

Il Sistema Museale dell'Università di Pavia ai tempi del coronavirus

Paolo Guaschi - Nicola Maria Giuseppe Ardenghi - Ester Maria Bernardi -
Valentina Cani - Paolo Cauzzi - Lidia Falomo Bernarduzzi -
Maria Carla Garbarino - Jessica Maffei - Stefano Maretti -
Anna Letizia Magrassi Matricardi - Paolo Mazzarello - Francesco Pietra -
Edoardo Razzetti - Silvia Sanza

Sistema Museale di Ateneo, Università degli Studi di Pavia, Palazzo Universitario, Strada Nuova, 65. I-27100 Pavia.
E-mail: infomusei@unipv.it

Maura Montagna - Stefano Papi - Benedetta Scanni

ADMaioira, Via Tadino, 24. I- 20124 Milano. E-mail: info@admaioira.education

RIASSUNTO

Il Sistema Museale dell'Università di Pavia dopo un primo momento di riorganizzazione ha predisposto attività "alternative" per mantenere i rapporti con il proprio pubblico. È stato creato #raccontamuseo, un'iniziativa per aprire virtualmente le porte dei musei ai tempi del coronavirus. L'idea è stata declinata in modo diverso a seconda delle competenze e dei contenuti delle varie strutture. Il Museo per la Storia dell'Università ha proposto le "Piccole fiabe del lunedì" abbinando testi e fumetti appositamente realizzati, i "Museodi", video creati per presentare le proprie collezioni, oltre a testi, lezioni e videoconferenze riguardanti la storia della medicina. Testi e video su collezioni e personaggi sono stati proposti anche dal Museo di Archeologia e dal Museo Golgi affrontando temi spesso poco noti al pubblico. Kosmos ha creato storie di zoologia in video dedicati alla fauna locale e ai reperti esposti. Questi appuntamenti settimanali sono stati abbinati a clip di "scienza in casa" presentati da ADMaioira, la società che cura i servizi educativi di Kosmos. Le visite guidate alla mostra "Squali. Predatori perfetti" sono state "tradotte" in modalità DAD e rese disponibili per scuole e famiglie. L'Orto Botanico ha realizzato alcuni video a carattere agronomico e una visita virtuale, ha inoltre organizzato un concorso con immagini di fiori coltivati dai partecipanti. Il Museo della Tecnica Elettrica ha pubblicato alcuni video in cui il curatore presenta il Museo. Le varie iniziative sono state divulgate attraverso siti web, alcuni social network e il videomagazine "Stanze" dell'Ateneo. L'impossibilità di lavorare in presenza e di accedere agli strumenti e ai materiali del Museo ha reso necessario acquisire nuove competenze nella comunicazione da remoto. I dati di affluenza alla riapertura dei musei sembrano confermare la validità delle scelte comunicative adottate nello stimolare la curiosità dei visitatori.

Parole chiave:

coinvolgimento del pubblico, Covid-19, lockdown, raccontamuseo, social media.

ABSTRACT

The Museum System of the University of Pavia during the coronavirus pandemic

After an initial phase of reorganization, the Museums created several "alternative" activities to keep in contact with their public. These include #raccontamuseo an initiative to virtually open museums' doors during the lockdown. The idea was developed differently according to the exhibits and human skills available in each Museum. The Museum for the History of the University proposed the "Piccole fiabe del lunedì" (literally the "Little tales of Monday") by combining specially crafted texts and comics, the "Museodi" offered videos to present its collections, as well as texts, lectures and video conferences on the history of medicine. Texts and videos on collections and scientists of the past have also been proposed by the Archaeology and Golgi Museums, offering scientific topics that are often poorly known to the public. Kosmos shot ten zoology video clips dedicated to the local fauna and to some of the specimens on display at the Museum. These weekly appointments were combined with clips of "science at home" presented by ADMaioira, the company responsible for the didactic activities of Kosmos. Guided tours of the "Sharks. Perfect Predators" temporary exhibition have been transformed into webinar and made available to schools and families. The Botanical Garden has made some agronomic videos and a virtual visit. The BG has also organized a competition of images of flowers cultivated by the participants. The Museum of Electrical Technology has published some videos in presenting the museum's exhibitions. All these initiatives were disseminated through websites, some social networks and the University's "Stanze-unipo" video magazine. The inability to access the museum's specimens and equipment made it necessary to acquire new skills in remote communication. At the end of the lockdown the report figures seem to confirm the validity of the communication choices adopted in stimulating the curiosity of visitors.

Key words:

visitors engagement, Covid-19, lockdown, raccontamuseo, social media.

PREMESSA

Il Sistema Museale di Ateneo (SMA) è una realtà variegata per tipologie di strutture e per contenuti (Mantovani, 2020). Comprende infatti collezioni afferenti ai relativi Dipartimenti (Matematica, Fisiologia, Istologia ed Embriologia, Anatomia, Musicologia), strutture museali che offrono visite guidate su richiesta (Musei di Mineralogia, Chimica e di Fisica) o che presentano un calendario di aperture regolari al pubblico (Museo per la Storia dell'Università, Museo Camillo Golgi, Kosmos - Museo di Storia Naturale, Museo di Archeologia, Museo della Tecnica Elettrica e Orto Botanico). In seguito all'emanazione di decreti per il contrasto e il contenimento del Covid-19 in Italia (Decreti del Presidente del Consiglio dei Ministri del 23 febbraio 2020, dell'1 marzo 2020 e del 5 marzo 2020) i musei, compreso l'Orto Botanico, sono stati chiusi al pubblico (tra il 24 febbraio e l'1 marzo 2020 e poi a partire dall'8 marzo 2020). Alcuni musei hanno poi potuto riaprire nel mese di maggio, come Kosmos (19 maggio), Orto Botanico e Museo della Tecnica Elettrica (23 maggio), mentre altri hanno riaperto solamente in autunno, come il Museo per la Storia dell'Università (14 settembre), il Museo Camillo Golgi (30 settembre), il Museo di Archeologia (24 ottobre). Vista la gravità dell'emergenza sanitaria e il continuo protrarsi della chiusura, è emersa sempre più la necessità di non perdere il contatto con i visitatori (Samaroudi et al., 2020). La scelta è stata quindi quella di incrementare i contenuti disponibili sui siti internet e di utilizzare i canali social per raggiungere il pubblico costretto a casa dal forzato lockdown (cfr. Agostino et al., 2020). È partita così una campagna comunicativa multicanale con una serie di contenuti da pubblicare nelle pagine social e sui siti internet di ciascun museo.

COINVOLGIMENTO DEL PUBBLICO E SOCIAL MEDIA

Sotto il titolo di #raccontamuseo sono nate quindi diverse rubriche che avevano previsto la diffusione settimanale di contenuti testuali o video, di approfondimento su oggetti, personaggi o argomenti storici legati ai singoli musei. Di norma il contenuto veniva pubblicato sui social e poi ripreso sul sito web, dove talvolta era integrato da approfondimenti. I testi erano accompagnati da immagini degli oggetti o dei personaggi trattati, elementi imprescindibili per la comunicazione delle collezioni museali. Sono state utilizzate diverse tipologie di video: uno dei formati prevedeva la semplice ripresa di direttori, curatori o altro personale dei musei impegnati in una breve lezione frontale; un'altra modalità richiedeva invece il montaggio di immagini di repertorio o delle collezioni con una voce narrante fuori campo, abbinate a brevi testi. In alcuni casi sono stati anche realizzati brevi storytelling con illustrazioni ad hoc. L'esperienza ha permesso di proporre molti contenuti fruibili gratu-

itamente. In generale, si è scelto di dedicare tempo ed energia a ciascun post lavorando su contenuti, grafica e video con l'obiettivo di proporre prodotti più strutturati rispetto ai post analoghi realizzati prima della pandemia. I video prodotti sono stati resi disponibili sui social media e sul canale YouTube del Sistema Museale di Ateneo (v. sito web 1) e hanno arricchito l'offerta di materiale informativo e di approfondimento sulle collezioni fornita dai musei sui propri siti istituzionali (v. sito web 2).

Kosmos – Museo di Storia Naturale

Questo Museo ha creato storie di zoologia in video, brevi filmati che hanno avuto come argomento reperti esposti in Museo e animali della fauna locale. Questi video sono stati postati con cadenza settimanale e sono stati abbinati a clip di "Scienza in casa", realizzati da ADMaiores, la società che si occupa delle attività educative di Kosmos. I contenuti delle storie di zoologia sono stati la base su cui si sono impostati i video di "Scienza in casa"; così il video dal titolo "Salviamo il gorilla" è stato abbinato a una clip dal titolo "Primati come noi", quello dedicato ai reperti miologici di cavallo e cervo conservati in Museo con la clip "Corna o palchi". Poco prima della chiusura legata all'emergenza sanitaria, a Kosmos è stata inaugurata una mostra sugli squali dal titolo "Squali. Predatori perfetti", che, nel breve periodo in cui è stata fruibile, ha riscosso un grande favore di pubblico. Per questo motivo ADMaiores ha pensato di tradurre le visite guidate alla mostra in modalità didattica a distanza (DAD), rendendole disponibili per le scuole e le famiglie. Sempre legata alla mostra è stata la partecipazione del Museo a "Itacà", il festival del turismo responsabile, nell'ambito del quale è stato organizzato – in modalità webinar – un dibattito sui contenuti dell'esposizione temporanea e l'evento è stato trasmesso in diretta su LifeGate Radio. Oltre a queste iniziative Kosmos è stato presente su Facebook, Twitter e Instagram con varie curiosità dal mondo delle scienze naturali e sui reperti del Museo. Nei periodi in cui è stato possibile lavorare in presenza sono stati portati avanti i lavori di riorganizzazione dei depositi con il metodo RE-ORG (cfr. Caliaro et al., 2019) e la catalogazione di reperti sulla piattaforma Sistema Informativo Beni Culturali (SIRBeC) della Regione Lombardia.

Il Museo di Archeologia

Il Museo di Archeologia ha approfittato della chiusura per migliorare la qualità della comunicazione online tramite i social (Facebook e Instagram) e per far conoscere le proprie collezioni attraverso il sito del Museo con la nuova pagina #raccontamuseo. Per fare rete in un momento così difficile, è stata anche sperimentata un'interessante compartecipazione di post con altri musei italiani, riscuotendo un discreto successo di pubblico. Il Museo inoltre, a porte chiuse, ha portato avanti due cantieri di restauro. Uno di essi ha permesso il recupero di fotografie all'albumina di siti archeologici italiani, egiziani e del Medio Oriente della secon-

da metà dell'Ottocento; l'altro ha riguardato invece il restauro conservativo di alcuni calchi in gesso della statuaria greca più famosa e di due statue in marmo originali romane provenienti dagli scavi dell'antica Veleia. Durante lo stesso periodo sono state inoltre catalogate e fotografate oltre 500 monete principalmente romane repubblicane. Il lavoro è ora visibile nella Digital Library dell'Area Beni Culturali dell'Università di Pavia (v. sito web 3).

Il Museo per la Storia dell'Università

Il Museo per la Storia dell'Università (MSU) ha approfittato del contenitore #raccontamuseo per proporre più rubriche settimanali, sia su Facebook sia su Instagram. I contenuti sono stati pensati per le diverse fasce di pubblico di ciascun social media, in modo da venire incontro alle necessità della maggior parte degli utenti. Per i più piccoli (raggiunti tramite genitori e insegnanti presenti su Facebook), sono state pensate le "Piccole fiabe del lunedì", che con illustrazioni digitali appositamente realizzate dallo staff del Museo e con testi semplici, talvolta tradotti in filastrocca, trasportavano vicende storiche e scientifiche in una dimensione ludica. Agli utenti di fascia d'età superiore sono stati invece dedicati post sulla storia della medicina (#storiemedici) e della fisica (in particolare, video d'archivio sulla vita e le intuizioni di noti fisici). La tecnologia presente in Museo è stata poi messa a disposizione online con #markerday postando i marker AR della app museale, resa disponibile per l'utilizzo anche da casa. Il pubblico di Instagram, tendenzialmente più giovane, ha invece richiesto un maggiore sforzo di coinvolgimento: sono state ideate challenge museali e sono stati condivisi i contributi degli utenti, in forma di Stories (Instanovel

e Instafable) o post. Il personale del Museo si è inoltre cimentato in riprese casalinghe, proponendo settimanalmente il #museodì, brevi riflessioni su preparati, oggetti o temi legati alle collezioni (Bernardi et al., in questo stesso volume).

Sono stati portati avanti cantieri di restauro, studio e catalogazione di strumenti non ancora esposti al pubblico (Falomo Bernarduzzi et al., in questo stesso volume), ed è stato implementato il catalogo della Digital Library con la descrizione di oltre settecento strumenti della collezione di fisica e medicina.

Il Museo Camillo Golgi

Il Museo Camillo Golgi ha utilizzato #raccontamuseo per pubblicare testi e video sia sul sito, che è stato rinnovato proprio durante il lockdown, che sui social e sul canale YouTube. I contenuti sono stati pubblicati con cadenza bisettimanale. Nel mese di maggio ha aderito all'iniziativa "Il Maggio dei libri" pubblicando sulla pagina Facebook consigli di lettura su temi legati alle neuroscienze. Anche in questo caso si è implementato il catalogo della Digital Library pubblicando tutto il fondo di fotografie storiche dell'Istituto di Patologia Generale.

L'Orto Botanico

L'Orto Botanico ha dovuto annullare i tradizionali appuntamenti primaverili, che da anni costituiscono una delle principali attrazioni di questa istituzione. Queste iniziative sono state rimpiazzate da eventi online, che hanno comunque suscitato un buon interesse da parte del pubblico e stimolato un'attiva interazione "a distanza". Nel mese di aprile, sulla pagina Facebook sono stati pubblicati quattro filmati didattici, realizzati in collaborazione con il Dipartimento di Scienze della

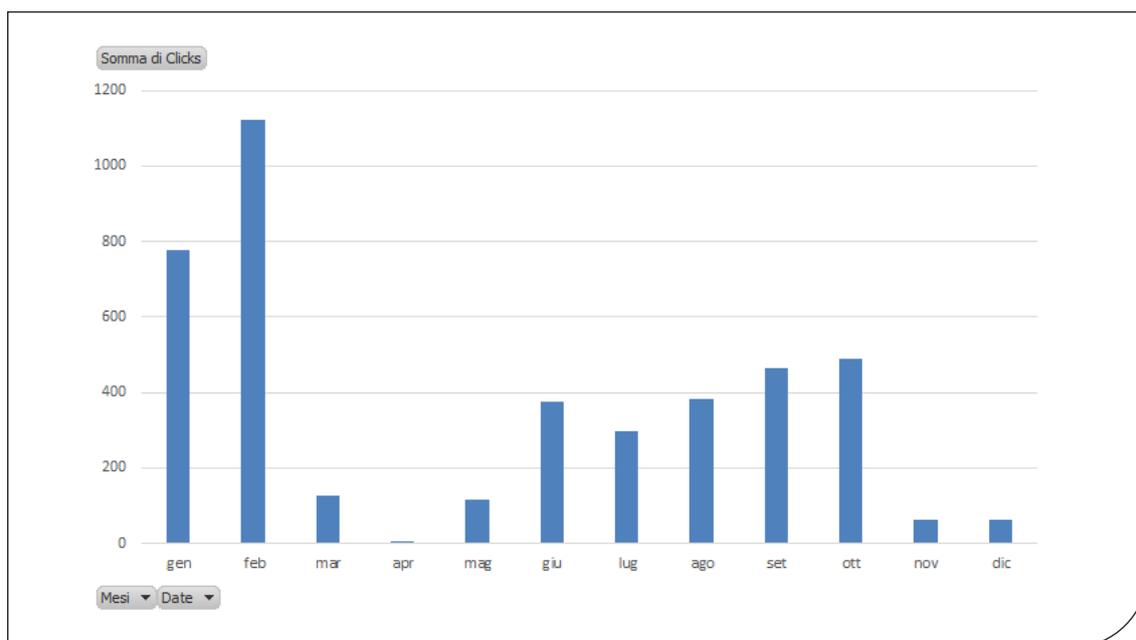


Fig. 1. Kosmos, ricerche su Google per la pagina nel 2020 (numero di click sul link alla homepage del Museo).

Terra e dell'Ambiente (DSTA) e con il corso di laurea di Scienze della Natura dell'Università di Pavia, riguardanti alcune landrace lombarde di patata (*Solanum tuberosum* L.). Nello stesso mese, un video dedicato ai pelargononi (*Pelargonium* sp. pl.) ha sostituito la tradizionale "Festa di Primavera - Mostra dei Pelargononi". Tre ulteriori filmati si sono susseguiti a maggio: due dedicati ai benefici delle piante e del giardinaggio, realizzati per il videomagazine di Ateneo "STANZE_unipv" (v. sito web 4) (su un canale della piattaforma YouTube); e un video-tour tra le serre e le aiuole fiorite di 17 minuti. Un itinerario virtuale dell'Orto Botanico è stato preparato e condiviso con gli studenti del corso di Geobotanica, in sostituzione della visita guidata normalmente svolta in presenza. Ha riscosso un inaspettato successo il concorso a premi online "La più bella Rosa" (4-16 maggio), che si è svolto sulla pagina Facebook e che ha sostituito l'annuale "Festa del Roseto". Per parteciparvi, i concorrenti dovevano inviare la foto di una rosa da loro coltivata. I partecipanti, grazie anche alla costante pubblicità del quotidiano locale "La Provincia Pavese", sono stati in tutto 203.

Il Museo della Tecnica Elettrica

Il Museo della Tecnica Elettrica (MTE) ha approfittato della chiusura per affrontare un grosso riordino dei magazzini che ha impegnato a tempo pieno il personale in presenza. Tuttavia il contatto con il pubblico non è stato tralasciato e sono stati realizzati sei video di circa tre minuti l'uno, pubblicati sui canali social, in cui il conservatore del Museo ha presentato le sezioni che compongono l'esposizione permanente.

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

L'impatto dell'emergenza sanitaria ha costretto anche il personale dei musei dell'Università di Pavia a un repentino cambiamento nell'organizzazione del lavoro per adeguarsi nel più breve tempo possibile a una situazione nuova, imprevedibile e certamente difficile, nel tentativo di mantenere un contatto con il pubblico e di costituire un punto di riferimento positivo in un momento di grande crisi, pur non avendo a disposizio-

ne gli abituali strumenti e ambienti di lavoro. Le sfide sono state molteplici. Prima tra tutte la realizzazione di prodotti che potessero risultare coinvolgenti per il pubblico anche senza poter contare sulla vicinanza fisica con gli oggetti delle collezioni che, durante le aperture, attirano maggiormente l'attenzione e incuriosiscono i visitatori. Al limite insito nello svolgere il lavoro museale al di fuori del luogo di lavoro si è aggiunta, in qualche caso, la mancanza di attrezzature che ha reso ancora più complicata la realizzazione di prodotti destinati al pubblico.

Non da ultimo, il personale ha dovuto forzatamente ripensare il proprio ruolo, superando, in certi casi, la propria riservatezza nell'esporsi in contenuti online e impegnandosi in nuovi modi di comunicare. Per tutti si è imposto uno schema di presentazione dei contenuti in grado di adattarsi alla fruizione su piattaforme social che spesso richiedono, per loro natura, tempistiche molto più brevi di quelle di cui l'operatore museale può disporre durante una normale visita guidata in presenza nelle sale di un museo. L'iniziativa "STANZE_unipv", videomagazine dell'Università di Pavia (v. sito web 4), ha visto l'impegno del personale dei musei, che ha prestato il proprio volto per arricchire con contenuti legati alle collezioni universitarie questa iniziativa editoriale corale nata durante i mesi del lockdown.

Certamente la chiusura forzata dei musei ha anche consentito, nei periodi in cui è stato possibile lavorare in sede, di portare a termine lavori legati alla conservazione, allo studio e alla valorizzazione, soprattutto online, del patrimonio, permettendo di espandere notevolmente i tempi dedicati a queste attività che, in condizioni normali, possono essere rallentate dall'impegno del personale nelle iniziative rivolte ai visitatori e nella gestione delle aperture. In questo senso la nuova Digital Library (v. sito web 3) ha visto una entusiastica partecipazione da parte del personale dei musei che ha potuto lavorare, nei mesi di forzata chiusura, a un progetto rivolto al pubblico e destinato a espandersi negli anni futuri.

Il periodo di lockdown ha costituito anche un'occasione per ripensare al cosiddetto lavoro di back office come a un elemento di interesse anche per il pubblico, un'attività che può essere condivisa e comunicata

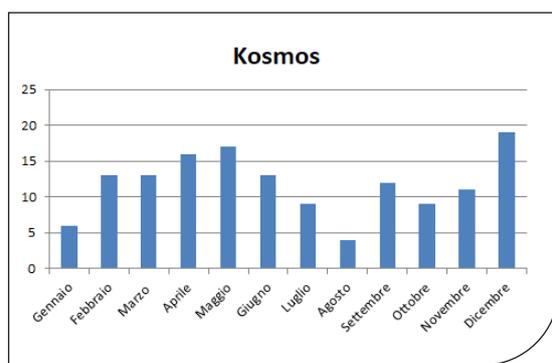


Fig. 2. Kosmos, numero di post Facebook nel 2020.

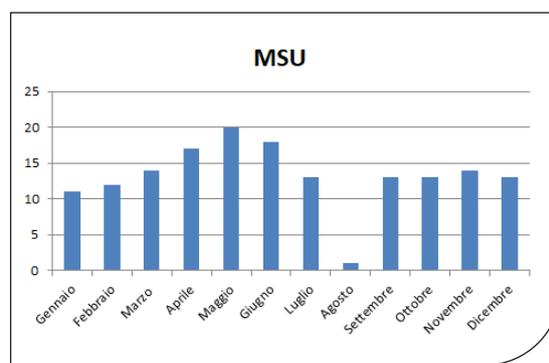


Fig. 3. Museo per la Storia dell'Università, numero di post Facebook nel 2020.

all'esterno. Gli utenti a distanza si sono infatti potuti avvicinare non solo ai contenuti storico-scientifici ma anche al lavoro stesso del personale dei musei e a molte attività delle quali spesso possono osservare solo il risultato finale.

Un'analisi attenta della risposta del pubblico alla comunicazione via web ha messo in luce l'efficacia, le potenzialità e i limiti delle scelte adottate e potrà essere utile alla programmazione delle attività future. Prendendo in considerazione per esempio le ricerche effettuate sui motori di ricerca per il sito del Museo Kosmos nel 2020 (Fig. 1) si evidenzia un forte calo in coincidenza con l'inizio della pandemia. Come prevedibile, si notano due flessioni significative del numero di accessi al sito che coincidono con i periodi di chiusura del Museo (marzo-maggio e novembre-dicembre), analoghe flessioni nei "click" sulla pagina di ricerca appaiono anche per gli accessi sul sito istituzionale del Sistema Museale e degli altri musei. Emerge con chiarezza l'utilizzo preferenziale del sito come mezzo per reperire informazioni per pianificare la visita o per conoscere le iniziative in programma, non si è evidenziato nel periodo preso in esame un aumento dell'utilizzo dei siti come fonte di informazioni specifiche sul patrimonio storico-scientifico.

Per quanto riguarda la comunicazione social si possono confrontare le attività su Facebook di Kosmos e del MSU. I grafici mostrano le attività svolte tramite il numero di post di ciascun Museo (Figg. 2 e 3). Riguardo il coinvolgimento del pubblico (prendendo in esame le voci engagement/visualizzazioni, le reazioni e l'aumento dei follower) l'andamento tra i musei è risultato parzialmente sovrapponibile e non mostra le flessioni riscontrate per i siti web. Il numero di follower, nello specifico, ha avuto un incremento costante, anche se la curva mostra pendenze diverse rispetto ai due musei: la pagina di Kosmos, attivata nel 2012, ha incrementi percentualmente ormai ridotti mentre quella del MSU, creata più di recente (2017) è riuscita ad aumentare notevolmente i propri follower. L'incremento è continuato anche dopo la riapertura dei musei, mettendo così in evidenza un riscontro positivo da parte del pubblico fidelizzato tramite la pubblicazione costante e continua di contenuti.

Nel complesso il lavoro svolto durante il lockdown è stato imprescindibile per mantenere il radicamento dei musei universitari nella società e il contatto con il pubblico e per creare anche legami con tipologie di utenti nuovi e poco fidelizzati. L'esperienza ha portato alla luce l'importanza di fornire un'offerta a distanza di qualità, strutturata in modo da costituire una vera e propria risorsa aggiuntiva fornita agli utenti, destinata a trovare uno spazio permanente nella strategia comunicativa dei musei.

BIBLIOGRAFIA

AGOSTINO D., ARNABOLDI M., LAMPIS A., 2020. Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*, 35(4): 362-372.

BERNARDI E.M., FALOMO BERNARDUZZI L., GARBARINO M.C., 2021. Pane, Covid e social media. E-storytelling al tempo della pandemia. In: Barbagli F., Cioppi E., Falchetti F., Miglietta A.M., Pinna G., Atti del Congresso ANMS 2020, I musei scientifici italiani nel 2020. 18-20 novembre 2020. *Museologia Scientifica Memorie, numero speciale online*: 217-221.

CALIARO S., MARETTI S., GUASCHI P., RAZZETTI E., MELLERIO G.G., ZACCARELLI G., 2019. La riorganizzazione dei depositi museali secondo il metodo RE-ORG. Studio di fattibilità per il Museo di Storia Naturale dell'Università di Pavia. In: Dal Lago A., Falchetti E. (a cura di), Atti del XXVIII Congresso ANMS, I musei scientifici nell'anno europeo del patrimonio. Vicenza 24-26 ottobre 2018. *Museologia Scientifica Memorie*, 20: 42-46.

FALOMO BERNARDUZZI L., BERNARDI E.M., CUSELLA G., MAZZARELLO P., GARBARINO M.C., MESIANO G., GIACOBBE D., RESTIVO S., SACCHI O., ZILIANI U., 2021. Dietro le quinte. Dal recupero di collezioni storico-mediche alla progettazione di nuovi percorsi narrativi. In: Barbagli F., Cioppi E., Falchetti F., Miglietta A.M., Pinna G., Atti del Congresso ANMS 2020, I musei scientifici italiani nel 2020. 18-20 novembre 2020. *Museologia Scientifica Memorie, numero speciale online*: 211-216.

MANTOVANI D. (a cura di), 2020. *Almum Studium Papiense. Storia dell'Università di Pavia. Vol. III, Il Ventesimo secolo. Tomo II, Le collezioni e gli stabilimenti scientifici*. Cisalpino, Pavia.

SAMAROUDI M., ECHAVARRIA K.R., PERRY L., 2020. Heritage in lockdown: digital provision of memory institutions in the UK and US of America during the COVID-19 pandemic. *Museum Management and Curatorship*, 35(4): 337-361.

Siti web (ultimo accesso 15.02.2021)

- 1) Canale YouTube del Sistema Museale di Ateneo www.youtube.com/smaunipv
- 2) Sito del Sistema Museale di Ateneo dell'Università di Pavia con rimando ai siti dei singoli musei <http://musei.unipv.eu/>
- 3) Digital Library dell'Università di Pavia <https://www.bibliotecadigitale.unipv.eu/>
- 4) Videomagazine dell'Università di Pavia "STANZE_unipv" <https://stanze.unipv.it/>