

PROBLEMI E SCELTE

BENI CULTURALI IN MOSTRA: FRUIZIONE E CONSERVAZIONE

Anche in numerose città italiane, come del resto già nei maggiori centri esteri, l'esplosione di "grandi mostre" ha posto in primo piano il fenomeno dell'affluenza costante e massiccia dei visitatori, in un crescendo di consumo culturale che si è rivelato largamente superiore a quello mediamente riscontrato nei confronti delle strutture stabili quali Musei e Gallerie.

L'esigenza di verificare le motivazioni che attraggono alla mostra un pubblico indubbiamente più vasto ed eterogeneo ha sollecitato la Soprintendenza ai Beni Artistici e Storici della Campania a promuovere, nell'ambito delle iniziative collaterali alla mostra *Civiltà del Settecento*, allestita nella Galleria Nazionale di Capodimonte, un'indagine sociologica sulla composizione del pubblico dei visitatori e sulle sue convinzioni in materia museologica, in un'ottica che tende a trarre dai dati emersi indicazioni concrete per una migliore e più diffusa fruizione del museo.

Su un diverso piano di considerazione si pone invece l'indagine climatologica, effettuata nell'ambiente della Pinacoteca Capitolina, dove lo scorso anno è stata allestita l'esposizione di opere di Kandinsky, intesa a rilevare dati sul rapporto tra afflusso dei visitatori e problemi di conservazione.

La presentazione dei risultati delle due ricerche, che qui si pubblicano, vuol essere uno stimolo a porre l'attenzione sui problemi dell'uso dei beni culturali in una società ormai inequivocabilmente configurata a dimensione di massa, nella convinzione che la conoscenza puntuale ed analitica della consistenza e delle motivazioni dei fenomeni rilevati possa contribuire ad una azione più efficace da parte degli organi responsabili su un doppio versante: lo studio di strumenti e modalità di comunicazione maggiormente rispondenti alle attuali richieste, e l'adozione di sistemi atti a preservare le opere dagli eventuali danni arrecati da una esposizione non idonea.

ANNA LUISE E RITA SAVOIA

CIVILTÀ DEL SETTECENTO A NAPOLI INDAGINE CONOSCITIVA SUL PUBBLICO

SI È molto parlato dell'afflusso alle mostre medicee, a quelle sul settecento emiliano, alle celebrazioni palladiane, alla mostra su Kandinsky e alle mostre sulla *Civiltà del '700 a Napoli*, senza ancora riuscire a cogliere i meccanismi che inducono ad accordare un favore tanto consistente alle "grandi mostre",.

Il successo, collegato alla indifferenziata e vertiginosamente crescente richiesta di *loisir* culturale, ha giustamente inorgoglito gli organizzatori, senza però cancellare la consapevolezza che i mali dei musei, delle esposizioni permanenti, sono ben lungi dall'essere risolti: le attività di mostre — si sa — non sostituiscono le collezioni stabili; sono piuttosto la novità organizzativa di questi ultimi anni, la forma di consumo dell'arte attualmente privilegiata dal pubblico di massa.

Ma proprio dalle mostre è possibile trarre informazioni e suggerimenti che possono costituire per gli addetti ai lavori un interessante riferimento per la realizzazione di piani allestitivi nuovi, che tengano cioè conto del pubblico a cui sono destinati i musei rinnovati. Può essere importante infatti per i gestori dell'arte misurare la rispondenza che le loro proposte culturali hanno con i bisogni,

le aspettative e le capacità interpretative del pubblico a cui sono rivolte.

Un tentativo di analisi in tal senso viene da una ricerca sociologica, voluta dal Soprintendente ai Beni Artistici e Storici della Campania, prof. Raffaello Causa, condotta sul pubblico della mostra *Civiltà del '700 a Napoli*.

L'indagine — perché si è trattato di un'indagine conoscitiva sulla composizione socio-culturale dei visitatori, sulle loro reazioni all'allestimento e sulle loro convinzioni in materia museologica — è stata iniziata nel giugno 1980 e forzatamente conclusa, almeno per quanto riguarda la rilevazione dei dati, il 23 novembre dello stesso anno.¹⁾

Il punto di partenza teorico — le "ipotesi", della ricerca — era legato alla necessità di comprendere i motivi dello straordinario successo di una mostra ospitata in uno dei massimi musei italiani ed europei, i cui visitatori si sono finora mantenuti a livelli quantitativi incongrui alla ricchezza e alla varietà dei materiali esposti. Era ed è nostra convinzione — e più avanti si vedrà come viene sostanzialmente confermata dai dati — che una mostra riesce ad attirare segmenti di pubblico che, per cultura e ceto sociale, sono rimasti finora estranei alla fruizione del

museo, perché probabilmente costituisce un modo di presentazione del prodotto artistico più omogeneo ai modelli di consumo culturale che le modalità di comunicazione e di conoscenza a dimensione di massa producono.

Quali i più significativi risultati dell'indagine napoletana?

Contrariamente ad un museo, che nell'opinione corrente alimenta immagini di sacralità ed atteggiamenti contemplativi,²⁾ caratterizzandosi sostanzialmente come "altro", rispetto alle modalità di consumo culturale attualmente dominanti, una mostra viene percepita come rivolta ad un pubblico molto ampio, come facilmente comprensibile, come avvenimento "spettacolare", in senso lato. Evento transitorio e limitato nel tempo, è complessivamente un'occasione da non perdere. Chi la visita, poi, acquista lo *status symbol* del consumatore intellettuale.

E l'immagine positiva della mostra viene accentuata dalla pubblicizzazione che le si riserva e dalla frequente attenzione per la sistemazione scenografica dei materiali che spesso introduce elementi di suggestività nell'esposizione.

Nel caso poi specifico di questa mostra, ulteriori fattori di successo dell'esposizione sono stati da un lato la presenza di oggetti (ad esempio porcellane e mobili) di cui il pubblico poteva comprendere immediatamente l'uso e la destinazione e dall'altro, la capacità della sezione di Capodimonte (diversamente dalle altre che rimandavano a campi di interesse molto circoscritti e specialistici) di riuscire a comprimere in un unico spazio una antologia esauriente della produzione maggiore e "minore", del '700 napoletano.³⁾ Il legame "naturale", degli oggetti esposti, poi, ad un contenitore, il palazzo di Capodimonte, storicamente omogeneo — la sua impostazione è in parte coincidente col periodo documentato dalla mostra — costituiva un elemento favorevole alla intellegibilità culturale dell'esposizione.

Tutto sommato, quello che piace nelle mostre è la capacità che esse hanno di fare leggere con una certa immediatezza il "filo rosso", che sottointendono; il messaggio è evidente, la decodifica facilitata, la via al superamento delle sensazioni di "inferiorità", che il museo può suscitare nel pubblico medio pressoché aperta.

Naturalmente, non si vuole sostenere che la strada delle "grandi mostre", è la via che il museo deve imboccare per il miglioramento dei rapporti tra l'istituzione e il suo pubblico. La loro caratteristica attuale di fenomeno isolato ed episodico — anche perché il pubblico continue-

rebbe ad accordare un consenso sulla cui qualità culturale i dubbi sono più che legittimi — non le rende da sole lo strumento attraverso cui il museo può riscattare la sua condizione di testimone statico e pressoché incomprendibile del percorso storico e artistico delle civiltà.

Ma il museo può mutuare da queste esperienze gli aspetti indubbiamente positivi che presentano: la cura stessa — dal punto di vista allestitivo e di ricerca scientifica — che ad esse viene accordata sarebbe già da sola una scelta di cui è augurabile cresca la consapevolezza e, quindi, la diffusione.

Non si vuole certamente ipotizzare un museo "floreale", di opere facili e consumabili o un museo fatto di sole mostre; si vuole piuttosto proporre un museo che partendo dall'ormai acquisita — ma non realizzata — necessità di essere didattico, diventi dinamico, capace di rinnovarsi con i ritmi che la società attuale propone ed impone.

Non si può più pensare di lasciare ai musei il ruolo di deposito più o meno organizzato di opere: le mostre ci hanno insegnato — e non è poco — che il pubblico vuole che gli si propongano modelli piacevoli — perché no? — di fruizione dell'opera d'arte, naturalmente senza che ciò comporti un appiattimento delle valenze di accrescimento delle capacità conoscitive e culturali.

L'ANALISI DEI RISULTATI

a) I visitatori della mostra: i dati socio-demografici

Ipotesi di fondo dell'indagine era, come abbiamo già detto, la convinzione che una mostra fosse capace di attrarre fasce di utenti "marginali", rispetto alle istituzioni artistiche. Contrariamente ad un museo, si diceva, che nell'immagine corrente è un luogo sacrale, meta di quei pochi specialisti che posseggono le "istruzioni per l'uso", una mostra, ed in particolare una mostra "spettacolare", quale è stata appunto quella napoletana, viene percepita come aperta a tutti e da tutti comprensibile.

I dati che abbiamo raccolto — ed in particolare la possibilità di individuare differenze e stabilire confronti tra le caratteristiche socio-culturali di quanti tra gli intervistati sono già stati a Capodimonte e quanti invece vi si recano per la prima volta in occasione dell'esposizione temporanea — confermano questa ipotesi: *Civiltà del 700 a Napoli* è stata visitata da un pubblico, prima ancora che eterogeneo e differenziato, qualitativamente diverso da quello della pinacoteca.⁴⁾

TABELLA I

	E T À						TOTALE
	14-20	21-30	31-40	41-50	51-60	Oltre 60	
<i>È la prima volta che visita questo museo?</i>							
- sì	66,3	41,2	36,8	46,8	34,5	35,8	49,0 (669)
- no	33,7	58,8	63,2	53,2	65,5	64,2	51,0 (696)
TOTALE ...	100,0 (463)	100,0 (359)	100,0 (201)	100,0 (173)	100,0 (116)	100,0 (53)	100,0 (1365)

N.B. — Per questa e le altre successive tabelle, in parentesi sono riportate le basi in valore assoluto delle percentuali.

Giovanissimi ed anziani, laureati e diplomati di ogni ordine e grado, napoletani e non, insegnanti e studenti, operai ed artigiani, casalinghe ed impiegati, professionisti e disoccupati, visitatori per "professione", e visitatori per "passatempo", hanno affollato le sale del palazzo di Capodimonte, sfatando l'opinione corrente — questa è la prima impressione che se ne ricava — che vuole il museo referent privilegiato di élites culturali.

Ma si trattava di una mostra e non di un museo, anzi di una mostra allestita in un museo: in realtà — e lo vedremo meglio più avanti — mostra e museo sono stati percepiti come due corpi separati.

Ed è proprio questa contrapposizione, avvertita dal pubblico ma non suggerita dagli organizzatori, a spiegare, a nostro avviso, l'insolita quantità — *Civiltà del '700* è stata visitata da un numero di persone non paragonabile a quello che nello stesso periodo ha visitato le Gallerie Nazionali — e qualità del pubblico.

Pubblico insolito, dunque, soprattutto perché pubblico di "novizi". Un grosso merito della manifestazione infatti — almeno per il discorso che a noi interessa — è stato quello di riuscire ad avvicinare al museo napoletano, adoperando il fascino e la seduzione del Settecento, categorie di utenti nuovi ed occasionali. Non solo infatti il 49 % degli intervistati è costituito da persone che vengono per la prima volta a Capodimonte, ma tra questi sono particolarmente rappresentati i giovanissimi e i giovani, nonché i visitatori in possesso di licenza media o diploma superiore, ovvero gruppi tradizionalmente assenti dal normale panorama dei visitatori dei musei.

Le caratteristiche socio-demografiche del pubblico sono significative non solo come valori in sé, ma anche e soprattutto perché introducono interessanti elementi di differenziazione negli atteggiamenti assunti sui problemi sollevati nel corso dell'intervista. È opportuno comunque dare loro uno sguardo, anche se rapido e sintetico, prima di approfondire gli altri risultati emersi dall'inchiesta.

Chi sono allora i visitatori della mostra *Civiltà del '700 a Napoli*?

Prendiamo in esame innanzitutto l'età.

Quando è stato costruito il campione, si è ritenuto opportuno mantenere l'età "sotto controllo", e, individuate alcune fasce d'età, assegnare loro preventivamente percentuali diverse.⁵⁾ Pertanto, possiamo ricavare informazioni estremamente limitate sulla composizione per età dei visitatori.⁶⁾

Possiamo, considerando ad esempio la casualità della scelta all'interno delle singole fasce, scomporre l'ultima

(i visitatori al disopra dei 29 anni) in quattro classi ed evincere come non sia poi così marcata quella caratteristica di anzianità solitamente attribuita al pubblico dei musei.⁷⁾ I dati tendono infatti a concentrarsi in quelle classi di età che individuano un pubblico certamente diverso da quello giovanile ma, contemporaneamente, non assimilabile per comportamenti e giudizi a quello più anziano.

Spunti più interessanti vengono invece forniti dalla analisi della distribuzione per età — questa volta dovuta all'effetto del caso — dei visitatori nuovi ed occasionali.

Alla prima domanda (*È la prima volta che visita questo museo?*), volta a quantificare l'effetto di richiamo esercitato dalla mostra, il 49 % degli intervistati ha risposto di sì; la metà del campione considerato visita per la prima volta il museo napoletano — ma forse è meglio dire entra per la prima volta nel palazzo di Capodimonte — in occasione della mostra.

Per quanto scontata possa essere, la relazione tra la prima visita e l'età è molto forte (vedi *Tabella 1*) ed è indicativa a nostro avviso della tendenza, confermata anche dai dati sulle precedenti visite alla pinacoteca ed alla mostra, ad una scarsa presenza giovanile nel pubblico del museo, e cioè nella fetta di pubblico che è già stata precedentemente a Capodimonte. Da questo punto di vista, i dati sono precisi: tra i giovanissimi, il 66,3 % non è mai stato a Capodimonte, tra i giovani il 41,2 %, tra gli anziani il 35 % circa.⁸⁾ Ed ancora, tra tutti quelli che, pur tornando a visitare la mostra, non hanno mai visitato la pinacoteca, i giovanissimi (49,1 %) e i giovani (27,3 %) costituiscono la massima parte; e sono ancora i giovanissimi e i giovani ad aver visitato la mostra più spesso degli altri: il 57 % circa di essi dichiara di averla visitata già altre due volte almeno. La tendenza dunque è decisamente lineare: la frequenza alla pinacoteca tende ad aumentare col crescere dell'età; quella alla mostra, invece, tende ad aumentare col diminuire dell'età.

In questo stesso senso vanno intesi i dati sul titolo di studio. Lo 0,4 % ne è sprovvisto, lo 0,7 % è in possesso di licenza elementare, il 28,4 % di licenza media, il 38,3 % di diploma superiore, il 32,2 % di laurea. E come per la età, anche il livello di istruzione tende sensibilmente ad abbassarsi tra il pubblico che abbiamo chiamato nuovo ed occasionale; infatti tra quanti si recano per la prima volta a Capodimonte in occasione della mostra, i visitatori in possesso di licenza media rappresentano il 38,9 %, i diplomati il 39,2 %, i laureati il 20,6 %.

I diplomati sono dunque i più numerosi e costituiscono, insieme a quanti posseggono la licenza media, ben il 78 % dei visitatori nuovi.

TABELLA 2

	TITOLO DI STUDIO					
	Nessuno	Elementare	Medio	Diploma	Laurea	TOTALE
<i>È la prima volta che visita questo museo?</i>						
— sì	100,0	44,4	67,0	50,1	31,4	49,0 (699)
— no	—	55,6	33,0	49,9	68,6	51,0 (696)
TOTALE ...	100,0 (5)	100,0 (9)	100,0 (388)	100,0 (523)	100,0 (440)	100,0 (1365)

Al contrario, la frequenza al museo cresce notevolmente col crescere del livello d'istruzione: i laureati costituiscono la maggior parte dei visitatori consueti (43,5 %).⁹⁾

Questo rapporto risulta ancora più evidente se consideriamo che, fra quanti posseggono la licenza media inferiore, ben il 67 % dichiara di recarsi per la prima volta a Capodimonte, tra i diplomati il 50,1 %, tra i laureati il 31,4 %. Così, i dati corrispondenti relativi a coloro che, pur essendosi recati precedentemente a Capodimonte, non hanno ancora visitato la mostra sono del 38,3 % tra coloro che sono in possesso di licenza media inferiore, del 38,3 % tra i diplomati, del 51 % tra i laureati.

I laureati dunque visitano o hanno visitato molto più spesso la pinacoteca; gli altri, in possesso di un titolo di studio inferiore, molto più spesso la mostra.¹⁰⁾

La conoscenza della categoria professionale fornisce poi ulteriori informazioni per la verifica della nostra ipotesi.

Anche se non tutte le categorie appaiono con la stessa intensità, il pubblico risulta comunque eterogeneo. Pur essendo maggiormente rappresentate le categorie professionali medie, se non medio alte, sono presenti anche alcune categorie più modeste come ad esempio gli artigiani, che rappresentano l'1,1 % del totale, le casalinghe (7,3 %), gli operai (anche se solo 19 casi). Molto rappresentati — come era ovvio aspettarsi in ragione dell'alta percentuale

assegnata al pubblico in età scolare — gli studenti, che costituiscono il 41,0 %, gli impiegati (12,9 %) e i professionisti (8,9 %).

Particolarmente numerosi gli insegnanti (17,9 %), soprattutto quelli di scuola media superiore (il 9,1 % sul totale generale e il 50 % di tutta la categoria) che, fra l'altro, sono, tra i visitatori consueti, quelli che più spesso hanno visitato la pinacoteca (il 74,7 % di essi dichiara infatti di averla visitata già almeno altre due volte).

In questo caso, la relazione tra prima visita e professione, contrariamente a quanto si verifica per l'età e il titolo di studio, non è particolarmente significativa: ad eccezione delle casalinghe (per il 62,6 % delle quali la visita in esame è la prima) e degli studenti (che nel 61,2 % vengono per la prima volta a Capodimonte in occasione della mostra), l'appartenenza ad una categoria professionale piuttosto che ad un'altra non sembra costituire una condizione preferenziale per la visita. Se si escludono, dopo le casalinghe e gli studenti, le altre categorie meno rappresentate (operai, artigiani, commercianti) i visitatori infatti si distribuiscono in maniera abbastanza omogenea sia per quanto riguarda le precedenti visite alla pinacoteca, sia per quanto riguarda le precedenti visite alla mostra.

Come era prevedibile, i napoletani — i residenti cioè nel comune di Napoli — sono i più numerosi: rappresentano infatti il 40,5 % degli intervistati. Un'altra grossa fetta di pubblico è costituita da turisti; i visitatori provenienti dal territorio extraregionale costituiscono infatti il 30,5 %.¹¹⁾

Estremamente basse le percentuali dei visitatori provenienti dall'immediato *hinterland* napoletano (16,9 %) o residenti nel territorio campano (12,1 %); per la maggior parte di essi — che, dopo i napoletani, dovrebbero costituire, almeno dal punto di vista territoriale, se non il destinatario privilegiato del museo, il suo referente naturale — *Civiltà del '700 a Napoli* costituisce la prima occasione di visita del museo napoletano. In particolare, il 51 % di quanti tra gli intervistati risiedono nella provincia di Napoli (esclusa l'area comunale) sono visitatori "nuovi", così come il 72,7 % di quanti risiedono nel territorio regionale; per i residenti nel comune di Napoli, questo stesso valore è pari al 22,8 % e per coloro che vengono dal territorio extraregionale è ovviamente del 73,3 %.



I - NAPOLI, MUSEO NAZIONALE DI CAPODIMONTE
VEDUTA DI UNA SALA DELLA MOSTRA
"CIVILTÀ DEL '700 A NAPOLI",

TABELLA 3

Cosa l'ha spinto a venire?	
– il successo e la notorietà della mostra	39,0 (532)
– interessi scientifici e professionali	18,2 (248)
– la novità	14,8 (202)
– accompagnare qualcuno....	8,1 (111)
– il caso	6,7 (91)
– altro	13,3 (181)
TOTALE ...	100,0 (1365)

I risultati dimostrano dunque che la vicinanza geografica non è un fattore incentivante per la visita della pinacoteca, non produce cioè — come si sarebbe portati a credere — un aumento nel tasso di frequenza.

b) Le motivazioni e la visita

Ma perché sono venuti in tanti a visitare la mostra?

Perché — come dicevamo — *Civiltà del '700*, al pari delle altre grandi mostre, è diventata ben presto un'esposizione "da non perdere". L'attenzione che gli organizzatori hanno dedicato alla buona riuscita dello avvenimento, pubblicizzandolo a livello cittadino e nazionale, e lo spazio che la stampa e la televisione le hanno accordato, sancendo il suo successo, hanno creato intorno alla manifestazione un'atmosfera di crescente curiosità.

Gli effetti positivi di questa politica si sono visti presto: fin dalle prime battute, la mostra ha incontrato un favore indiscusso — forse inatteso da parte degli stessi organizzatori — e la folla dei primi mesi ne ha prodotto progressivamente altra.

A circa un anno dalla sua apertura, l'eco del successo che ha riscosso continuava a crescere vertiginosamente, come dimostra il 39 % degli intervistati che dichiara di visitarla perché incuriosito dalla notorietà che essa ha raggiunto. E sono soprattutto i giovanissimi (36,1 %) — e questo dato può a ragione lusingare la sezione didattica della Soprintendenza perché indicativo di un risultato positivo che essa comincia a cogliere nel difficile compito di diffusione e promozione culturale — ad essere colpiti dalla popolarità della mostra. Così come ne è attratta la maggior parte dei visitatori provenienti dal territorio regionale (44,2 %) e da quello extraregionale (51,2 %).

Più si è giovani, dunque, più prevalgono motivazioni legate al successo della manifestazione anche se tra i giovani non manca chi afferma di visitare la mostra per interessi scientifici e professionali.

Anche la novità è stata un forte fattore di richiamo: il 15 % di tutti visita la mostra perché attratto dalla "singolarità", dell'avvenimento; ed in particolare i napoletani (il 47 % di quanti hanno scelto questa modalità di risposta) sembrano averla apprezzata.

L'iniziativa d'altronde non poteva non trovare a Napoli un clima favorevole se si pensa che la città, nel campo delle manifestazioni culturali in genere, sconta un irritante ritardo. Ed anche qui sono soprattutto i giovanissimi, tra



2 - NAPOLI, MUSEO NAZIONALE DI CAPODIMONTE
VEDUTA DI UNA SALA DELLA MOSTRA
"CIVILTÀ DEL '700 A NAPOLI",

TABELLA 4

Come ha effettuato la visita?	
- guardando le didascalie....	39,9 (544)
- sulla base di conoscenze personali	21,5 (293)
- con un operatore del museo	16,0 (218)
- con un amico esperto	8,9 (122)
- con un dépliant.....	6,4 (87)
- con il catalogo	4,1 (56)
- con una guida (Michelin, Touring).....	3,3 (45)
TOTALE ...	100,0 (1365)

cui come abbiamo appena visto vi è un'alta percentuale di visitatori nuovi, ad apprezzare la novità organizzativa: la mostra tematica, essi dicono, è più appetibile perché sostanzialmente più facile del museo.

Ma *Civiltà del '700*, non è stata soltanto oggetto di curiosità o, ancora, di un consumo indotto esclusivamente dalla pubblicità, anche se — soprattutto per quanti non sono mai stati a Capodimonte e vi si recano per la prima volta in occasione della mostra — la sua notorietà è stata determinante. Non mancano infatti visitatori più attenti: il 18,2 % si è recato per interessi scientifici e professionali e questa motivazione sembra particolarmente rilevante per quanti hanno un'età compresa tra i 21 e i 30 anni (che costituiscono in questo gruppo il 33,9 %) e per i laureati (41,1 %) che, tra l'altro, sono poi anche quelli che, più spesso degli altri, sono venuti per accompagnare parenti ed amici in visita alla città (Tabella 3).

Una particolare attenzione è poi esibita dal 4 % circa di visitatori che tornano per approfondire le conoscenze — forse ritenute troppo superficiali — ricavate nella prima visita e, in alcuni casi, per poter vedere le variazioni nell'allestimento.¹²⁾

La mostra in realtà ha fatto parlare molto di sé, e non solo nelle sedi ufficiali; e parlare di un avvenimento — si sa — fa lievitare l'alone di curiosità intorno ad esso. Un'ulteriore conferma a questa ipotesi viene ad esempio dall'alta percentuale (51,5 %) di intervistati che ha dichiarato di visitarla dietro consiglio di amici o di parenti. In particolare, confessano di aver seguito il consiglio di altri, oltre ai più giovani e agli studenti, quanti non erano mai stati a Capodimonte. Al contrario, la decisione è assolutamente personale soprattutto per chi ha già visitato la pinacoteca: il 53,9 % di coloro che abbiamo definito visitatori consueti sostiene infatti l'autonomia della propria scelta.

La diversità di comportamento non deve meravigliare: è perfettamente comprensibile che un visitatore nuovo, disavvezzo a questo tipo di consumo culturale, consigliato ma soprattutto "confortato", da chi ha già visitato la mostra, trovi un incentivo determinante a superare la distanza (forse senso di inadeguatezza, forse disinteresse) che lo separa dal museo.

In tal senso, possiamo intendere anche le modalità con cui avviene la visita; alla mostra generalmente si va in compagnia: il 20,4 % vi si reca con la famiglia, il 50,3 % con gli amici, il 19,9 % in gruppo. Tra questi ultimi, numerosi gli studenti che costituiscono il 34,9 % di quanti l'hanno visitata con un gruppo organizzato (in genere la propria classe).

La visita individuale sembra essere invece una prerogativa delle classi più colte: i laureati infatti costituiscono circa il 50 % di quanti visitano la mostra da soli.¹³⁾

Ma al di là dell'individualità o della collettività della visita, il problema centrale del rapporto con l'opera d'arte rimane la presenza o meno di elementi di mediazione tra oggetto e fruitore.

La capacità del museo di dotarsi di strumenti — se pur minimi — che, agevolando la comprensione delle opere d'arte, facilitino la visita è riconosciuta dal pubblico che anzi, come potremo vedere più avanti, è ormai, consapevole della loro necessità ed è pronto a consumarli appena gli vengono offerti (*Tabella 4*).

L'attenzione che, nell'allestimento, è stata dedicata alla preparazione delle didascalie e di qualche pannello esplicativo infatti non è stata certo inutile: la maggior parte degli intervistati dichiara di averle utilizzate per visitare la mostra. E lo sforzo sostenuto dagli operatori della Soprintendenza¹⁴⁾ ha orientato una buona parte del pubblico ad usufruire delle visite guidate.

A parte gli studenti che, da questo punto di vista, erano più garantiti di qualsiasi altro visitatore (nella maggior parte dei casi erano accompagnati da operatori o dai loro stessi insegnanti), i sussidi forniti sono stati apprezzati in maniera diversa. E così, mentre i diplomati e i visitatori in possesso di licenza media, quando non hanno usufruito di visite guidate, hanno utilizzato quasi esclusivamente le didascalie, i laureati hanno visitato la mostra prevalentemente da soli, e cioè con il ricorso alle loro conoscenze e competenze in materia (25,8 %) e, in misura minore, con il catalogo e/o una guida (11,1 %).

R.S.

c) Le preferenze

Il senso di difficoltà nella comprensione che il visitatore meno colto avverte — e che, come abbiamo visto, lo induce a scegliere gli strumenti che gli vengono offerti per superarlo — si chiarisce meglio se consideriamo le preferenze espresse in merito ai diversi oggetti presentati dalla mostra.

Una grossa fetta di pubblico (48,2 %) tende ad apprezzare quegli oggetti che, per caratteristiche tipologiche e simboliche, risultano, se non immediatamente intellegibili, almeno più comprensibili di altri.

Ed infatti sono state particolarmente gradite le ceramiche (il 31,8 % le ha preferite ad ogni altra cosa) e, anche se in misura minore di quanto ci si aspettava, gli argenti (scelti dal 16,4 % del campione). Questi ultimi godevano, rispetto agli altri oggetti, di una sistemazione scenografica molto suggestiva: averli poi collocati all'incirca a metà del percorso espositivo, tutto sommato abbastanza tradizionale, introduceva un elemento di imprevedibilità nella successione delle sale che poteva creare nel visitatore un atteggiamento di piacevole sorpresa. Certo gli argenti hanno conquistato una parte di pubblico (sono stati particolarmente catturati dalla loro suggestività i più giovani, che costituiscono ben il 42,9 % di quanti hanno dichiarato di preferirli), ma le caratteristiche degli oggetti e — ripetiamo — le particolari condizioni espositive avevano fatto ipotizzare un successo più consistente.

Le ceramiche invece, come dicevamo, hanno riscosso un'adesione veramente straordinaria: e qui l'intellegibilità immediata di queste categorie di oggetti — si tratta in molti casi di prodotti assimilabili a quelli d'uso comune — fa sì che siano le fasce più "basse", per età e titolo di studio ad apprezzarle particolarmente. Ad esempio, i giovanissimi ed i giovani sono quelli che più degli altri (52,1 %) le preferiscono; così come numerosi sono, tra coloro in possesso di licenza media o diploma superiore, quelli che dichiarano di averle gradite più di altri oggetti (rispettivamente il 26 % e il 35,9 %).

Su questi gruppi dunque hanno fatto maggiormente presa quelle opere che vengono percepite, se non come più facili, almeno come comprensibili senza il ricorso a preparazioni specialistiche ed approfondite.

Ed a motivare questa scelta non interviene, a nostro modo di vedere, un elemento "esterno", — come accade per gli argenti —; non c'è nessun artificio che fa crescere la godibilità degli oggetti: il visitatore tende ad esserne attratto perchè in essi riconosce, prima ancora del valore estetico, la destinazione ad un uso o il riferimento al quotidiano.

Questa supposizione diventa più legittima se consideriamo le preferenze accordate alle pitture e alle sculture: le arti "maggiori", hanno anch'esse riscosso molte adesioni (il 34,1 % di tutti le ha apprezzate più di ogni altra cosa). Il fascino dei "capolavori", ha coinvolto un po' tutti: ma se ciò è vero, è altrettanto vero, come risulta dai dati, che almeno tendenzialmente sono le classi medio-alte, per età e titolo di studio, ad accordare la loro preferenza in maniera quasi esclusiva a queste categorie di oggetti. In particolare, tra i visitatori più anziani (43,4 %) e tra i laureati (35,9 %) le arti "maggiori", trovano i loro più fervidi ammiratori.¹⁵⁾

d) Il giudizio sulla mostra

Per poter meglio definire l'immagine che il pubblico ha della mostra, abbiamo chiesto ai visitatori di scegliere, tra i diversi motivi che venivano suggeriti dall'intervistatore, quello che, indipendentemente dalle proprie personali motivazioni, ritenevano avesse fatto presa sul pubblico.

L'interesse per il Settecento e per i Borbone costituiscono per il 54,3 % del campione gli elementi che più degli altri spiegano il favore con cui è stata accolta la

manifestazione: ed è soprattutto tra gli adulti che il fascino del secolo viene addotto a motivo del successo.

Anche il carattere monografico dell'allestimento — e cioè il fatto che una mostra sia per definizione delimitata e circoscritta dal punto di vista storico e artistico — giustifica per alcuni visitatori (esattamente il 14,3 %) la sua popolarità: così dicono ad esempio i giovani (il 64,4 % di quanti hanno scelto questa modalità) che più degli altri sottolineano la maggiore comprensibilità delle esposizioni tematiche. In questo stesso senso si esprimono i laureati (che come abbiamo già visto e come meglio vedremo in seguito sono quelli che esibiscono una maggiore abitudine a visitare i musei), per i quali la presenza di un pubblico così numeroso va imputata in massima parte alla minore difficoltà di comprensione che questa mostra, almeno a livello di presentazione delle opere, crea nel visitatore.

E sono ancora e soprattutto i laureati ad assegnare un peso non indifferente alla pubblicità con cui l'iniziativa è stata incoraggiata, quasi a voler rimproverare ai responsabili delle Soprintendenze di non impegnarsi in egual misura nel campo della promozione culturale per le collezioni stabili. Per loro, dunque, la mostra ha avuto successo perché è facile o, meglio, più accessibile del museo così come è oggi e perché è adeguatamente divulgata e propagandata.

e) E il museo?

Cosa significa, infine, l'affermazione che il successo della mostra non sembra coinvolgere la pinacoteca?

I dati dimostrano chiaramente questo fenomeno: ben il 67,5 % non ha visitato la pinacoteca in occasione della visita alla mostra (di questi, solo la metà circa l'aveva già visitata in altre occasioni).

Eppure la galleria, che occupa il piano subito superiore a quello della mostra,¹⁶⁾ ospita opere di enorme interesse artistico e culturale: da Masaccio a Tiziano, da Bruegel a Caravaggio, per citare solo gli autori di più alto valore di "richiamo". Si tratta, è opportuno sottolinearlo, di una delle più importanti pinacoteche europee.

Ma chi non l'ha mai visitata (il 50 % circa del nostro campione) non sempre coglie l'occasione offerta dal richiamo esercitato da *Civiltà del '700*.

Circa il 30 % di tutti dichiara di non aver mai visto la pinacoteca e di essere venuto con l'intenzione di visi-

tare esclusivamente la mostra: è un risultato questo, già da solo, molto importante ed acquista maggiore interesse se consideriamo che "solo" il 12,2 % ha deciso di spostarsi al piano superiore dopo aver visto la mostra.

Fa da contrappunto a queste osservazioni il dato del 12,1 % del totale relativo a quanti, recatisi per la prima volta a Capodimonte, indirizzano la propria visita verso ambedue i reparti (*Tabella 5*).

In totale, la visita "doppia", è stata scelta solo dal 21 % degli intervistati: e, come era logico attendersi, i gruppi sovrarappresentati sono costituiti da visitatori provenienti dal territorio extraregionale ed extraprovinciale, gruppi che, come abbiamo visto, sono i più lontani dal museo e sembrano cogliere un'occasione che difficilmente potrebbe ripresentarsi.

Probabilmente, esulava dai propositi degli organizzatori la creazione di un rapporto tra evento straordinario e collezione stabile. Il dato sociologico che a noi qui interessa sottolineare è la non comunicazione tra questi due reparti del medesimo complesso, insieme alla conferma della grossa capacità attrattiva che oggi la mostra — e potremmo quasi dire solo la mostra — riesce ad esercitare sul pubblico di massa.

Certo, l'85,6 % di tutti ha dichiarato di aver visitato altri musei, in particolare quelli presenti nel proprio territorio di origine e il 67,8 % ha affermato di avere l'abitudine di visitare i musei delle città in cui si reca in viaggio; ma questi dati devono venir letti attraverso la consapevolezza che l'intervistato tende a fornire un'immagine di sé che sia la migliore possibile: a maggior ragione, questo elemento distorto si presenta in indagini come questa, in cui l'interesse è puntato su pareri e abitudini, giudizi e commenti, atteggiamenti e motivazioni che l'intervistato, e solo lui, può graduare.

La conferma a questa supposizione è data dalla lettura dei dati relativi alla frequenza media delle visite ai musei: il 34,9 % afferma di andarci solo una volta l'anno o mai.

Certo, il 47,7 % visita un museo tre o quattro volte in un anno: è bene comunque tenere presente che di essi il 77,7 % ha un titolo di studio almeno di scuola superiore. E questa stessa categoria (che nel campione generale rappresenta il 70 %) contiene, come era logico prevedere, i più assidui frequentatori: l'84,8 % di coloro che vi si recano una volta alla settimana e l'85,3 % di quanti vi si recano una o due volte al mese. A completare queste osservazioni su una correlazione positiva tra l'abitudine alla visita dei musei e il livello culturale si sottolinea che in questa stessa categoria solo il 37,5 % afferma di non recarsi mai al museo.

Questi dati appaiono maggiormente attendibili di quelli a proposito dei quali ricordavamo i fenomeni di sopravvalutazione che sono stati meglio tenuti sotto controllo in un tipo di domanda le cui possibilità di risposta erano maggiormente graduate "a priori", e confrontate con la frequenza ad altre attività culturali.

Riassumendo, quindi, le più elevate frequenze ai musei — la consuetudine maggiore — sono legate al titolo di studio più alto.

La mostra quindi ha attirato solo un pubblico di disavvezzi al museo, di "novizi", catturati dalla pubblicità?

Un giudizio così drastico certamente non può essere ricavato dai dati a nostra disposizione: ad esempio, ben il 49,3 % dichiara di essersi spostato dalla propria città proprio per visitare mostre e musei di particolare interesse e il 15,5 % di tutti afferma di essersi spostato addirittura all'estero con il medesimo scopo.

TABELLA 5

	È la prima volta che lo visita?		
	Si	No	TOTALE
È venuto al museo per visitare:			
- la mostra	29,5	5,6	35,1 (479)
- la mostra, avendo già visitato la pinacoteca	—	30,6	40,6 (418)
- la pinacoteca e la mostra	12,1	8,9	21,0 (286)
- la mostra e poi ho visto anche la pinacoteca	6,7	5,4	12,2 (166)
- la pinacoteca	0,7	0,5	1,2 (16)
TOTALE ...	49,0 (669)	51,0 (696)	100,0 (1365)

Infine, è un pubblico che sembra generalmente curioso ed attento agli avvenimenti nei luoghi della cultura: frequenta abbastanza i concerti (il 31,2 % dichiara di non seguirli, ma il 24,2 % vi si reca almeno una o due volte al mese), un po' più i teatri (i dati corrispondenti sono il 21,2 % e il 27 %) e molto il cinema, dove non vi si reca mai solo il 10,6 %, una o due volte in un mese dichiara di andarci il 39,4 % e una volta almeno in una settimana ben il 27,1 %.

La struttura dell'indagine prevedeva inoltre la raccolta di dati relativi alle immagini e ai giudizi sui musei esistenti nei visitatori della mostra: si chiedeva cioè di esprimere un parere in relazione alle maggiori carenze, al rapporto con altri luoghi pubblici, alle sensazioni provate, avendo come riferimento non la realtà specifica in cui avveniva la visita ma un medio museo italiano così come è oggi.

Ed a questi stimoli hanno reagito tutti con molto interesse, delineando il quadro di un'utenza abbastanza smagliata e a cui è gradita l'ipotesi di un museo che si rinnova.

Il 70 % circa ha lamentato la carenza di supporti forniti dal museo per la sua comprensione: in particolare, l'assenza di sussidi didattici, di pannelli esplicativi, di notizie sugli autori e sulle opere sono stati definiti responsabili della scarsa agevolezza della visita ai musei dal 30,8 %; il 38,8 % — e, come si vede, le due fasce pressoché si equivalgono, lamenta invece l'assenza di operatori specializzati che forniscano visite guidate o di pubblicazioni — possibilmente gratuite — che diano sinteticamente una chiave di lettura.

Un'altra fetta di pubblico — ed anche consistente — ha messo invece in discussione l'organizzazione stessa degli istituti museali: il 5,4 % riconosce un ruolo fondamentale alle mostre temporanee, monografiche ed il 10,3 % nota l'assenza di strumenti audiovisivi nel panorama di quelli tradizionalmente usati come supporto agli allestimenti.

Percentuali più basse di visitatori invece disapprovano la grandezza e la ridondanza dei musei (2,1 %) e la mancanza di una politica promozionale e pubblicitaria (1,5 %).

Sono davvero pochissimi (in assoluto solo 15 casi) coloro che non hanno critiche da fare.

Si nota subito come la parte più consistente del pubblico individui la maggiore carenza dei musei nella mancanza di intellegibilità, carenza che si concretizza nell'assenza di sussidi per il visitatore.

Ma il 19,3 % si spinge più avanti, come abbiamo appena visto, mettendo in discussione la tradizionale struttura espositiva dei musei: le mostre, dicono, sono più leggibili; il rapporto con le tecnologie più avanzate e moderne, proprie dei mezzi di comunicazione di massa, è anch'esso augurabile, probabilmente per far nascere un museo che si unifichi alle esigenze dello "spettacolo", . (Vale la pena di richiamare la convinzione che il museo sconti, nel rapporto con il pubblico, un sensibile "gap", tecnologico nei confronti degli altri mezzi di diffusione della cultura).

Un po' tutti poi sembrano d'accordo nell'affermare che gli attuali orari dei musei (dalle 9 alle 14 nei giorni feriali e dalla 9 alle 13 in quelli festivi) costituiscono un ulteriore elemento di difficoltà: il 36,3 % crede necessaria la loro apertura pomeridiana, il 46,3 % pensa che sarebbe agevolato dall'apertura anche nelle ore serali, solo il 14,7 % ritiene che gli orari vanno bene così come sono.

Il tentativo poi di mettere in rapporto l'immagine che il pubblico ha del museo con quella di altri luoghi pub-

blici — opportunamente scelti per le valenze che hanno — ha dato la possibilità di leggere, attraverso questo artificio, il significato che l'istituzione ha nel senso comune: ed il forte addensamento attorno ad alcune risposte permette di fare affermazioni abbastanza decise.

Ben il 34,1 % ha scelto la chiesa come più vicina alla sua immagine di museo, vuoi per il suo carattere inconfutabile di sacralità, vuoi per il carattere monumentale, per la presenza nelle chiese, più che in altri luoghi, di elementi con funzione decorativa (Tabella 6).

Il museo, quindi, come tempio dell'arte e sostanzialmente suscitatore di sentimenti di devota e silenziosa contemplazione, riservato ad una setta che, anche se di ampiezza notevole, ha i suoi riti e i suoi modi di comportamento predeterminati.

Molto alta anche la proporzione di coloro che individuano nella biblioteca il luogo pubblico più vicino al museo (36,6 %) a conferma delle considerazioni prima fatte sulla staticità, sulla necessità di codici di fruizione precisi, sulla scarsa dimestichezza, ma con in più un concetto di deposito e di aristocrazia culturale, confermato anche dall'8,6 % che sceglie l'aula universitaria come termine di paragone. E degna di interesse appare poi la scelta — compiuta dall'11,6 % — per la fiera campionaria: particolare importante è che questa scelta è maggiormente presente nei gruppi a più basso livello di istruzione, forse a testimonianza dell'incapacità a individuare nel museo un filo conduttore unitario.

Infine, le categorie più colte sono quelle che più stentano a definire questo parallelo; tra coloro che non rispondono (il 4,2 %) dicendo pressappoco "un museo è un museo", appaiono molto rappresentati i laureati (56,9 %).

Ma nonostante tutto, il museo — anche se forse sarebbe preferibile parlare più delle opere in sé e meno dei musei nel loro complesso — continua a suscitare sensazioni di ammirazione ed emozione (54,4 % di tutti). D'altra parte, il 16,3 % dichiara di sentirsi a disagio o di provare timore e disorientamento: e queste ultime affermazioni sono proprie — in massima parte — di un segmento di pubblico con un livello culturale inferiore, a conferma di una corrispondenza tra la scarsa dimestichezza con queste istituzioni e il livello di scolarizzazione medio-inferiore.

Ancora una volta, il museo dimostra di essere scarsamente attrezzato nei confronti di coloro che, più di tutti, sono sprovvisti dei necessari strumenti di decodifica, di quell'utenza cioè meno garantita, verso la quale non assume i compiti — che potenzialmente è largamente in grado di esaurire — di diffusione e crescita culturale.

TABELLA 6

Quale tra i seguenti luoghi pubblici si avvicina maggiormente all'immagine che lei ha del museo?		
— biblioteca	36,6	(499)
— chiesa	34,1	(465)
— fiera campionaria.....	11,6	(158)
— aula universitaria.....	8,6	(117)
— grandi magazzini	2,5	(34)
— sala cinematografica	2,5	(34)
— nessuno	4,2	(58)
TOTALE ...	100,0	(1365)

NOTE METODOLOGICHE E TECNICHE

Per la raccolta dei dati è stato costruito un questionario precodificato, adatto cioè alla elaborazione elettronica; ¹⁷⁾ nella sua costruzione si è tenuto conto delle ipotesi di lavoro formulate nonché delle esperienze precedentemente avute in questo settore, esperienze in verità estremamente ridotte. ¹⁸⁾

Sono state considerate 31 variabili: dalle ormai consuete variabili socio-demografiche (età, sesso, titolo di studio, luogo di provenienza, professione) a variabili relative alla mostra (i motivi che hanno spinto alla visita, le modalità con cui è stata effettuata, le preferenze per un certo tipo di oggetti, l'interpretazione del suo successo), da misure della frequenza ai musei a un giudizio sulle loro carenze.

Ad ogni variabile è stata abbinata una domanda, a ciascuna domanda diverse modalità di risposta tra cui l'intervistato effettuava la sua scelta.

Il questionario è stato sottoposto ad un opportuno campione di visitatori della mostra o, meglio, della sezione della mostra ospitata nel museo di Capodimonte; la scelta di circoscrivere l'indagine a questa sola sezione è stata motivata da considerazioni di carattere pratico e teorico: la decisione di effettuare l'indagine è stata presa in tempi tali da non permettere la rilevazione nelle altre sezioni. La loro chiusura infatti era stata programmata

in precedenza, e a prescindere dall'indagine, e pertanto sarebbe stato possibile effettuare solo un sondaggio limitato, impreciso e sommario; mentre era ed è nostra intenzione cercare di cautelarci al massimo da imprecisioni nella rilevazione, causate da deficienze metodologiche e tecniche.

Il campione adottato era di tipo qualitativo e la sua ampiezza pari a 2.500 unità, un numero di casi che, vista la consistenza numerica dell'universo di riferimento (tutti i visitatori della mostra) difficilmente circoscrivibile dal punto di vista quantitativo, garantisce un ottimo livello di rappresentatività. La quota così scelta autorizza ad affermare che i dati campionari rappresentano l'universo con una probabilità del 99,7 % e che la possibilità di scarto tra dati del campione e dati dell'universo è estremamente ridotta.

In parte per problemi di organizzazione e gestione della fase di rilevazione dei dati, in parte per problemi di tempo che rendevano necessaria la sua conclusione in un intervallo relativamente breve, ma soprattutto in ragione della straordinarietà dell'evento oggetto dell'indagine conoscitiva, non è stato possibile effettuare un campionamento casuale semplice e si è proceduto quindi alla costruzione di una griglia campionaria in cui i casi prescelti sono stati distribuiti proporzionalmente al peso con cui tre variabili — età, sesso e giorno di visita, che in tal modo sono state tenute " sotto controllo „ — si pensava incidessero sulla composizione dell'universo. ¹⁹⁾



3 - NAPOLI, MUSEO NAZIONALE DI CAPODIMONTE - VEDUTA DI UNA SALA DELLA MOSTRA "CIVILTÀ DEL '700 A NAPOLI",

Per la determinazione di tali pesi ci si è avvalsi:

– dei dati sulla frequenza alla mostra nel periodo gennaio-settembre 1980, in possesso della biglietteria del museo,²⁰⁾ in base ai quali a ciascun giorno feriale è stata assegnata un'incidenza nel campione pari al 10 %, al sabato un'incidenza pari al 20 % e alla domenica una incidenza pari al 40 %;

– dei dati sulla frequenza alla mostra del pubblico scolare, in possesso della sezione didattica del museo, in base ai quali a questa fascia di pubblico è stata assegnata una incidenza sul totale pari al 30 %;

– di quanto emerso dalle osservazioni sul campo e dalla preinchiesta effettuata nel periodo luglio-settembre 1980 in base alle quali si è ritenuto opportuno distribuire il rimanente 70 % in altre due fasce d'età: alla prima (21-29 anni), volta a recuperare all'indagine un pubblico giovane, universitario e/o appena inserito in attività lavorative, è stata assegnata un'incidenza del 20 %; alla seconda (più di 29 anni) un'incidenza pari al 50 %.

Le conseguenze degli eventi sismici del 23 novembre 1980 — la chiusura della mostra prima, la sua riapertura in edizione ridotta poi e il brusco calo delle frequenze dopo — hanno sollevato la questione della legittimità scientifica e metodologica a continuare l'indagine e ad assemblare, giunti alla lettura finale dei risultati, rilevazioni quantitative e qualitative riferite a due situazioni estremamente diverse.

La decisione di sospendere la raccolta dei dati, venuta peraltro dopo un periodo di ripresa delle interviste, pur comportando una riduzione numerica dei casi (1365 su 2.500) non ha posto gravi problemi di rappresentatività del campione. Infatti, un primo dato già di per sé rassicurante è che le interviste effettuate fino a quella data rappresentano ben il 55 % di quelle previste; non solo, ma apportando alcune lievi modifiche al campione — e cioè riunendo in un'unica categoria gli ingressi prefestivi e festivi — si è potuto osservare che gli scarti tra la proporzione di casi prevista per ciascuna fascia e quella raggiunta si mantengono a livelli tali da non inficiare la rappresentatività del campione e la significatività della indagine.

Un volta completata la raccolta dei dati, si è passati alla loro elaborazione elettronica:²¹⁾ è stato così possibile ottenere le distribuzioni di frequenza delle singole variabili nonché misurare e descrivere le correlazioni tra di esse.

A.L.

La ricerca è stata condotta dalle sociologhe Anna Luise e Rita Savoia e coordinata dal prof. Domenico De Masi, ordinario di Sociologia del lavoro al Magistero di Roma.

La realizzazione delle interviste è stata affidata ad un gruppo di 16 intervistatori scelti tra gli storici dell'arte in servizio presso la Soprintendenza ai Beni Artistici e Storici della Campania.²²⁾

1) La mostra, la cui chiusura in un primo tempo era stata prevista per il 7 novembre 1980 e poi prorogata al gennaio 1981, è stata bruscamente interrotta dal sisma del 23 novembre che ha lesionato l'edificio che l'ospitava; riaperta all'inizio delle festività natalizie, è stata definitivamente chiusa in seguito alla scossa del 14 febbraio che ha provocato ulteriori danni.

2) Su questi punti ampiamente si sofferma GIOVANNI BECHELONI, *Le condizioni sociali della democratizzazione della cultura. Dal museo-tempio al museo-centro culturale*, nota introduttiva alla ricerca sul pubblico dei musei europei svolta in Francia da Pierre

Bourdieu e Alain Darbel e pubblicata in Italia con il titolo *L'amore dell'arte*, Guaraldi, Rimini 1972.

3) La mostra è stata allestita in quattro sezioni separate, ciascuna dedicata ad un aspetto del tema considerato.

4) Quando parliamo di pubblico della pinacoteca ci riferiamo a quanti hanno visitato le Gallerie Nazionali in occasioni precedenti ed indipendenti dalla presenza della mostra: essi rappresentano il 51 % e costituiscono quella fascia di visitatori che chiameremo "consueti", per distinguerli dai visitatori "nuovi ed occasionali", per i quali *Civiltà del '700* costituisce la prima occasione di visita.

5) Su questi ed altri punti inerenti le scelte campionarie si rimanda alle note metodologiche e tecniche.

6) La distribuzione per età che abbiamo ottenuto non è la distribuzione reale (dovuta cioè all'effetto del caso e quindi trasferibile all'universo dei visitatori) di tutto il pubblico.

7) Risulta la seguente distribuzione, calcolata sul totale del campione: dai 31 ai 40 anni 14,7 %; dai 41 ai 50 12,7 %; dai 51 ai 60 8,5 %; oltre i 60 anni 3,9 %.

8) Per giovanissimi intendiamo i visitatori con un'età compresa tra i 14 e i 20 anni, per giovani quelli tra i 21 e i 30, per adulti i visitatori la cui età oscilla tra i 31 e i 50 anni, per anziani quelli con un'età superiore ai 51 anni.

9) Sul totale di quanti sono già stati a Capodimonte, i visitatori in possesso di licenza media rappresentano il 18,4 %; i diplomati il 37,5 %, i laureati — come già detto — il 43,4 %.

10) L'esistenza di una relazione molto stretta tra livello di istruzione e frequenza ai musei è ampiamente documentata dai risultati della ricerca di P. BOURDIEU e A. DARBEL, *op. cit.*; in particolare, tra i diversi fattori che influenzano la pratica culturale, il titolo di studio è considerato determinante.

11) La dizione "turisti", non deve ingannare e far pensare ad un pubblico distratto e superficiale; almeno il 20,4 % di essi è probabilmente venuto a Napoli proprio per vedere la mostra e afferma di essere stato spinto alla visita da interessi scientifici e professionali.

12) Dal 5 novembre 1980, data in cui si è resa necessaria la restituzione di alcune opere ottenute in prestito da musei stranieri, la mostra è stata presentata in edizione ridotta.

13) In questo stesso senso, P. BOURDIEU e A. DARBEL, *op. cit.*, p. 82: "E se i visitatori delle classi popolari preferiscono venire al museo con i familiari o con compagni, è senza dubbio perché trovano nel gruppo un mezzo per occultare il loro sentimento di malessere, mentre il desiderio di visitare il museo da soli si esprime sempre più spesso man mano che ci si eleva nella gerarchia sociale".

14) Durante la mostra è stato in funzione per tutto il pubblico un servizio di visite guidate gratuite nei giorni prefestivi e festivi; la scuola ha poi potuto usufruire dell'assistenza degli operatori della sezione didattica.

15) A questa stessa conclusione giungono i ricercatori francesi: "Coloro che non hanno ricevuto dalla famiglia o dalla scuola gli strumenti presupposti dalla familiarità con l'arte sono condannati ad una percezione dell'opera artistica che raccoglie le sue categorie dall'esperienza quotidiana (...) i visitatori delle classi popolari si interessano preferibilmente alle opere "minori", (...) sia perché conoscendone l'uso dispongono di elementi di comparazione e di criteri di valutazione (...) sia perché la cultura richiesta dalla comprensione di simili oggetti è più comune. I membri delle classi alte si dirigono invece preferibilmente verso le opere d'arte più nobili (pitture e sculture)", P. BOURDIEU e A. DARBEL, *op. cit.*, pp. 74 e 88.

16) La mostra è stata allestita nelle sale dell'appartamento reale al primo piano del palazzo.

17) Il questionario è stato provato nel luglio e nel settembre 1980; la fase di interviste utili alla quantificazione è iniziata il 15 ottobre, dopo una sua messa a punto particolareggiata.

18) Ci riferiamo in primo luogo all'indagine svolta da P. BOURDIEU e A. DARBEL, *op. cit.*

19) La caratteristica del campionamento casuale semplice è che in esso tutti i soggetti hanno uguale probabilità di essere inseriti nel campione. Per essere sicuri che queste probabilità di selezione siano effettivamente eguali, è necessario poter disporre di una lista di tutti i soggetti da cui estrarre i casi da analizzare. Se la lista non esiste perché l'universo è sconosciuto ed illimitato — e questo è il nostro caso — è d'obbligo scegliere un metodo di campionamento diverso.

20) Si ringraziano sigg. Cavallo, D'Amore e Gambardella per la cortese collaborazione.

21) Questa fase è stata curata dal dott. Giancarlo Cepollaro presso il Centro di Calcolo Elettronico Interfacoltà dell'Università di Napoli.

22) Si ringraziano per il contributo dato alla ricerca nella delicata fase di raccolta dei dati le dott.sse A. Alabiso, L. Arbace, F. Capobianco, I. Creazzo, B. Daprà, P. Di Maggio, C. Fiorentino, L. Giusti, P. Giusti, M. Nappi, F. Navarro, R. Pastorelli, L. Rocco, A. Schiattarella, A. Tecce e il dott. G. Parente.