

Attività per il pubblico: quando l'analisi della quantità aiuta a migliorare la qualità

Anna La Ferla

Fin dalle fasi di progettazione di *Sarà l'Italia* le attività normalmente definite “collaterali” sono state considerate uno dei cardini della mostra. Nelle aspettative del museo la mostra non poteva limitarsi a essere solo la ricostruzione di un monumento da proporre al pubblico nel suo valore di documento storico riportato in vita per un'occasione importante: l'aula doveva essere un luogo in cui potesse-

ro risuonare le voci degli uomini di oggi attraverso occasioni di condivisione, confronto e approfondimento sui temi del passato e del presente, con una visione e un'apertura lanciata verso il futuro. Di qui anche la scelta del titolo che, prendendo spunto dall'inno composto da Giuseppe Verdi, guardava alle speranze dei padri fondatori, ma anche all'avvenire del Paese e dei cittadini di oggi, chiamati a fare un bilancio di

questi primi 150 anni di vita unitaria e a indirizzare il proprio futuro¹. In questo senso si desiderava che la riflessione sul Risorgimento e sul presente passasse attraverso un ricco ventaglio di attività che ampliasse il pubblico del museo e soddisfacesse diversi bisogni e modalità di approccio ai contenuti, con una proposta interdisciplinare e sinestetica in cui anche musica, teatro, arte figurativa e letteratura dialogassero



1. Carlo Galli e Simona Forti dialogano su *Le forme della legittimità nella storia d'Italia* nell'ambito degli incontri di Biennale Democrazia (17 aprile 2011).

tra loro per fornire diverse chiavi di lettura, di interpretazione e di creazione di significati²: su questa linea si collocano le conferenze di approfondimento tenute da storici, storici dell'arte e architetti, i monologhi di Laura Curino, gli spettacoli teatrali per famiglie e centri estivi, le letture a più voci di testi italiani, le lezioni con ascolti musicali, e gli aperitivi con percorso guidato.

Nel corso dei 260 giorni di apertura al pubblico e delle 56 aperture speciali (avvenute il lunedì o in orario serale) il museo ha proposto 161 eventi a cui hanno partecipato 23911 persone, pari al 9,68% dei visitatori: quasi una persona su dieci è dunque venuta in Senato per prendere parte a un'esperienza e perché l'attività che vi si svolgeva è risultata convincente e coerente con i suoi interessi personali. Si tratta di risultati importanti che ci rendono orgogliosi degli sforzi fatti, ma che meritano una riflessione più approfondita per rilevare aspettative, punti di forza, criticità e aree di miglioramento emerse nel corso di questi intensi mesi di celebrazioni.

Per rispondere agli interessi di tre grandi fasce di pubblico e per facilitare la comunicazione esterna il programma dell'anno è stato suddiviso in macrocategorie ("Il Senato per tutti", "Il Senato per la scuola" e "Il Senato per l'arte"), mentre per ottimizzare al meglio le risorse e valorizzare le diverse competenze si è cercata la collaborazione di altre istituzioni torinesi (Biennale Democrazia, Circolo dei Lettori, ITER - Istituzione per una Educazione Responsabile, MITO Settembre Musica), il cui contributo progettuale e organizzativo ha effettivamente avuto un riscontro positivo sul successo delle attività sia in termini di pubblico e di comunicazione dell'evento, sia in termini di cooperazione e confronto tra strutture diverse impegnate sul territorio.

Biennale Democrazia (13-17 aprile)



2. Le voci dei cittadini per *Lessico familiare* di Natalia Ginzburg, in collaborazione con il Circolo dei Lettori (26 maggio 2011).



3. Le note di Gaetano Donizetti, Gioachino Rossini e Giuseppe Verdi risuonano con il Quartetto d'archi di Torino in occasione di MITO Settembre Musica (12 settembre 2011). (C) Roberto Alvares per MITO Settembre Musica.

è stata il primo grande banco di prova (fig. 1). La Sala del Senato e i suoi 152 posti hanno registrato "il tutto esaurito" in più occasioni e il pubblico di quei giorni ha costituito in termini assoluti il 14% delle persone giunte a Palazzo Madama per le attività speciali del 2011 (un dato che si spinge al 20% se si contano anche le orazioni mensili dei "Grandi

discorsi della Democrazia" che nel corso dell'anno hanno continuato a catalizzare l'attenzione dei cittadini, con una media di 119 persone per ogni serata).

Un leggero calo si è invece registrato nelle letture collettive (fig. 2) organizzate in collaborazione con il Circolo dei Lettori che ha visto in media la partecipazione di 88 perso-



4. Il ciclo di monologhi teatrali “Il Senato delle Donne”, a cura di Laura Curino (aprile-dicembre 2011).



5. Teatro per famiglie, centri estivi e adulti curiosi con “Partir bisogna”, a cura di CAST, Torino (luglio-agosto 2011).

ne, ma che nella sessione autunnale non è riuscito a sfondare il tetto dei 100 partecipanti come invece era ampiamente successo in primavera con gli incontri legati a *La coscienza di Zeno* (106), *I viceré* (110) e *Lessico Familiare* (144): la flessione è forse da attribuire a scelte letterarie più innovative e insolite da parte dei relatori, ma anche alla

compresenza di altri eventi di richiamo del Circolo nella stessa serata. Un ottimo risultato è stato raggiunto anche dai sei concerti di MITO SettembreMusica (824 presenze) i cui biglietti, in prevendita fin da giugno, sono andati esauriti in poche settimane grazie anche a un prezzo indiscutibilmente vantaggioso (euro 5): si tratta in questo caso certa-

mente di un uditorio consapevole e motivato, come dimostra il fatto che a settembre si è riempito il 90% dei posti disponibili in sala (fig. 3). La risposta del pubblico al ciclo *Risorgimento in musica*, tre conferenze con ascolti musicali dedicate a grandi autori dell'Ottocento (Rossini, Verdi, Wagner), si allinea a questa tendenza che conferma con 314 presenze il maggior potere di attrazione della musica rispetto alla storia e alle arti figurative.

Una criticità rispetto alle aspettative del museo è infatti rappresentata dalle conferenze organizzate intorno ai temi più vicini alla missione del museo: attraverso il ciclo *Torino prima capitale del Regno* (aprile-giugno 2011) si intendeva presentare la situazione politica, urbanistica e culturale della città negli anni dell'Unità, nonché un approfondimento sulla complessa opera di ricostruzione del Senato; il ciclo di conferenze *Dialoghi a Palazzo Madama. Arte in Italia* (novembre-dicembre 2011) voleva invece fornire strumenti interpretativi su tre momenti salienti dell'arte in Italia utilizzando categorie ben note al grande pubblico (Rinascimento, Barocco e Arte povera) e garantendo con la presenza di due oratori per ogni serata un approccio al tema più comunicativo e dinamico³. In entrambi i casi il museo ha voluto superare le barriere disciplinari coinvolgendo specialisti di diversi settori (architetti progettisti, scenografi, storici e storici dell'arte e dell'architettura, ingegneri e antropologi): nonostante gli sforzi di progettazione e di condivisione sui contenuti e sulla conduzione degli incontri, il pubblico ha rappresentato solo il 3% del pubblico adulto totale intervenuto agli appuntamenti di approfondimento, con una media di 33 persone per conferenza⁴. Non è irrilevante notare che l'incontro che ha segnato il massimo picco di presenze sia stato l'appuntamento dedica-

to all'arte povera (+45%), segno forse di un maggior *appeal* dei temi contemporanei rispetto a quelli dell'arte antica⁵.

Questa interpretazione, tuttavia, è vera solo in parte se si tiene conto che lo scarso riscontro di pubblico riguarda gli eventi di divulgazione organizzati dal museo in modo autonomo – per non dire autoreferenziale – senza cioè il coinvolgimento, fin dalle fasi di progettazione e programmazione, di un preciso gruppo d'interesse: ne è una riprova il buon esito della conferenza di presentazione del catalogo delle legature di Palazzo Madama, in cui le relazioni intessute da un paio d'anni con l'attivo gruppo di bibliofili piemontesi hanno premiato gli sforzi organizzativi del museo in termini di partecipazione e di successiva comunicazione all'esterno (121 persone). Un'ulteriore cartina da tornasole sono i progetti specifici legati alla scuola, come il seminario organizzato in collaborazione con l'Agenzia Nazionale per lo Sviluppo dell'Autonomia Scolastica (132 presenze) con cui Teatro Regio e Palazzo Madama hanno fatto conoscere ai docenti i percorsi del 2011; o la presentazione della guida di Palazzo Madama realizzata da persone affette da afasia che frequentano i laboratori di riabilitazione della Fondazione Carlo Molo (56 persone). Non si tratta infatti solo di semplici numeri, ma di quanto i progetti del museo coincidano o trovino un aggancio con i bisogni e le aspettative dei cittadini.

Il museo d'altra parte si trova oggi in una fase di consolidamento su più versanti e sta recuperando i vent'anni di chiusura che hanno causato la dispersione di quei portatori d'interesse (collezionisti e sostenitori) che nel passato avevano partecipato attivamente alla vita del museo con un forte spirito di identificazione con l'istituzione, supportandola con generose donazioni, condividendo il



6. "Senatori per un giorno": gli studenti delle scuole torinesi dibattono e votano l'Unità d'Italia dagli scranni del primo Senato del Regno (marzo-dicembre 2011).

proprio sapere o mettendo a disposizione relazioni personali utili allo sviluppo di determinate azioni. Per un museo di arte antica vale inoltre la stessa preoccupazione che registra il mercato antiquario circa il mancato ricambio generazionale nel mondo del collezionismo e il mancato inserimento di nuove forze disponibili a investimenti economici di livello anche medio-basso (questo nonostante l'arte negli anni della crisi finanziaria si sia rivelata un bene rifugio sicuro)⁶. Un ragionamento sulle giovani generazioni e sull'educazione del gusto potrebbe vedere il coinvolgimento delle associazioni di categoria del mercato antiquario nell'elaborazione di progetti strategici in *tandem* con il museo, anche a partire dalle riflessioni innescate dal concorso *Giovani collezionisti*⁷.

Un altro versante su cui il museo ha impegnato molte energie nel corso del 2011 è il teatro, che si rivela un utile strumento di mediazione e di *edutainment* grazie alla sua capacità di "catturare l'attenzione, fornire vie d'accesso all'argomento, divertire, impressionare e sorprendere, aprire i sensi, la mente e il cuore,

provocare gli spettatori a ripensare alle proprie convinzioni"⁸. Per questo motivo sono state organizzate due piccole rassegne dedicate a fasce di pubblico diverse. *Il Senato delle donne*, destinata a un pubblico generico, intendeva dare voce alle donne che hanno fatto il Risorgimento attraverso otto rappresentazioni affidate all'attrice Laura Curino che in forma di monologo ha narrato in ogni serata le vicende di tre-quattro "madri" dell'Italia: alcune più note, come Cristina Trivulzio di Belgioioso, altre – la maggior parte – sconosciute ai più perché dimenticate o perché legate a personaggi maschili importanti che ne hanno offuscato il ricordo (fig. 4). Il secondo ciclo teatrale *Partir Bisogna* (giugno-luglio), affidato alla compagnia CAST, è stato invece dedicato alle famiglie e ai centri estivi cui è stata raccontata la seconda guerra di indipendenza attraverso le vicissitudini di due giovani amici impegnati su fronti opposti (fig. 5). Entrambe le esperienze hanno avuto un discreto riscontro di pubblico (rispettivamente 669 e 562 ingressi), anche se forse inferiore alle aspettative del museo e degli attori. Le spese legate



7. Giornata di studi “Museo aperto”: una fase del workshop condotto da Enrica Pagella e Maurizio Vivarelli su *Culture disciplinari, pratiche professionali e le sfide della gestione* (5 dicembre 2011).

ai diritti SIAE hanno inciso per un 6% sul budget previsto per le attività teatrali: a fronte di una cifra relativamente esigua, ciò che rende al momento difficoltosa la progettazione di nuove attività teatrali in museo risiede essenzialmente nel complesso impianto burocratico dell'ente preposto all'amministrazione delle autorizzazioni e nella mancanza di direttive univoche e chiare da parte della stessa istituzione.

Nell'ambito delle iniziative del *Senato per la scuola*, oltre alle tradizionali visite guidate, il museo ha previsto un percorso nella città in collaborazione con il Teatro Regio e il Museo del Risorgimento⁹; il progetto *Senatori per un giorno* ha invece coinvolto 1500 studenti delle scuole di Torino nella simulazione di una seduta del Senato in cui ratificare o meno la scelta dell'Unità

attraverso un dibattito guidato da due attori (fig. 6).

Un discorso a parte meritano invece le giornate di studio, come “Museo Aperto” (120 partecipanti) e la conferenza sulla catalogazione del costume antico (70 partecipanti), che esprimono il bisogno di riflessione sui temi di museologia sia da parte degli specialisti del settore, sia da parte degli studenti universitari (fig. 7). Questi ultimi sono inoltre una categoria pressoché assente nelle attività del museo, frequentate in massima parte da adulti: nei prossimi anni il museo dovrà colmare anche questa lacuna attraverso l'individuazione di un canale di comunicazione con questo tipo di pubblico e la creazione di progetti mirati (ne sono una prova le presentazioni dei progetti dello IED-Istituto Europeo del Design che vedono sempre una

buona partecipazione di pubblico in virtù di una immedesimazione con il progetto)¹⁰.

La vera sorpresa dell'anno sono stati i matrimoni con rito civile che Palazzo Madama accoglie dal settembre 2009 in accordo con la Città secondo un calendario di appuntamenti concordato (fig. 8). Nel 2011, nella Sala del Senato sono stati celebrati 26 matrimoni suddivisi in 8 date, uguagliando con la metà delle date a disposizione i risultati dell'anno precedente (nel 2010 infatti in 20 date sono stati celebrati 28 matrimoni)¹¹. Certamente la riduzione degli appuntamenti ha permesso di avere un calendario fitto (è stato infatti occupato l'80% delle disponibilità e nessuna data è stata cancellata per mancanza di richieste) e di ottimizzare le risorse legate all'allestimento dello spazio e al personale



8. Una delle ventisei coppie di cittadini torinesi che hanno scelto di celebrare il matrimonio nell'aula del Senato (aprile-novembre 2011).

dedicato. Il dubbio iniziale se la Sala del Senato nel suo allestimento “risorgimentale” avrebbe incontrato il gusto degli sposi è stato smentito dai numeri che indicano il desiderio dei torinesi di far parte di un pezzo della storia della città e del Paese. Un secondo aspetto dei matrimoni è legato all'ampliamento del pubblico di riferimento. La scelta di accogliere i matrimoni a Palazzo Madama parte infatti dal desiderio di collegare i cittadini al museo attraverso uno degli eventi più significativi per la vita delle persone. Legare il momento di questa scelta agli spazi di Palazzo Madama e del suo Museo Civico implica una forma profonda di appropriazione di uno dei beni più importanti della città, un legame fatto di ricordi che verranno trasmessi alle generazioni future, un carattere di memoria in grado di stabilire risonan-

ze identitarie, rispetto alla città e alla sua storia. Il museo è interessato a creare un legame non solo con gli sposi, ma anche con i loro ospiti che per questo motivo, il giorno del matrimonio, ricevono un biglietto con cui tornare gratuitamente in visita al museo: nel 2011 circa il 7% dei 2258 ospiti sono tornati in museo, un dato tutt'altro che irrilevante se si tiene conto che la validità dell'offerta è limitata ai trenta giorni successivi all'emissione del biglietto, e che ci induce a studiare meglio questo flusso per capire se si tratta di un pubblico potenziale che si è riusciti a intercettare e, in caso affermativo, come fare a renderlo un pubblico attivo. Nel corso dell'anno sono state realizzate indagini di valutazione di alcuni eventi per le scuole (es. *Senatori per un giorno* e *Tre voci per l'unità*), dell'esperienza di voto

e del comportamento del pubblico nelle visite libere (vedi il contributo di C. Margarone e I. Rubino *infra*). È stata inoltre realizzata una campagna fotografica e video che documenta le attività e fornisce informazioni iconiche sul comportamento del pubblico. È stata però persa l'occasione di conoscere le caratteristiche di un pubblico, certamente diverso da quello abituale del museo, che ha presenziato molti degli eventi in calendario organizzati in collaborazione con altre istituzioni. La sfida di oggi è prevedere indagini sul pubblico anche per quelle attività meno strutturate (aperitivi in museo, conferenze, matrimoni) che aiutino a valutare una serie di eventi in programmazione sulla base del tipo di pubblico intervenuto, sulle sue aspettative e sui suoi riscontri.

A conclusione di questa riflessione appare evidente come nel corso del 2011 il museo abbia investito molte risorse organizzative e progettuali soprattutto per attività che potessero parlare un linguaggio diverso a un pubblico ampio e per certi versi non “fidelizzato”: in questa occasione Palazzo Madama ha certamente colto la sfida di essere un luogo di discussione, aperto alle esigenze di contatto con l'attualità ed è stato altresì in grado di spostare il *focus*

di interesse verso nuovi ambiti non ancora esplorati; allo stesso tempo ha saputo attivare collaborazioni con diverse istituzioni per affermarci sul territorio come istituzione affidabile e capace.

Il museo deve ora saper sfruttare il grande laboratorio del 2011 per migliorare la conoscenza del pubblico (potenziale e già fidelizzato) e per riuscire a rimettere al centro il patrimonio d'arte che è chiamato a curare e valorizzare.

Punti di forza

- Collaborazione con altre istituzioni
- Interdisciplinarietà
- Sperimentazione di nuove formule
- Rispetto del budget a disposizione

Margini di miglioramento

- Programmazione e progettazione condivisa
- Contatti con studenti universitari
- Profilazione del pubblico partecipante alle attività attraverso indagini specifiche

NOTE

¹ Bèlager 2004; Cooper 2007, p. 158.

² Kotler, Kotler 2004, pp. 52-58. Hooper-Greenhill, 2000, pp. 32-36. Hein, 1998, p. 165.

³ V. Marchis, G. Dardanello, *Alla scoperta dell'infinito. Arti e scienze in epoca barocca* (17 novembre); A. Favole, S. Baiocco, *Il Rinascimento: Frammenti di umanità* (1 dicembre); M. G. Messina, R. Lumley, G. Petrillo, *L'Arte Povera: attualità di un bilancio* (15 dicembre).

⁴ Proprio il confronto diretto di pubblico tra i cicli dedicati ad arte e storia e le conferenze di *Risorgimento in musica* sancisce un rapporto di 1/3 a favore degli appuntamenti musicali. Anche la presentazione della rivista di Palazzo Madama, la conferenza di E. Greppi per il 50° anniversario della *Carta Sociale Europea* e l'incontro a cura

di Peppino Ortoleva *Vivere di cultura* si attestano sullo stesso *range* di presenze che superano di poco il numero di partecipanti richiamati dagli incontri settimanali a tema (*Ora d'Arte*) che il museo organizza dal 2009 con l'intento di far conoscere il lavoro dietro le quinte, di creare un legame più stretto tra i curatori e il pubblico attraverso un contatto diretto con le opere.

⁵ Lampis 2008.

⁶ *Rapporto sul mercato dei beni artistici*, a cura di Osservatorio sul Mercato dei Beni Artistici (OMBA) a cura di Nomisma - Società di Studi Economici, Università LUM Jean Monnet, Bologna 2011, pp. 71-75.

⁷ www.palazzomadamatorino.it.

⁸ Hughes 1988, p. 53.

⁹ Sulla base di un calendario prestabilito sono stati offerti 35 percorsi.

¹⁰ Dal 2009 gli studenti dello IED si confrontano

insieme ai conservatori e agli insegnanti con le opere di arte decorativa del museo (dal velluto, ai merletti, ai cammei), producendo una serie di interpretazioni sul tema che a fine corso vengono esposte a Palazzo Madama (http://palazzomadamatorino.it/gallery.php?id_pagina=641; http://www.palazzomadamatorino.it/mostra.php?id_evento=79).

¹¹ Nel 2010 quattro date sono andate perse per mancanza di richieste e 8 date hanno visto la celebrazione di un solo matrimonio. I dati forniti da Città di Torino indicano che l'età media delle coppie che si sposano a Palazzo Madama è di 41 anni, più maturi dunque rispetto all'età media di 33 anni per lo sposo e di 30 per la sposa che registra ISTAT nelle sue indagini demoscopiche (si veda http://www3.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/20110518_00/testointegrale20110518.pdf).

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

Bèlager P., *Nuove visioni sul "Lifelong learning"*, in M. Sani (a cura di), *Musei e Lifelong Learning. Esperienze educative rivolte agli adulti nei musei europei*, Istituto per i Beni Artistici Culturali e Naturali della Regione Emilia-Romagna, Bologna 2004.

Cooper D.D., *Is civic discourse still alive?*, *Museums & Social Issues*, 2 (2), 2007, pp. 154-164: 158.

Hein G., *Learning in the museum*, Routledge, London-New York 1998.

Hooper-Greenhill E., *Nuovi valori, nuove voci, nuove narrative: l'evoluzione dei modelli comunicativi nei musei d'arte*, in S. Bodo (a cura di), *Il museo relazionale. Riflessioni ed esperienze europee*, Edizioni Fondazione Giovanni Agnelli, Torino 2000, pp. 1-39.

Hughes C., *Museum Theatre: Communi-*

cating with Visitors through Drama, Heinemann, Portsmouth, NH, 1988.

Kotler N., Kotler P., *Marketing dei musei. Obiettivi, traguardi, risorse*, Einaudi, Torino 2004.

Lampis A., *Arte contemporanea, allestimenti e cura del pubblico*, 2008, in <http://www.fizz.it/home/articoli/2008/74-arte-contemporanea-allestimenti-e-cura-del-pubblico>.