



SISTEMA MUSEALE  
TERRITORIALE  
CASTELLI ROMANI  
E PRENESTINI

ISSN 2974-6078

# MUSEUMGRANDTOUR

Papers online



NUMERO 1 | 2022

# MUSEUMGRANDTOUR – *Papers online*

Rivista on line del Museumgrandtour  
Sistema Museale territoriale dei Castelli Romani e Prenestini

*Direttore:*

Massimiliano Valenti

*Comitato di Direzione:*

Luca Attenni, Valeria Beolchini, Maurizio Chirri, Maria Teresa Ciprari, Federica Colaiacomo,  
Giuliana D'Addezio, Monica Di Gregorio, Federico Florindo, Francesca Galli,  
Eleonora Gregorio, Roberta Iacono, Angelo Luttazzi, Massimiliano Valenti

*Segreteria di redazione:*

Luca Attenni, Valeria Beolchini, Maurizio Chirri, Francesca Galli,  
Eleonora Gregorio, Roberto Libera

*Comitato scientifico:*

Alberta Campitelli, Giovanna Cappelli, Dora Catalano, Valter Curzi, Giovan Battista Fidanza,  
Luigi Miraglia, Antonio Pizzo, Daniele Parbuono, Maurizio Parotto, Marcello Spanu,  
Rodolfo Maria Strollo, Nicola Terrenato

*Project Manager:*

Patrizia Di Fazio

*Web communication and designer:*

Williana Falce, Simona Soprano

*Grafica e impaginazione:*

Franco Mascioli

*Editore:*

XI Comunità Montana del Lazio  
Via della Pineta 117  
Rocca Priora (Rm)

*Periodico:*

Autorizzazione Tribunale di Velletri n. 1/2022 del 31.01.2022

ISSN 2974-6078

Tutti i diritti sono riservati

*Il presente contenuto risponde alle norme della legislazione italiana in materia di proprietà intellettuale ed è di proprietà esclusiva dell'Editore ed è soggetta a copyright. Le opere presenti nel sito possono essere consultate, scaricate e riprodotte su supporto cartaceo per uso strettamente personale, escludendo qualsiasi uso di tipo commerciale. Qualsiasi altro tipo di riproduzione è vietato, salvo accordi preliminari con l'Editore.*

# Indice

<b>Contributi</b>	S. BORGHESANI, G. D'ADDEZIO, M. DI GREGORIO, M. VALENTI <i>Museumgrandtour: la rete dei Musei per un modello di valorizzazione culturale del territorio.</i>	<b>pag. 7</b>
	A. LUTTAZZI <i>Sulla scoperta di due statuette di bronzo di epoca arcaica nell' antico distretto di Signia, oggi territorio del Comune di Colleferro</i>	<b>pag. 23</b>
	M. VALENTI <i>Il complesso archeologico del Barco Borghese, a Monte Porzio Catone</i>	<b>pag. 31</b>
	V. BEOLCHINI, P. DIARTE-BLASCO, G. MANDATORI, M. MORENO-GARCÌA, L. PEÑA-CHOCARRO <i>Il circuito murario medievale della rocca di Tusculum: un rito di fondazione di XII secolo?</i>	<b>pag. 57</b>
	R. IACONO <i>Dal Palazzone al Palazzetto al Corso, una storia al contrario. Le residenze Barberini a Palestrina</i>	<b>pag. 77</b>
	E. GREGORIO <i>Duilio Cambellotti: le decorazioni per la Scoletta di Colle di Fuori</i>	<b>pag. 95</b>
	R. LIBERA <i>Le processioni mariane, tra identità culturale e riaffermazione esistenziale</i>	<b>pag. 103</b>
	G. D'ADDEZIO <i>Il libro dei commenti di mostre scientifiche temporanee: analisi e prospettive</i>	<b>pag. 109</b>
<b>Notiziario dei Musei</b>	<i>Attività dei Musei 2018-2019</i>	<b>pag. 121</b>
<b>Recensioni</b>	<i>A. Di Lorenzo – T. Leone, Alla scoperta delle ville dei Papi. Un viaggio esclusivo nel Seicento Romano. Guida Turistico – Culturale, Roma 2018, pp. 378, Palombi editore, ISBN 978-88-6060-812-3 (M. Di Gregorio)</i>	<b>pag. 155</b>
<b>Rassegna bibliografica</b>	<i>2018-2019</i>	<b>pag. 159</b>



## CONTRIBUTI





# Il libro dei commenti di mostre scientifiche temporanee: analisi e prospettive\*

Giuliana D'Addezio

## INTRODUZIONE

L'organizzazione di attività divulgative ha tra i principali obiettivi quello di intercettare in modo efficace l'esperienza dei destinatari delle attività e di analizzare le ricadute cognitive e emotive. Le indagini sui visitatori rappresentano una risorsa fondamentale per avere un riscontro qualitativo e quantitativo dell'esperienza di visita, un parametro fondamentale per procedere alla valutazione dell'efficacia dell'azione divulgativa e stimare se questa azione è stata in grado di raggiungere gli obiettivi attesi<sup>1</sup>. Gli studi condotti nei musei hanno interessato diverse discipline, dalla museologia, alla psicologia, alla didattica, alla sociologia, all'economia<sup>2</sup>. Tradizionalmente questi studi hanno analizzato principalmente il profilo socio-demografico del visitatore, in seguito si sono aggiunti studi sulla ricaduta della visita in ambito cognitivo, finalizzati ad analizzare se l'esperienza di visita ha contribuito ad accrescere le conoscenze del visitatore<sup>3</sup>. Parallelamente sono state sviluppate metodologie di analisi sull'efficacia del percorso di visita e della modalità di fruizione, a cui si sono infine aggiunti studi con finalità economiche, utili per poter effettuare adeguate scelte di marketing<sup>4</sup>.

Questa ricerca si propone di svolgere un'analisi sul libro delle firme per rilevare informazioni sulle impressioni di visita, recepire eventuali suggerimenti e testimonianze delle sensazioni e delle emozioni suscitate dalla visita e, in generale, raccogliere giudizi sull'esperienza svolta dal visitatore. L'obiettivo è quello di ampliare le prospettive di indagine e contribuire ad aggiungere un altro tassello alla definizione del profilo del visitatore, fornendo un ulteriore elemento metodologico. I libri dei commenti rappresentano una risorsa per ascoltare la voce dei visitatori che scelgono di lasciare un segno, un commento, un apprezzamento, ma anche una critica. Tali messaggi sono generalmente scritti a mano e non strutturati a priori. Questa ricerca parte dal lavoro di Laura Corcione<sup>5</sup>, tra i primi in Italia ad affrontare uno studio puntuale e approfondito sul contenuto del libro delle firme, un tema che rimane tuttora poco affrontato<sup>6</sup>.

I dati utilizzati nella ricerca sono stati raccolti nel corso dell'allestimento museale ideato e organizzato dall'Istituto Nazionale di Geofisica e Vulcanologia (INGV), al Festival della Scienza di Genova 2017: *L'immagine del Vulcano, dalle illustrazioni storiche alla grafica computazionale*<sup>7</sup>.

## ANALISI DEL CONTESTO

L'Istituto Nazionale di Geofisica e Vulcanologia, INGV ([www.ingv.it](http://www.ingv.it)), è un Ente Pubblico di Ricerca tra i più importanti a livello internazionale nel campo della geofisica. Fornisce un importante supporto

---

\* Il testo presentato in questa sede è già apparso in *Studi empirici di educazione museale*, cur. Poce A. (Edizioni scientifiche italiane, Napoli, ISBN 978-88-495-4063-5, 2019).

<sup>1</sup> *Pensare, valutare, ri-pensare* 2007.

<sup>2</sup> *Musei e pubblico* 2004.

<sup>3</sup> *Andare al museo* 2002; *La ricerca nei musei* 2008.

<sup>4</sup> BOLLO 2004; VERTECCHI – AGRUSTI 2008; *Marketing del cultural heritage* 2012.

<sup>5</sup> CORCIONE 2015.

<sup>6</sup> MIGLIETTA – BOERO – BELMONTE 2012.

<sup>7</sup> Per ulteriori informazioni: <http://festival2017.festivalscienza.it/site/home/programma-2017/immagine-del-vulcano.html>



a programmi di mitigazione del rischio sismico e vulcanico a scala globale e alla gestione di emergenze e svolge la sorveglianza sismica e vulcanica dell'intero territorio nazionale. L'INGV gestisce e collabora alla gestione di musei dedicati alla Geofisica e Vulcanologia. Attraverso l'ideazione di mostre, allestimenti scientifici permanenti e temporanei<sup>8</sup>, propone iniziative divulgative sulle tematiche di ricerca dell'Ente e in generale sulle Scienze della Terra<sup>9</sup>. Il Festival della Scienza di Genova ([www.festivalscienza.it](http://www.festivalscienza.it)), è uno dei più importanti appuntamenti di divulgazione scientifica in Italia. Nell'edizione 2017 la mostra INGV *L'immagine del Vulcano, dalle illustrazioni storiche alla grafica computazionale* è stata tra i 273 eventi presentati. L'obiettivo della mostra è stato quello di rappresentare un viaggio nel tempo e nello spazio per conoscere i vulcani italiani, Etna, Vesuvio, Vulcano, Campi Flegrei e il più famoso dei vulcani sottomarini: il Marsili. Partendo dalle antiche rappresentazioni iconografiche dei proto-naturalisti del passato, dalle rappresentazioni dei vulcani e delle loro impressionanti eruzioni, il percorso, attraverso postazione interattive multimediali e *hands-on*, arriva a descrivere i risultati delle ricerche scientifiche attuali e a presentare le complessità di simulazioni computazionali (fig. 1).

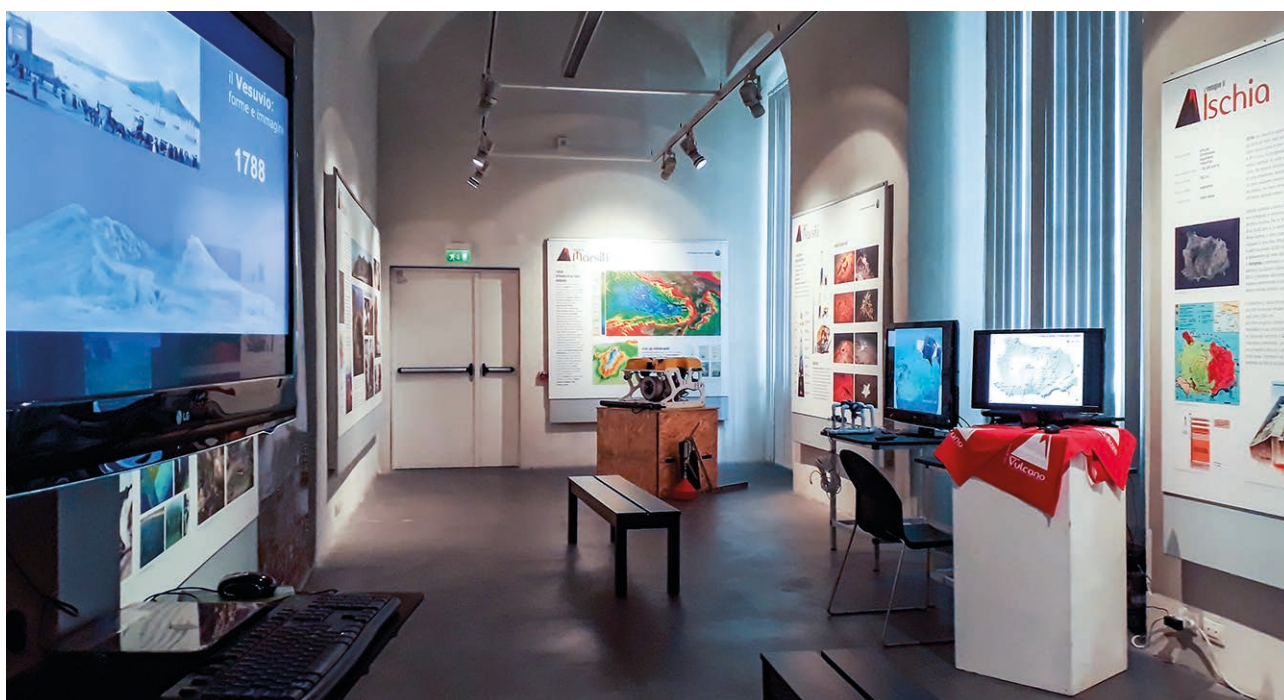


Fig. 1 – La parte terminale dell'area espositiva con le postazioni di gioco hands-on.

## IPOTESI DI RICERCA

Diversamente dai Musei o allestimenti di tipo artistico-figurativo ed etno-demo-atropologici, in cui nel visitatore è preponderante il coinvolgimento della dimensione estetica e affettiva, nei Musei scientifici l'esperienza comporta soprattutto stimoli di ordine intellettuale e culturale<sup>10</sup>. Questo non significa che negli allestimenti scientifici l'aspetto estetico venga trascurato anzi, il messaggio estetico viene studiato e modulato per garantire che l'esperienza emotiva favorisca il coinvolgimento intellettuale<sup>11</sup>. L'analisi del profilo demografico del visitatore, la misurazione degli effetti dell'attività formativa e sulle motiva-

<sup>8</sup> PAGLIUCA – GASPARINI – PIETRANGELI 2007; AVVISATI – DE VITA – DI VITO – MAROTTA – SANGIANANTONI – PELUSO – RICCIARDI – TULINO – UZZO – GHILARDI – DE NATALE 2015; D'ADDEZIO – GIORDANI – VALLE – RIPOSATI 2015.

<sup>9</sup> D'ADDEZIO – RUBBIA – MARSILI 2014.

<sup>10</sup> VERTECCHI 2003.

<sup>11</sup> RIPOSATI – D'ADDEZIO – CHESI – DI LAURA – PALONE 2016; COUNTS 2009.



zioni alla partecipazione alle attività divulgative, hanno fornito negli anni informazioni sul gradimento e l'efficacia della proposta formativa in vari contesti<sup>12</sup>. La comprensione della percezione del visitatore rappresenta un impegno sempre più complesso e viene affrontato attraverso differenti campi di studio. Oltre a conoscere le motivazioni della visita, l'aspetto essenziale per una efficace valutazione è analizzare come il visitatore percepisce il percorso, le aspettative e la soddisfazione durante o dopo la visita<sup>13</sup>. Il libro dei commenti raccoglie opinioni libere e non strutturate e può essere considerato come parte integrante dell'esposizione<sup>14</sup>. Nell'ipotesi di lavoro è stata sviluppata una metodologia d'indagine sul contenuto del libro dei commenti utile a:

- rappresentare una possibile chiave di interpretazione dei messaggi contenuti nel libro dei commenti;
- capire se le opinioni espresse possono essere analizzate in modo sistematico;
- fornire un contributo per lo studio sull'esperienza di visita e dare un input significativo alla pianificazione e gestione di iniziative divulgative.

## STATO DELL'ARTE

I primi studi sulle caratteristiche del pubblico dei musei sono stati svolti a partire dagli anni sessanta<sup>15</sup>. Da allora si sono moltiplicati, schematizzandosi e sistematizzando metodologie di rilevazione diverse: questionari autocompilati, interviste strutturate, osservazioni organizzate in base a vari criteri. L'intervista consente di indagare atteggiamenti, rappresentazioni mentali, pratiche sociali<sup>16</sup>; permette al visitatore di esprimersi liberamente ma ha il limite di essere molto impegnativo in termini di tempo, sia per i ricercatori che per i visitatori che devono rendersi disponibili, e implica la tendenza dell'intervistato a fornire la "risposta nobile"<sup>17</sup>. Il *focus group* permette la raccolta di informazioni su atteggiamenti e comportamenti precise e accurate da parte di chi partecipa, il pubblico però è generalmente restio a farsi coinvolgere. Più recentemente sono emersi due filoni di indagine centrati sui discorsi dei visitatori, prodotti durante la visita ad alta voce (*thinking aloud*) definiti *visitors' conversions* e *protocol analysis*, che analizzano le conversazioni prodotte dai visitatori all'interno di spazi museali<sup>18</sup>. All'indubbio vantaggio di permettere un'analisi molto particolareggiata e ricca di sfumature, anche in questo caso la ricerca comporta un dispendio di tempo soprattutto per i ricercatori che devono accompagnare il visitatore nel percorso e stimolare le sue reazioni. Il questionario autosomministrato è lo strumento più largamente diffuso perché consente di rilevare una gamma ampia, anche se rigida, di informazioni e di raggiungere un numero elevato di soggetti ad un costo contenuto<sup>19</sup>. Attraverso il questionario si possono facilmente rilevare le variabili di sfondo, quei fattori utili a descrivere le caratteristiche generali dei rispondenti come genere, età, nazionalità, titolo di studio, condizione lavorativa e così via. Con la diffusione delle commessioni digitali, si stanno diffondendo le ricerche sul rapporto tra pubblico e museo anche utilizzando i *social media*<sup>20</sup>. Questo tipo di analisi rischiano di essere poco controllabili e strutturabili e necessiteranno di accurate analisi per determinarne efficacia e potenzialità. Lo studio dei libri dei commenti è generalmente un mezzo di analisi poco utilizzato ma per le sue caratteristiche di spazio libero, informale e non strutturato può rappresentare un mezzo per rendere l'annotazione dell'esperienza del visitatore uno scambio più empatico e autentico.

<sup>12</sup> D'ADDEZIO – RUBBIA – MARSILI 2014; MUSACCHIO – PIANGIAMORE – D'ADDEZIO – SOLARINO – EVA 2015a; MUSACCHIO – LANZA – D'ADDEZIO 2015b.

<sup>13</sup> PACKER 2008; PEAKARIK 2007.

<sup>14</sup> MACDONALD 2005; ALEXANDER 2000.

<sup>15</sup> CAMERON – ABBEY 1961; BOURDIEU – DARBEL 1966.

<sup>16</sup> CORBETTA 1999.

<sup>17</sup> *Musei e pubblico* 2004.

<sup>18</sup> HEIN 1998.

<sup>19</sup> DICKENSON 1992; *La ricerca nei musei* 2008.

<sup>20</sup> EJARQUE 2015.

## METODOLOGIA DELLA RICERCA E STRUMENTI DI INDAGINE

Nel corso dell'analisi è stato necessario sviluppare una metodologia e definire le procedure per creare uno strumento per l'analisi del contenuto applicata al libro dei commenti, attraverso la descrizione obiettiva, sistematica e quantitativa del contenuto manifesto della comunicazione<sup>21</sup>. Le categorie di analisi sono state individuate partendo dai dati stessi. Dopo aver inquadrato l'oggetto dell'indagine, sono state definite le domande della ricerca, non tenendo conto di categorie presenti in altri studi per non precludere la possibilità di creare categorie non prese in considerazione in precedenza:

- caratteristiche demografiche del visitatore (adulto /bambino, uomo/donna ...);
- il comportamento del visitatore (lascia un commento, una firma, un segno del passaggio...);
- a chi si rivolge (es. organizzatori, animatori, ...);
- che tipo di esperienza ha avuto durante la visita.

Nella costruzione del disegno della ricerca si è preferito analizzare ogni commento nella sua completezza, non suddividendo i commenti più lunghi, o che presentavano commenti più complessi, in sotto-codifiche. La definizione delle categorie ha rispettato i criteri di:

- mutua esclusività delle categorie (ogni unità di analisi è stata attribuita solo ad una categoria);
- unicità nella regola di attribuzione alle categorie;
- esaustività (ogni unità di classificazione è stata attribuita ad una categoria).

La mostra è stata visitata in 8 giorni da circa 2000 visitatori (dati forniti dall'Associazione Festival della Scienza). Al termine della visita, i visitatori erano invitati ad utilizzare il libro delle firme per un commento. Lo spazio a disposizione era libero, non è stato inserito alcun elemento strutturato. Le visite, per gruppi di massimo di 25 persone, si sono svolte quasi esclusivamente con guida. Sulla base della lettura dei messaggi, è stata condotta un'analisi suddivisa in macro categorie, la prima riguardante le caratteristiche descrittive generali del tipo di dato, la seconda dedicata alle variabili socio-demografiche, una terza sull'analisi dell'argomento del commento e infine sul contenuto testuale dei commenti.

Per l'analisi del contenuto e per effettuare delle elaborazioni statistiche, i dati sono stati organizzati in una matrice Excel. Nella matrice sono stati inseriti 483 commenti/firme, tutti caratterizzati da una stringa di dati contenenti le informazioni codificate. La lingua utilizzata è, per più del 97% dei visitatori, l'italiano. Ogni singolo commento o semplice firma registrato sul libro rappresenta una stringa, un messaggio da analizzare. Il numero totale di parole presenti nel libro sono 1975, i messaggi hanno un minimo di 1 parola ed un massimo di 30, con una media di 4 parole. Di seguito vengono riportati i risultati ottenuti per le distribuzioni di frequenza per le variabili più significative. Osserviamo che sul totale di 483 dati inseriti, il 93,3% delle persone hanno apposto la firma, di queste il 48% oltre alla firma hanno lasciato un commento. Il 45% dei visitatori ha solo apposto la firma (fig. 2, A). Il 58% di messaggi è stato lasciato da bambini o ragazzi (fig. 2, B). Non essendo possibile un rilevamento oggettivo, l'attribuzione della fascia generazionale è stata fatta quando ragionevolmente evidente, per il 7% non è stata possibile una chiara attribuzione. Nel grafico C (fig. 2) sono mostrate le frequenze relative al genere dei visitatori. Per l'attribuzione del genere è stato utilizzato il nome di battesimo, quando indicato nelle firme, anche se per il 25% dei messaggi non è stato possibile determinarlo con sicurezza. Quello che emerge è che il 41% dei visitatori che lascia un commento è una donna, contro il 34% di uomini. Oltre all'analisi del contenuto delle variabili descrittive, un tentativo di dare un'idea del tipo di visitatore che lascia messaggi nel libro a fine percorso, è stata analizzato anche il significato del messaggio che il visitatore ha voluto lasciare.

<sup>21</sup>) BERELSON 1952.

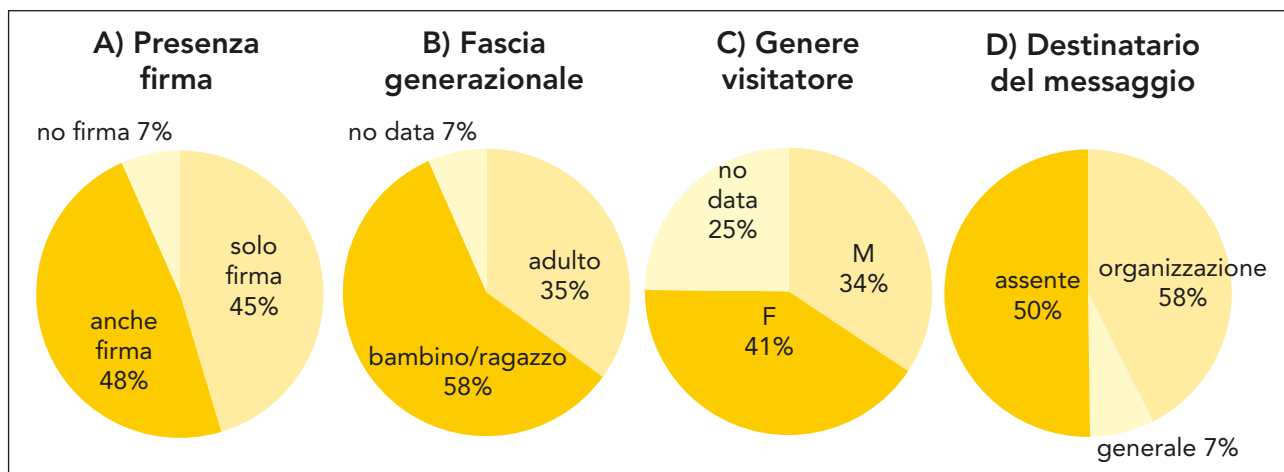


Fig. 2 – Grafici della distribuzione di frequenza: A) presenza firma nel messaggio; B) fascia generazionale; C) genere F=femminile, M=maschile; D) destinatario del messaggio.

Nel grafico di D (fig. 2) è riportata la distribuzione di frequenza ottenuta analizzando i dati per la variabile destinatario, se il messaggio è diretto agli organizzatori/operatore della mostra o se si tratta di un commento generale, filosofico, politico o personale. Nel 50% dei commenti non è presente nessun destinatario, dato simile alla percentuale del 45% di commenti con solo firma (fig. 2, A). Il 43 % dei commenti è indirizzato all’organizzazione, il 7% il commento non ha un destinatario specifico. Un altro contenuto codificato e analizzato è stato la presenza o meno di disegni ad accompagnare i messaggi. Il 15 % dei commenti è stato arricchito da un disegno. Il soggetto più rappresentato è stato il vulcano (fig. 3).



Fig. 3 – Alcuni dei disegni con soggetto un vulcano presenti nel libro delle firme.



Fig. 4 – Un commento negativo.

La variabile successiva analizza il gradimento e l’apprezzamento generale espresso dai visitatori/commentatori (Fig. 5). Il 50% dei visitatori/commentatori ha dato una valutazione sull’esposizione. Tra questi, il 48% dei commenti esprime una chiara valutazione positiva e il 2 % negativa (fig. 4). La Figura 4 riporta uno dei commenti negativi. Il disegno è estremamente chiaro: l’autrice, Giulia, ha trovato alcune parti del percorso difficili da capire.

Valutazione	frequenze assolute	frequenze %
Positiva	232	48
Negativa	8	2
non data	243	50
	483	100

Fig. 5 - Distribuzioni di frequenza della valutazione generale.

La tipologia di valutazione presente nei messaggi è stata ulteriormente analizzata individuando nel commento quello che fa riferimento alla sfera affettivo/emozionale. Nella Tabella 2 (fig. 6) è mostrata

la distribuzione di frequenza della valutazione affettivo/emozionale sia positiva che negativa. Per il 17,6% l'esperienza di visita è stata molto bella o bellissima (affascinante, emozionante ecc.), bella per l'8,1.

Sommando i due valori possiamo dire che per il 25% dei visitatori/commentatori l'esperienza emotiva e affettiva è stata positiva. Lo 0,6% ha provato l'esperienza brutta e 1% noiosa. Il 72,7% non ha espresso valutazioni su questo specifico aspetto. Il passo successivo è stato quello di individuare nel commento il riferimento all'esperienza cognitiva, suddivisa in valutazione dell'interesse, (per il 17% l'esperienza di visita è stata interessante) e l'utilità (per il 5% è stata utile). Sommando i due valori possiamo dire che il 22% ha espresso apprezzamento per il contenuto scientifico della mostra. Il 10% dei messaggi contiene espressioni di elogio, complimento, lode. Infine, 8,1 % dei visitatori/commentatori ha apprezzato le capacità di mediazione dell'animatore scientifico, lo 0,2% ha espresso critiche.

Valutazione affettiva/emozionale	frequenze assolute	frequenze %
Bello	39	8,1
Molto bello	85	17,6
Brutto	3	0,6

Fig. 6 – Distribuzioni di frequenza della valutazione affettiva-emozionale.

## CONCLUSIONI E CONSIDERAZIONI

Dall'indagine svolta sui contenuti del libro dei commenti raccolti nel corso della mostra INGV: *L'immagine del Vulcano, dalle illustrazioni storiche alla grafica computazionale*, sono emerse una serie di osservazioni generali utili a capire quali sono le caratteristiche del visitatore interessato a mostre scientifiche e quale è stata su questi visitatori la ricaduta emozionale e cognitiva. I visitatori, nel periodo in cui è stato disponibile il libro delle firme sono stati circa 2000, i messaggi analizzati sono stati 483, circa il 24 % del totale dei visitatori. Un primo dato è che la percentuale di visitatori che hanno utilizzato il libro è alta rispetto ad altre indagini<sup>22</sup>. Il 45% ha lasciato semplicemente una firma, il 55% ha lasciato un commento e il 15%, oltre al commento, un disegno. Il disegno è probabilmente utilizzato a rinforzo del messaggio, a testimoniare un coinvolgimento emotivo/visivo o per comunicare anche attraverso una illustrazione, che in genere rende più forte un messaggio fissandolo nella memoria. La media di 4 parole a messaggio indica che il visitatore utilizza preferibilmente uno stile telegrafico e sintetico, confermando quando già emerso negli studi precedenti riguardo la tendenza ad utilizzare il libro delle firme similmente a come scriverebbe un messaggio su una cartolina. In questo caso prevale l'esigenza di lasciare traccia del proprio passaggio, lasciare una firma per ricordare l'esperienza e dire: io c'ero. Dalle firme e dalla grafia emerge che per il 58% chi lascia un segno sul libro sono bambini o ragazzi, dato comprensibile considerando che la manifestazione è particolarmente seguita dalle scuole. È anche possibile il pubblico più giovane sia più invogliato a lasciare un messaggio, essendo meno a disagio o imbarazzo e spesso anche con meno barriere comportamentali. Il 41% è di genere femminile, dato che può indicare sia una effettiva presenza più numerosa di donne alla mostra, sia una tendenza maggiore delle donne a lasciare un messaggio. Un'alta percentuale dei messaggi, il 43%, è destinato agli organizzatori o comunque agli operatori della mostra. I commenti chiaramente positivi sono risultati essere il 48% del totale dei messaggi, negativi il 2%. Ne consegue che il 98% di chi lascia un commento sull'apprezzamento al percorso ha scelto di lasciare un commento positivo. Ringraziamenti e complimenti, sempre molto graditi da chi organizza l'allestimento, sono presenti nel 22% dei messaggi. L'8% esprime una valutazione sui mediatori della visita con generali espressioni di apprezzamento e solo uno 0,2% sono commenti critici. Rispetto alle ipotesi e alle domande della ricerca, l'analisi sistematica dei messaggi contenuti nel libro dei commenti indica che questa metodologia può rappresentare una preziosa chiave per analizzare le opinioni espresse dai visitatori, per fornire un contributo allo studio sull'esperienza di visita e indicare *input* alla pianificazione e gestione di iniziative divulgative.

<sup>22</sup> CORCIONE 2015.

In base ai risultati presentati, è possibile fare qualche considerazione sulla opportunità e validità di una analisi del contenuto del libro delle firme, alcuni dei quali già rilevati in letteratura<sup>23</sup>. Tra i vantaggi possiamo considerare che il libro dei commenti è per gli organizzatori economico e richiede scarso impegno di tempo. L'analisi dei testi dà modo di conoscere le impressioni a caldo del pubblico. Inoltre, attraverso l'utilizzo del libro delle firme, la possibilità di imbattersi nella "risposta nobile" è meno attendibile. Ai visitatori lascia la possibilità di esprimersi liberamente, talvolta anche su argomenti totalmente estranei all'esposizione (come esprimere la propria simpatia per una squadra di calcio o sentimenti personali verso qualcuno). Richiede pochissimo tempo: la maggior parte dei visitatori/commentatori scrive poche parole utilizzando uno stile telegrafico, spesso solo la firma, soddisfacendo in questo modo l'esigenza di lasciare traccia del proprio passaggio, una firma, una data, un ricordo dell'esperienza svolta. Il commento sul libro rappresenta un modo veloce e informale per stabilire un contatto tra chi allestisce il percorso e il visitatore, favorendo il superamento dell'ansia e riducendo il divario tra istituzioni e pubblico. Il libro è uno spazio dove tutti possono esprimersi senza schemi e condizionamento, anzi dove si sentono autorizzati ad esprimere un parere, trasformando il visitatore in soggetto attivo, fuori dalla condizione di passività in cui si trova durante il percorso. Nell'analisi del contenuto dei messaggi spesso si rilevano discorsi che presentano un tono familiare o dove viene lasciato un indirizzo per esprimere, forse, l'esigenza di stabilire un rapporto privilegiato con chi ha realizzato la mostra.

Analizzando gli aspetti negativi il più rilevante è che in genere il libro delle firme riflette un campione poco rappresentativo del pubblico, la percentuale rispetto ai visitatori totali è generalmente bassa<sup>24</sup>. Il vantaggio di essere spazio informale e di richiedere poco tempo ha come conseguenza quello di raccogliere messaggi troppo brevi e spesso non pertinenti. Il non avere schemi e strutture a priori rende più difficile la codifica delle informazioni. Inoltre, non consente di avere informazioni chiaramente espresse sul profilo socio-demografico del visitatore, quelle definite le variabili di sfondo, utili a descrivere pienamente le caratteristiche generali dei visitatori sotto il profilo demografico e culturale<sup>25</sup>. Altro significativo limite è che i commenti presentano generalmente un vocabolario limitato e spesso termini simili ricorrono nella stessa pagina. Anche nell'analisi dei dati si devono riscontrare dei limiti, dovuti alla difficoltà di definire criteri di obiettività e validità.

In conclusione, l'analisi del contenuto del libro delle firme qui presentato aggiunge una nuova prospettiva per ampliare lo spettro delle opportunità di studio dei visitatori di museo e allestimenti temporanei scientifici, studi fondamentali per evitare di incorrere in giudizi autoreferenziali, attraverso una lettura il più possibile onesta dei risultati, una sana autocritica, sforzandosi di interrogarsi e interrogare e di considerare le attività di divulgazione come servizio sociale e culturale.

---

<sup>23</sup>) CORCIONE 2015; MIGLIETTA – BOERO – BELMONTE 2012.

<sup>25</sup>) *La ricerca nei musei* 2008.

<sup>24</sup>) CORCIONE 2015.



## Abbreviazioni bibliografiche

ALEXANDER M. 2000

*Do visitors get it? A sweatshop exhibit and visitors comments*, in *The Public Historian*, University of California Press, 22(3), pp. 85-94.

*Andare al museo* 2002

*Andare al museo. Motivazioni, comportamenti e impatto cognitivo*, cur. Mazzolini, Trento.

AVVISATI G. – DE VITA S. – DI VITO M.A. – MAROTTA E. – SANGIANANTONI A. – PELUSO R. – RICCIARDI G.P. – TULINO S. – UZZO T. – GHILARDI M. – DE NATALE G. 2015

*Reale Osservatorio Vesuviano: the First Volcanological Observatory in the World*, in Geophysical Research Abstracts V.17, European Geophysical Union General Assembly 2015, EGU2015-1671.

BERELSON B. 1952

*Content analysis in Communication Research*, New York.

BOURDIEU P. – DARBEL A. 1966

*L'Amour de l'Art: les musées et leur public*, Paris.

BOLLO A. 2004

*Il museo e la conoscenza del pubblico: gli studi sui visitatori*. Bologna.

CAMERON D. F. – ABBEY D.S. 1961

*Museum Audience Research*, in *Museum News* 40(2), pp. 34-38.

CORBETTA P. 1999

*Metodologia e tecniche della ricerca sociale*. Bologna.

CORCIONE L. 2015

*La parola al visitatore del Museo. Un'analisi dei libri dei commenti*. Roma.

COUNTS C.M. 2009

*Spectacular design in museum exhibitions*, in *Curator* 52(3), pp. 273-288.

D'ADDEZIO G. – RUBBIA G. – MARSILI A. 2014

*The Experience of ScienzaAperta, a week of scientific information and dissemination*, in *Education, Professional Ethics and Public Recognition of Engineering Geology*, eds. G. Lollino - M. Arattano - M. Giardino - R. Olivier - S. Peppoloni, Geological Society, London, Special Publications, V. 419-1, pp. 103-107.

D'ADDEZIO G. – GIORDANI A. – VALLE V. – RIPOSATI D. 2015

*100 years after the Marsica earthquake: contribute of outreach activities*, in Geophysical Research Abstracts, Vol. 17, European Geophysical Union General Assembly 2015, EGU2015-13401-1.

DICKENSON V. 1992

*Museum Visitor Surveys: An Overview, 1930-1990*, in *Cultural Economics*, eds. R. Towse – A. Khakee, Berlin – Heidelberg, pp. 141-150.

[https://doi.org/10.1007/978-3-642-77328-0\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-642-77328-0_15)



EJARQUE J. 2015

*Social Media-Marketing per il turismo*, Milano.

HEIN G. 1998

*Learning in the Museum*, New York.

*La ricerca nei musei* 2008

*La ricerca nei musei. Modelli e procedure*, Cadmo, Giornale italiano di Pedagogia Sperimentale XVI, 2, cur. E. Nardi, Milano.

MACDONALD S. 2005

*Accessing audience: visiting visitor books*, in *Museum and Society* 3(3), pp. 119 -136.

*Marketing del cultural heritage* 2012

*Marketing del cultural heritage territoriale e musei di impresa. Un caso di analisi*, cur. M.M. Montella (Mercati e competitività 4), Milano.

MIGLIETTA A. M. – BOERO F. – BELMONTE G. 2012

*Museum management and visitors book: there might be a link?*, in *Museologia Scientifica* n.s., 61 (1-2), pp. 91-98.

MUSACCHIO G. – PIANGIAMORE G.L. – D'ADDEZIO G. – SOLARINO S. – EVA E. 2015a

*"Scientist as a game": Learning geoscience via competitive activities*, in *Annals of Geophysics* 58.3, pp. 1-16.

MUSACCHIO G. – LANZA T. – G. D'ADDEZIO G. 2015b

*An experience of science theatre to explain the interior of the Earth and its hazard to children*, in *Journal of Education and Learning* 4, pp. 80-90.

*Musei e pubblico* 2004

*Musei e pubblico. Un rapporto educativo*, cur. E. Nardi, Milano.

PAGLIUCA N.M. – GASPARINI C. – PIETRANGELI D. 2007

*Il Museo Geofisico di Rocca di Papa: tra divulgazione e ricerca scientifica*, in *Annali dell'Università di Ferrara. Mus. Sci. Nat.* 3, pp. 21-30.

PACKER J. 2008

*Beyond learning: Exploring Visitor's Perceptions of the value and benefits of Museum experiences* in *Curator* 51 (1), pp. 33-54.

PEAKARIK A.J. 2007

*Studying Visitors and Making Museums better*, in *Curator* 50 (1), pp. 131-134.

*Pensare, valutare, ri-pensare* 2007

*Pensare, valutare, ri-pensare. La mediazione culturale nei musei*, cur. E. Nardi, Milano.

RIPOSATI D. – D'ADDEZIO G. – CHESI A. – DI LAURA F. – PALONE S. 2016

*Graphic design and scientific research: the experience of the INGV Laboratorio Grafica e Immagini*, in *Geophysical Research Abstracts* V.18, European Geophysical Union General Assembly 2016 EGU2016-7183.

VERTECCHI B. 2003

*Manuale della valutazione. Analisi degli apprendimenti e dei contesti*, Milano.

VERTECCHI B. – AGRUSTI G. 2008

*Laboratorio di valutazione*, Bari.



# MUSEUMGRANDTOUR

Papers online



NUMERO 1 | 2022