

Una visita 2.0 – Indagine di verifica e valutazione del gradimento, del rapporto di fruizione e dell’impatto cognitivo delle installazioni multimediali e interattive del Museo Martinitt e Stelline sulle diverse tipologie di pubblici museali. Prima sperimentazione con il pubblico in età scolare.

Autore

Veronica Pandiani, veronica.pandiani@gmail.com

Master in Servizi educativi per il patrimonio artistico, dei musei storici e di arti visive – X^a edizione - A.A. 2012/2013

Sezione progetti

Sede del tirocinio: Museo Martinitt e Stelline di Milano

Tutor museale: Cristina Cenedella, Direttrice del Museo (archivio.storico@pioalbergotrivulzio.it)

Con questo progetto si è voluta valutare il gradimento, la fruizione e l’efficacia delle installazioni multimediali del Museo che ne caratterizzano l’allestimento.

SCHEDA DI PROGETTO

Titolo

Una visita 2.0 – Indagine di verifica e valutazione del gradimento, del rapporto di fruizione e dell’impatto cognitivo delle installazioni multimediali e interattive del Museo Martinitt e Stelline sulle diverse tipologie di pubblici museali. Prima sperimentazione con il pubblico in età scolare.

Breve presentazione del contenuto del progetto (sintesi)

Il progetto consiste in un’indagine volta a conoscere i livelli di gradimento, il rapporto di fruizione e l’impatto cognitivo che le installazioni multimediali e interattive del percorso espositivo hanno sulle diverse tipologie di pubblici del Museo. Il fine ultimo è quello di raccogliere delle informazioni rispetto alla reale percezione che i visitatori hanno del Museo, allo scopo di modificare *ad hoc* le modalità di comunicazione/mediazione del patrimonio.

L’indagine si articola in quattro fasi.

Fase 1: reclutamento dei gruppi di persone che corrispondono alla tipologia di pubblico sul quale il Museo ha deciso di lavorare (adulti, anziani, migranti...), in questa prima sperimentazione, pubblico in età scolare.

Fase 2: compilazione autonoma dei questionari, uno prima e uno subito dopo la visita al museo.

Fase 3: *follow-up* a distanza di due mesi per compilare l’ultimo questionario.

Fase 4: raccolta, elaborazione, analisi, interpretazione dei dati derivanti dai questionari e stesura della relazione di progetto.

Gli attori coinvolti – la rete di progetto

- Ente promotore del progetto: Museo Martinitt e Stelline, servizi educativi
- Istituzioni partner: - associazioni di anziani (Auser, Lega del filo d’argento, UTE...)
 - associazioni di migranti
 - centri di aggregazione giovanile
 - università
 - scuole primarie e secondarie

Nel caso della sperimentazione del mese di ottobre 2013 con il pubblico in età scolare, le istituzioni *partner* sono state:

- Istituto Comprensivo Statale “G. A. Bossi” di Busto Arsizio (Varese)
- Istituto Comprensivo “Maffucci” – Scuola primaria “Marie Curie” di Milano

I destinatari

Il presente progetto di verifica e valutazione sul rapporto tra pubblico museale e nuove tecnologie è stato pensato quale metodologia applicabile nella conduzione di un’indagine su gruppi significativi di persone che afferiscono alle diverse tipologie di pubblici reali (adulti, scolaresche, universitari, anziani, turisti, famiglie) o potenziali (disabili, migranti, giovani non più scolarizzati...) del Museo Martinitt e Stelline.

Nel caso specifico di ottobre 2013 si è scelto di sperimentare il progetto con il pubblico in età scolare. I destinatari sono quindi stati i circa 90 alunni delle scuole primarie e secondarie di I grado che hanno aderito all’iniziativa.

Gli operatori – *Équipe* di progetto

Il progetto ha coinvolto il personale del Museo Martinitt e Stelline e alcuni docenti del *Master in Servizi educativi per il patrimonio artistico, dei musei storici e di arti visive*:

- Cristina Cenedella, direttore del Museo (supervisione);
- Elisabetta Crespi, esperta di sociologia e metodologia della ricerca sociale, docente del Master (consulente);
- Silvia Mascheroni, esperta di educazione al patrimonio culturale e docente del Master (consulente);
- Grazia Massone, esperta di educazione attraverso l’arte e coordinatrice del Master (consulente);
- Veronica Pandiani, stagista del Museo e allieva del Master (progettazione e responsabile della sperimentazione);

- Adriana Salviato, referente amministrativo e responsabile dei servizi educativi del Museo (aiuto nel reclutamento delle classi; gestione delle prenotazioni; aiuto nella conduzione della sperimentazione);
- Lara Aleotti, Ambra Anselmo e Mery Squillace, stagiste del Museo nell'area comunicazione e *fundraising* (osservazione partecipata e documentazione della sperimentazione condotta con i gruppi-classe).

La formazione

Il progetto è stato caratterizzato da un'intensa fase pre-progettuale, consistita in una lunga autoformazione interna al Museo della stagista Veronica Pandiani. Le prime settimane sono state dedicate alla conoscenza dell'istituzione museale, delle sue finalità, collezioni, storia e dinamiche operative interne. La familiarità con l'ambiente di lavoro è stata raggiunta grazie:

- l'osservazione partecipata e la conduzione di visite guidate e laboratori didattici con scolaresche di vario ordine e grado;
- studio del libro dei visitatori;
- brevi chiacchierate informali con la direttrice, la responsabile dei servizi educativi e gli educatori museali;
- lo studio del catalogo del Museo *La storia va in scena. Appunti di museologia dal percorso di realizzazione del Museo Martinitt e Stelline di Milano*;
- la preesistente conoscenza del Museo dovuta alla frequentazione dello stesso a partire dal 2011, per raccogliere le informazioni necessarie alla stesura della tesi di laurea magistrale.

A ciò è seguito un lungo periodo di studio e ricerca sui temi specifici del progetto suggerito dalle docenti del Master e concordati con la dott.ssa Cenedella: la verifica/valutazione del gradimento, dell'utilizzo e dell'impatto cognitivo delle nuove tecnologie caratterizzanti il percorso espositivo del Museo Martinitt e Stelline sui pubblici dell'Istituzione museale, argomento pressoché estraneo al percorso di formazione intrapreso fino ad allora da Veronica Pandiani. Si è quindi proceduto per piccoli *step*:

- creazione di una bibliografia di riferimento il più esaustiva possibile sull'argomento (saggi, pubblicazioni di ricerche già realizzate in questi ambiti, consigli pratici, esperienze vissute da altri musei...);
- ricerca di esempi di indagini già condotte nell'ambito della verifica/valutazione, con una particolare attenzione al panorama italiano, spaziando da quelle realizzate sui pubblici dei musei, alle indagini osservanti sui comportamenti di fruizione e quelle di *customer satisfaction*;
- approfondimento dei vari strumenti e strategie utilizzabili.

Parallelamente a tutto questo lavoro è anche iniziata un'analisi approfondita del Museo, riguardo l'andamento dei visitatori nei primi anni di vita dell'Istituzione (inaugurata nel gennaio del 2009) e le risorse che si potesse realmente mettere in campo, al fine di capire quale fosse l'effettivo *status quo* e progettare un'indagine *ad hoc*, realizzabile e sostenibile.

Una volta definita la metodologia da applicare nell'indagine e dopo aver predisposto gli strumenti necessari, si è deciso di condurre una prima sperimentazione con il pubblico in età scolare, adattando l'intero progetto a questa precisa tipologia di pubblico. Veronica Pandiani si è quindi occupata della formazione degli altri operatori chiamati in gioco nel progetto: la dott.ssa Adriana Salviato nelle vesti di guida durante le visite e somministratrice dei questionari; Lara Aleotti, Ambra Anselmo e Mery Squillace quali somministratrici dei questionari e documentatrici della sperimentazione. La formazione è consistita in un incontro plenario di un'ora circa, durante il quale è stato illustrato il progetto in ogni suo dettaglio e sono stati chiariti i ruoli da assumere durante la sua realizzazione.

Gli obiettivi

- Fornire al Museo una metodologia d'indagine dei suoi pubblici che permetta di raccogliere dati riguardanti l'apprezzamento, le modalità di fruizione e l'impatto cognitivo della visita museale, con una particolare attenzione al ruolo delle installazioni multimediali e interattive del percorso espositivo;

- pensare a una metodologia e a degli strumenti d'indagine che siano applicabili – con i dovuti aggiustamenti di forma, linguaggio e modalità di somministrazione – alle diverse tipologie di pubblici reali o potenziali del Museo;
- favorire il Museo nell'acquisizione di informazioni quantitative e qualitative che permettano di ripensare/progettare modalità di comunicazione e mediazione del patrimonio, nell'ottica di una maggiore considerazione delle esigenze dei pubblici;
- favorire il Museo nell'acquisizione di informazioni riguardo la reale percezione che le diverse tipologie di pubblico hanno del Museo, che potrebbe essere discordanti rispetto a quella attesa;
- verificare se le nuove tecnologie siano validi strumenti di mediazione del patrimonio o siano vissute dai pubblici come l'abbaglio ludico che ostacola e non facilita la comunicazione del patrimonio culturale e dei punti della *mission* del Museo;
- pubblicizzare in positivo il Museo; avvicinare nuovi pubblici o incrementarli, e far conoscere loro questa nuova realtà grazie alla visita guidata gratuita offerta nell'ambito del progetto.

Da quando, per quanto

Il progetto – dalla sua creazione alla rielaborazione dei dati raccolti – è durato complessivamente 10 mesi, da aprile 2013 a gennaio 2014. Le fasi costitutive sono iniziate con la pre-progettazione di aprile 2013; alla fine di ottobre ha avuto luogo la sperimentazione con il pubblico in età scolare, seguita dalla successiva fase di messa a punto; a gennaio 2014 sono stati compilati gli ultimi questionari del *follow-up* e sono stati rielaborati i dati raccolti.

Come si articola – Le fasi di lavoro

Pre-Progettazione

Aprile-giugno 2013

Autoformazione interna al Museo della stagista Veronica Pandiani:

1. Conoscenza approfondita del Museo (finalità, collezioni, storia e dinamiche operative). Gli strumenti di studio sono stati:
 - l'osservazione partecipata, la conduzione di visite guidate e laboratori didattici con scolaresche di vario ordine e grado;
 - studio del libro dei visitatori;
 - brevi chiacchierate informali con la direttrice del Museo, la responsabile dei servizi educativi e gli educatori museali;
 - lo studio del catalogo del Museo *La storia va in scena. Appunti di museologia dal percorso di realizzazione del Museo Martinitt e Stelline di Milano*;
 - la pre-esistente conoscenza del Museo dovuta alla frequentazione dello stesso a partire dal 2011, per raccogliere le informazioni necessarie alla stesura della tesi di laurea magistrale.
2. Raccolta di dati preliminari (numero visitatori, risorse umane disponibili...) per verificare in modo approfondito quali fossero le caratteristiche dell'Istituzione all'interno della quale operare; analisi degli strumenti e delle metodologie messe in atto fino a quel momento per verificare il gradimento, il rapporto di fruizione e la percezione del Museo da parte dei visitatori. Gli strumenti di studio sono stati:
 - tabelle e dati elaborati gli anni precedenti e riguardanti l'andamento, il numero, la tipologia di visitatori del Museo, la natura delle iniziative promosse;
 - studio dei questionari di gradimento proposti ai visitatori gli scorsi anni.

Parallelamente si è consumato il lungo periodo di ricerca riguardo ai temi specifici del progetto (la verifica/valutazione del gradimento, dell'utilizzo e dell'impatto cognitivo delle nuove tecnologie caratterizzanti il percorso espositivo del Museo Martinitt e Stelline sui pubblici dell'Istituzione museale), argomenti pressoché estranei al percorso di formazione intrapreso fino ad allora da Veronica Pandiani. Si è quindi proceduto per piccoli *step*:

1. creazione di una bibliografia di riferimento il più esaustiva possibile sull'argomento (saggi, pubblicazioni di ricerche già realizzate in questi ambiti, consigli pratici, esperienze vissute da altri musei...);

2. ricerca di esempi di indagini già condotte nell'ambito della verifica/valutazione, con una particolare attenzione per il panorama italiano, spaziando da quelle realizzate sui pubblici dei musei, alle indagini osservanti sui comportamenti di fruizione e quelle di *customer satisfaction*;
3. approfondimento sui vari strumenti e strategie utilizzabili.

Progettazione

Luglio 2013:

- Stesura della prima bozza della scheda di progetto;
- elaborazione dei tre questionari da somministrare al pubblico prima, subito dopo e a distanza di due mesi dalla visita al Museo;
- creazione della scheda metodologica per lo svolgimento della visita guidata;
- predisposizione della scheda di osservazione dei comportamenti dei visitatori durante la visita.

Luglio-agosto 2013

- Revisione di tutto il materiale prodotto da parte di Veronica Pandiani
- Correzione da parte delle docenti del Master

Attuazione

Settembre 2013

- Decisione di avviare la sperimentazione con il pubblico in età scolare;
- calibrazione degli strumenti di rilevazione (questionari) e delle modalità di somministrazione in relazione a questa specifica tipologia di pubblico;
- creazione dell'iniziativa *Ottobre mese della sperimentazione* al fine di reclutare gruppi-classe per la sperimentazione gratuita: presa di contatti con i docenti dell'indirizzo del Museo, *recall* telefonica e via *e-mail*;
- predisposizione di una liberatoria per le riprese video e fotografiche degli alunni ai fini della documentazione del progetto;
- gestione delle prenotazioni.

Ultima settimana di ottobre 2013

- Sperimentazione gratuita con due classi quinte di scuola primaria e 41 alunni di classe terza della scuola secondaria di I grado: visita guidata e compilazione dei primi due questionari, uno prima e uno immediatamente dopo la visita.

Gennaio 2014

- Compilazione del terzo e ultimo questionario;
- raccolta, analisi, elaborazione e interpretazione dei dati;
- stesura della relazione di progetto.

Per quanto concerne la documentazione e la verifica/valutazione, rimando alle sezioni specifiche della presente scheda.

Le strategie e gli strumenti

Pre-progettazione e progettazione

Le strategie

1. Osservazione partecipata alle attività proposte dal Museo e la partecipazione ad ogni momento della vita dell'Istituzione, al fine di comprenderne profondamente meccanismi di funzionamento, limiti, reali risorse disponibili e poter pensare a un progetto realizzabile nel concreto.
2. Studio approfondito di esperienze analoghe già vissute da altre realtà culturali e non.

Gli strumenti

1. I questionari di gradimento proposti da Museo e compilati negli anni passati dai visitatori al termine della loro visita; altri esempi di questionari di gradimenti, di *customer satisfaction*, di indagini osservanti e sui pubblici museali.
2. I testi della bibliografia.

Attuazione dell'indagine

Le strategie

1. "Reclutamento" di 100 soggetti che afferiscono a una determinata categoria di pubblico sulla quale si è deciso di indagare.

2. Offrire una visita guidata gratuita al percorso espositivo del Museo in cambio della partecipazione a tutte le fasi di rilevazione.
3. Realizzare una visita guidata poco "invasiva", che comunichi solo le informazioni che il visitatore avrebbe potuto ricavare da solo dal video introduttivo, dal *vademecum* del Museo, dalle didascalie di sala, in modo tale da influenzare il meno possibile il suo giudizio e la sua percezione dello stesso.
4. Auto compilazione dei questionari in forma anonima da parte di ognuno dei partecipanti, in modo tale da rendere il soggetto libero di esprimere le proprie opinioni, arginando il problema della desiderabilità sociale.
5. La creazione di una griglia di osservazione che prevede risposte chiuse e molto definite che lasciano poco spazio all'osservazione e alla possibilità di descrivere prima di dare un giudizio/valore a ciò che accade, e la rendono utilizzabile anche da operatori non allenati ai metodi della ricerca etnografica.
6. L'indagine osservante durante la visita per registrare i comportamenti e il rapporto di fruizione con le installazioni multimediali e interattive.
7. La presenza di operatori formati rispetto al progetto nella fase di realizzazione delle visite guidate, somministrazione dei questionari e osservazione dei comportamenti di fruizione.
8. Nella fase del *follow-up* a distanza di due mesi dalla visita, essendo i partecipanti un gruppo "istituzionalizzato" riconducibile a una realtà precisa, in luogo dell'intervista telefonica o via *e-mail*, l'operatore museale si è recato di persona a somministrare il terzo e ultimo questionario, raccogliendo tutti quelli del gruppo agevolmente, in una volta sola.

Gli strumenti

1. Tre questionari compilati del visitatore immediatamente prima e dopo la visita; a distanza di due mesi.
2. Scheda predefinita da compilare a cura dell'osservatore durante la visita, per registrare i comportamenti e il rapporto di fruizione con le installazioni multimediali e interattive.

La documentazione

Le strategie

1. Presenza di un operatore formato rispetto al progetto che conducesse un'osservazione partecipata.
2. Aver avvisato preventivamente i partecipanti (nel caso della sperimentazione coi minorenni, i genitori, che hanno firmato la liberatoria) della presenza di questo osservatore, che avrebbe anche realizzato degli scatti fotografici. Ciò ha permesso la creazione di un clima "amichevole" con questa figura e limitato l'effetto di straniamento e sorpresa dei ragazzi che avrebbe potuto intralciare il normale svolgimento dell'attività.

Gli strumenti

1. La liberatoria per effettuare riprese audio, video e fotografiche durante lo svolgimento dell'attività.
2. La macchina fotografica per realizzare gli scatti.

Il momento di verifica e valutazione

Le strategie

1. Partecipazione di personale formato sul progetto nella fase di controllo della corretta compilazione dei questionari.
2. La stesura di una relazione finale di progetto mirata a valutare la reale efficacia della metodologia e degli strumenti messi in campo in funzione degli obiettivi prefissati, nonché dei risultati ottenuti.

Gli strumenti

1. La relazione finale di progetto.

La produzione

I partecipanti alla rilevazione sono stati chiamati a compilare tre questionari, uno immediatamente prima e uno subito dopo la visita guidata alle sale del Museo, e uno a distanza di due mesi.

La documentazione

La documentazione delle varie fasi del progetto è stata gestita e raccolta da Veronica Pandiani, e realizzata con l'aiuto di osservatori durante la sperimentazione dell'indagine con il pubblico in età scolare.

Essa comprende:

- le varie versioni della scheda metodologica per la conduzione della visita guidata e della scheda di osservazione del pubblico durante la stessa;
- la bibliografia specifica e il materiale riguardante il Museo;
- materiale di lavoro eterogeneo (appunti, considerazioni dopo le chiacchierate informali con il personale del Museo ...);
- le fotografie dei vari momenti del progetto realizzate durante la sperimentazione gratuita con il pubblico in età scolare;
- la tesi di Master di Veronica Pandiani.

La verifica e la valutazione

Il monitoraggio del progetto è stato operato sostanzialmente dall'ideatrice del progetto, Veronica Pandiani. Una verifica ex ante la progettazione delle rilevazioni ha riguardato le caratteristiche del Museo, dei suoi visitatori, delle risorse umane e finanziarie disponibili. Essa è stata condotta grazie all'osservazione partecipata di ogni aspetto della vita del Museo (in particolar modo di quelli che hanno implicato il rapporto coi pubblici: visite guidate, laboratori didattici, conferenze...), alla conoscenza approfondita dei ruoli di ogni componente dell'organico, alle chiacchierate informali con la direttrice.

Si è poi verificato un monitoraggio in itinere (condotto da Veronica Pandiani e dalle somministratrici dei questionari, dott.ssa Adriana Salviato e Mery Squillace) riguardante la corretta e completa compilazione dei questionari da parte dei partecipanti delle rilevazioni.

In conclusione, la verifica ex post si è concretizzata nella stesura della relazione finale di progetto, mirata a valutare la reale efficacia della metodologia e degli strumenti messi in campo in funzione degli obiettivi prefissati, nonché dei risultati ottenuti.

La presentazione e la pubblicizzazione

Il progetto è stato pubblicizzato presso i docenti i cui contatti sono presenti nella *newsletter* del Museo, telefonicamente e via *e-mail*. Tale azione si è resa necessaria per il reclutamento dei gruppi-classe da inserire nella sperimentazione gratuita.

Punti di forza individuabili

- La possibilità di conoscere e comprendere in modo mirato e circoscritto il gradimento, la modalità di fruizione e l'impatto cognitivo delle installazioni multimediali e interattive relativamente alla tipologia di pubblico che si intende indagare;
- la possibilità di acquisire una serie di informazioni utili per poter progettare attività educative/di comunicazione, che tengano conto della reale percezione del Museo e del suo patrimonio culturale da parte delle diverse tipologie di pubblico;
- la possibilità di ottenere dei risultati mirati in un tempo ragionevolmente breve.

Criticità individuabili

- La ristrettezza delle risorse umane da poter impiegare nel progetto e l'impossibilità di ricorrere a personale specializzato;
- la desiderabilità sociale potrebbe inibire i partecipanti nella compilazione dei questionari e viziare le loro risposte;
- i questionari sono stati creati con una mentalità umanistica, con delle domande forse troppo dirette e senza tener conto di metodologie e tecniche statistiche;
- il non aver raggiunto il campione significativo di 100 soggetti nella sperimentazione con il pubblico in età scolare e la conseguente scarsa attendibilità dei risultati;
- la minore attendibilità dei questionari somministrati in maniera corale agli alunni delle scuole primarie rispetto a quelli auto compilati singolarmente dagli allievi della scuola secondaria durante la sperimentazione;
- la difficoltà nell'elaborazione e nella corretta comprensione dei dati da parte di personale non specializzato,

- la difficoltà incontrata nel voler ottenere risultati qualitativi da uno strumento principalmente quantitativo.

Elementi/aspetti da consolidare

- La metodologia e i contenuti della visita guidata, in modo da arrivare ad influenzare il meno possibile il giudizio e la percezione del pubblico;
- pensare ad un altro modo alternativo alla visita guidata per attirare i pubblici al Museo, in modo da limitare sempre di più di influenzare i partecipanti alla rilevazione;
- la griglia di osservazione prevede risposte chiuse e molto definite che lasciano poco spazio all'osservazione e alla possibilità di descrivere prima di dare un giudizio/valore a ciò che accade;
- semplificare le domande dei questionari e renderle più neutre;
- individuare dei criteri e dei parametri di riferimento più oggettivi, matematici e statistici cui riferirsi nell'elaborazione dei dati.