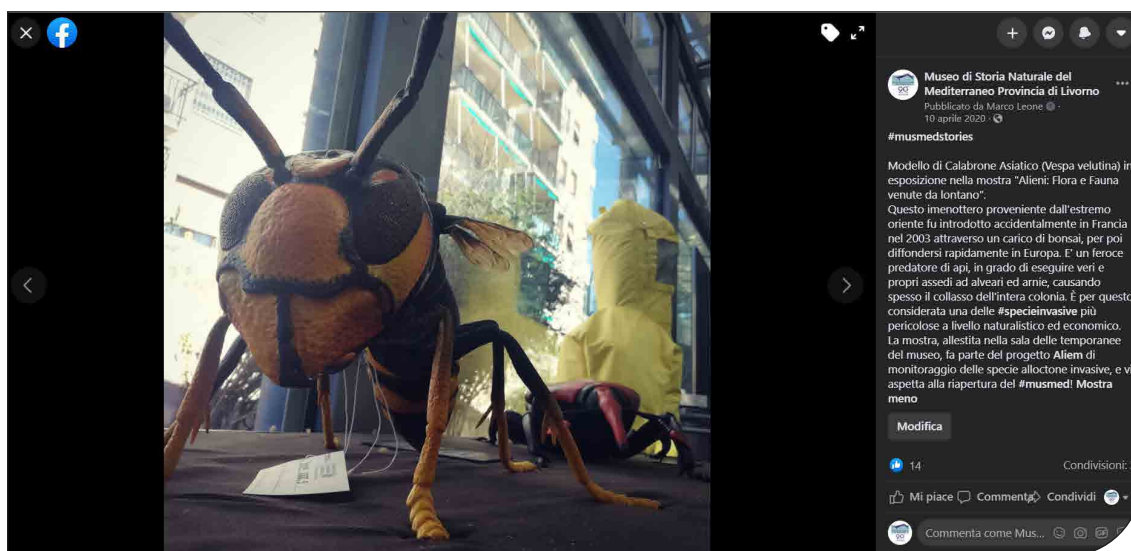


Fig. 2. La rubrica "musmedstories" sulla pagina Facebook del Museo.

Rubrica Facebook	Appuntamenti	N. visualizzazioni	N. interazioni
#musmedstories	26	17464	1376
Chi canta al museo/Orto botanico si risveglia	10	5412	387
Laboratori del Museo	19	4647	356
Giocando s'impara	16	8002	1412

Tab. 4. Dati sulle rubriche social (periodo marzo-giugno 2020).

INCONTRI DEDICATI AGLI ADULTI

Dal 15 giugno al 30 ottobre il miglioramento della situazione sanitaria nazionale ha portato a un allentamento delle restrizioni ed è stato possibile effettuare, a numero strettamente contingentato, attività ed eventi rivolti al pubblico di adulti.

Nel Parco dei platani, con il dovuto distanziamento, è stato possibile ospitare in sicurezza il pubblico per assistere a quattro spettacoli (cabaret, flamenco, letture, lezioni sul cinema) e riprendere le visite guidate a piccoli gruppi nei settori del Museo, che nel periodo di chiusura sono stati ristrutturati e rinnovati.

I gruppi associati al Museo e altri enti ospitati hanno ripreso a organizzare conferenze a tema scientifico e cultura, esclusivamente su prenotazione e in base agli spazi disponibili.

È stata inoltre aperta nuovamente al pubblico la mostra temporanea "Alieni – Flora e Fauna venute da lontano", inaugurata poco prima del lockdown e purtroppo

subito chiusa, ed è stato possibile allestire le mostre cicliche annuali di botanica e micologia.

Il planetario e i corsi, quali yoga, fotografia digitale, micologia, cinema, sono stati riattivati fino alla successiva chiusura imposta nuovamente dall'aggravarsi dell'epidemia.

PROSEGUIRE ANCORA CON LA CONVIVENZA CON IL VIRUS

Questi mesi hanno sostanzialmente modificato la modalità di fruizione del Museo da parte dell'utenza, in base anche alle nuove proposte che lo staff del Museo è stato in grado di elaborare.

La comunicazione digitale si è notevolmente espansa, il metodo FAD (formazione a distanza) è stato potenziato e perfezionato e il pubblico ha imparato a fruire delle proposte online sfruttando le diverse piattaforme a disposizione per potersi connettere e interagire con il Museo: la maggior parte dei diorami e dei materiali



Fig. 3. Alcuni partecipanti al Campus estivo 2020.



Fig. 4. Le nuove rubriche social proposte a partire da novembre 2020.

esposti all'interno del museo è stata "digitalizzata" attraverso riprese video professionali, in modo da creare una vera e propria banca dati di materiale da utilizzare come alternativa alla visita in presenza.

Ulteriori rubriche sono state aggiunte, anche su argomenti richiesti esplicitamente dell'utenza, realizzando ad esempio "I racconti della domenica", e pur non essendo un "piccolo museo" si è ritenuto interessante partecipare al progetto "Piccoli musei narranti" dell'Associazione Nazionale Piccoli Musei. Sono state inoltre elaborate e lanciate videoletture "dai bambini per i bambini... e non solo" (Fig. 4). Sono infatti i bambini e i ragazzi che hanno frequentato i campi estivi del Museo a raccontarci le sale, i reperti e le vetrine attraverso i loro occhi e la loro voce, in un misto di realtà e immaginazione.

Ricordiamo inoltre la rubrica "Eppur si muove", uno spazio per le tante associazioni culturali che ruotano intorno al Museo e che ne rappresentano una componente imprescindibile, oltre a focus e approfondimenti specifici.

PROSPETTIVE FUTURE

Il 2020 si è concluso con nuove chiusure museali e una generale incertezza sul futuro a breve e medio termine del settore culturale. Questo, e il perdurare dell'epidemia di Covid-19, evidenzia come la "nuova identità" costruita in questo anno non vada considerata unicamente come una risposta a una situazione eccezionale: deve essere invece un punto di partenza per una nuova definizione di museo e pertanto diventare parte integrante delle attività quotidiane del Museo stesso.

In questo senso si evidenziano nuove interessanti possibilità operative, in particolare:

- messa a disposizione di contenuti multimediali, digitalizzazione delle collezioni e visite virtuali dei settori espositivi;
- utilizzo del sito e dei social network come veicolo di comunicazione primario con utenza e altre realtà museali;
- attività per bambini (campus, ludoteche, attività per famiglie) organizzate in piccoli gruppi, con un evidente vantaggio qualitativo e possibilità di sperimentare nuove metodologie educative;
- fruizione "a distanza" garantita per conferenze, riunioni, eventi, con allargamento del bacino di utenza, storicamente limitato al territorio urbano di Livorno;
- sviluppo di modalità di formazione a distanza destinate a varie categorie di utenza (scuole, famiglie, lavoratori, persone con disabilità).

Affinché uno sviluppo in questa direzione abbia una ricaduta effettiva e vantaggiosa per il Museo e per il pubblico, è necessario un profondo ripensamento degli spazi museali, inclusi adeguamenti strutturali ai settori espositivi e alle aule didattiche. Allo stesso modo dovrà essere garantita una formazione specifica per il personale museale, in particolare nel campo della comunicazione digitale. Tutti questi fattori dovranno essere tenuti presente nella stesura di progetti e partnership futuri, mirati a dare continuità a tutte le nuove modalità sperimentate nel 2020 dal Museo di Storia Naturale del Mediterraneo di Livorno.

Siti web (ultimo accesso 15.02.2021)

- 1) <http://musmed.provincia.livorno.it/>
- 2) https://www.youtube.com/channel/UCX3j8Pj-RlKy3QsrrlNs_Lw