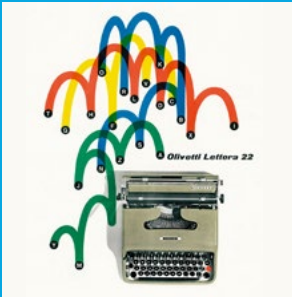


MD Journal
[8] 2019



IL DESIGN COME BENE CULTURALE

DESIGN AS CULTURAL HERITAGE

MEDIA MD



IL DESIGN COME
BENE CULTURALE
DESIGN AS
CULTURAL HERITAGE

Editoriale

Emanuela Bonini Lessing,
Alessandra Bosco, Fiorella Bulegato,
Dario Scodeller
Issue editors

Essays

Alessandra Bosco, Lucilla Calogero,
Maria D'Uonno, Elena Dellapiana,
Elena Formia, Federica Guidi,
Tommaso Listo, Viktor Malakuczi,
Nello Alfonso Marotta, Alfonso Morone,
Susanna Parlato, Dina Riccò,
Federico Rita, Dario Scodeller,
Laura Succini, Carlo Vinti

MD Journal

Rivista scientifica di design in Open Access

Numero 8, Luglio 2019 Anno IV

Periodicità semestrale

Direzione scientifica

Alfonso Acocella *Direttore*

Veronica Dal Buono *Vicedirettore*

Dario Scodeller *Vicedirettore*

Comitato scientifico

Alberto Campo Baeza, Flaviano Celaschi, Matali Crasset,
Claudio D'Amato, Alessandro Deserti, Max Dudler, Hugo Dworzak,
Claudio Germak, Fabio Gramazio, Massimo Iosa Ghini, Hans Kollhoff,
Kengo Kuma, Manuel Aires Mateus, Caterina Napoleone,
Werner Oechslin, José Carlos Palacios Gonzalo, Tonino Paris,
Vincenzo Pavan, Gilles Perraudin, Christian Pongratz, Kuno Prey,
Patrizia Ranzo, Marlies Rohmer, Cristina Tonelli, Michela Toni,
Benedetta Spadolini, Maria Chiara Torricelli, Francesca Tosi

Comitato editoriale

Alessandra Acocella, Chiara Alessi, Luigi Alini, Angelo Bertolazzi,
Valeria Buchetti, Rossana Carullo, Vincenzo Cristallo,
Federica Dal Falco, Vanessa De Luca, Barbara Del Curto,
Giuseppe Fallacara, Anna Maria Ferrari, Emanuela Ferretti,
Lorenzo Imbesi, Alessandro Ippoliti, Carla Langella, Alex Lobos,
Giuseppe Lotti, Carlo Martino, Giuseppe Mincoelli, Kelly M. Murdoch-
Kitt, Pier Paolo Peruccio, Lucia Pietroni, Domenico Potenza,
Gianni Sinni, Sarah Thompson, Vita Maria Trapani, Eleonora Trivellin,
Gulname Turan, Davide Turrini, Carlo Vannicola, Rosana Vasquèz,
Alessandro Vicari, Stefano Zagnoni, Michele Zannoni, Stefano Zerbi

Procedura di revisione

Double blind peer review

Redazione

Giulia Pellegrini *Art direction*, Annalisa Di Roma, Fabrizio Galli,
Monica Pastore, Eleonora Trivellin

Promotore

Laboratorio Material Design, Media MD
Dipartimento di Architettura, Università di Ferrara
Via della Ghiara 36, 44121 Ferrara
www.materialdesign.it

Rivista fondata da Alfonso Acocella, 2016

ISSN 2531-9477 [online]

ISBN 978-88-85885-05-9 [print]



Le immagini utilizzate nella rivista rispondono alla pratica del fair use (Copyright Act 17 U.S.C. 107) recepita per l'Italia dall'articolo 70 della Legge sul Diritto d'autore che ne consente l'uso a fini di critica, insegnamento e ricerca scientifica a scopi non commerciali.

IL DESIGN COME BENE CULTURALE

DESIGN AS CULTURAL HERITAGE



- 6 Editoriale
Il design come bene culturale
Emanuela Bonini Lessing, Alessandra Bosco,
Fiorella Bulegato, Dario Scodeller
- Essays
- 16 Monadi e/o sistemi
Elena Dellapiana
- 28 Ramificazioni digitali del design come bene culturale
Tommaso Listo
- 40 Antico-Contemporaneo
Elena Formia, Federica Guidi, Viktor Malakuczi, Laura Succini
- 52 Progettare l'esperienza
Alessandra Bosco
- 70 Archivio come giacimento attivo e allestimento come interpretazione
Dario Scodeller
- 90 Il design contemporaneo in mostra, narrato attraverso i dati
Lucilla Calogero
- 100 L'identità come bene culturale tra sfruttamento e appartenenza
Alfonso Morone, Susanna Parlato
- 116 Il design grafico come patrimonio
Carlo Vinti
- 130 Tracce dal passato
Maria D'Uonno, Nello Alfonso Marotta, Federico Rita
- 142 Libri e Booktrailer accessibili
Dina Riccò

IL DESIGN COME BENE CULTURALE

Emanuela Bonini Lessing Università Iuav di Venezia, Dipartimento di Culture del progetto
ebonini@iuav.it

Alessandra Bosco Università degli Studi della Repubblica di San Marino,
Dipartimento di Economia Scienza Diritto alessandra.bosco@unirms.sm

Fiorella Bulegato Università Iuav di Venezia, Dipartimento di Culture del progetto
bulegato@iuav.it

Dario Scodeller Università degli Studi di Ferrara, Dipartimento di Architettura
dario.scodeller@unife.it

«Da tutte queste cose emerge una forma del tempo,
si delinea un tratto visibile dell'identità collettiva,
sia essa tribù, classe o nazione. Questo autoritratto
riflesso nelle cose serve al gruppo come guida e punto
di riferimento per il futuro e diviene finalmente
il ritratto tramandato ai posteri».

George Kubler,

La forma del tempo (Kubler, [1962] 1976, p.17)

Il design e, più in generale, le arti applicate e la cultura materiale – intesi come beni culturali – e il ruolo del progetto nella loro tutela, valorizzazione e fruizione, costituiscono il campo tematico di cui si occupa il numero 8 di *MD Journal*.

La volontà di isolare l'argomento all'interno della più vasta riflessione sul *design for cultural heritage* nasce dal desiderio di mettere a fuoco alcune linee d'indagine che, riconoscendo al design autonomia disciplinare e alle sue produzioni una adeguata collocazione nell'ambito della cultura materiale, possano considerarli sia come oggetto privilegiato di studio, sia come un vasto giacimento culturale dotato di una specifica identità.

All'interno della duplice prospettiva di ricerca del design come bene culturale e del design per beni culturali (Irace, 2013), emerge come denominatore comune la relazione fra tali beni e i loro fruitori, ossia il tema della "ricezione culturale".

Si tratta infatti sia di chiarire il contributo dei documenti e delle testimonianze materiali del progetto alla compren-

sione della cultura del design – ovvero all'interpretazione nel tempo della società che ha pensato, prodotto, consumato e attribuito valori ai suoi artefatti (industriali, d'arti applicate, di artigianato artistico o strumenti di lavoro) – sia di individuare le modalità e le forme con cui il design può migliorare le esperienze di "mediazione" con tali patrimoni, ossia quale ruolo riveste oggi il progetto nella costruzione di strumenti e sistemi, fisici o digitali, di tutela, valorizzazione e fruizione di questi beni culturali.

Il concetto di tutela dei beni culturali del design

Alla tutela dei beni del design sarebbe affidato, in questa prospettiva, il ruolo di promuovere la conoscenza e la comprensione di uno tra i fenomeni più originali del XX secolo, fertile d'intrecci con i più diversi campi della vita sociale e generatore, in quanto "autoritratto riflesso nelle cose" (Kubler, [1962] 1976, p. 17), di valori in cui la collettività si identifica.

Il processo di valorizzazione che sta alla base del concetto di *cultural heritage* è necessariamente caratterizzato da una doppia natura: una di tipo economico e l'altra culturale. Sa un lato è necessario considerare come termini quali *bene*, *patrimonio*, *valore*, *valorizzazione* (e, in definitiva, anche *giacimento*) facciano evidentemente riferimento più alle discipline dell'economia che agli ambiti della cultura, dall'altro è innegabile che il passaggio dalla concezione di "cose" da tutelare (e conservare) a quella di "bene" abbia favorito la presa di coscienza collettiva sulla corrispondenza fra questi "beni" e i "valori" identitari in cui la società intera si rispecchia e di cui è chiamata a farsi carico. Salvatore Settis richiamando i modi con cui si è affermato storicamente in Italia il principio di priorità del pubblico interesse ha chiarito ulteriormente: «Secondo tale principio – scrive – in quello che chiamiamo "patrimonio culturale" convivono due distinte componenti patrimoniali, perché due sono le utilità che esso genera: una si riferisce alla proprietà del singolo bene, che può essere privata o pubblica; l'altra ai valori storici, etici e culturali, sempre e comunque di pertinenza pubblica, cioè della comunità dei cittadini. In questa prospettiva, la stessa espressione "patrimonio culturale" assume un significato particolare, che è l'opposto di ogni individualismo proprietario, e si rifà invece a valori collettivi, a quei legami e responsabilità sociali che proprio e solo mediante il riferimento a un comune retaggio di cultura e di memoria prendono la forma del patto di cittadinanza, rendono possibile la "pubblica utilità", e dunque ogni comunità organizzata, dal comune allo Stato» (Settis, 2011, sp).

E. Bonini Lessing Orcid 0000-0002-2254-9585

A. Bosco Orcid 0000-0001-5079-3481

F. Bulegato Orcid 0000-0003-0455-4425

D. Scodeller Orcid 0000-0001-8711-389X

ISSN 2531-9477 [online], ISBN 978-88-85885-05-9 [print]

Questa consapevolezza è cresciuta in modo rilevante nel periodo che ha visto svolgersi i lavori della *Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio* presieduta da Francesco Franceschini e attiva dal 1964 al 1968, proprio nell'arco temporale caratterizzato da un mutamento culturale e da una nuova attenzione degli studiosi nei confronti delle testimonianze della cultura materiale, capace di influenzare anche la cultura dei decenni successivi (Kubler, [1962] 1976; Baudrillard, 1968; Emiliani, 1974). Dobbiamo ai lavori della Commissione Franceschini sia la moderna definizione di "bene culturale", che ingloba tutto ciò che attiene «alla storia della civiltà» (*Atti della commissione Franceschini*, 1967, Dichiarazione I), sia l'indicazione programmatica che sostiene la necessità di assicurare ai beni culturali «adeguate forme di godimento pubblico e la più ampia facoltà di studio» (*Atti della commissione Franceschini*, 1967, Dichiarazione XVII). Inoltre – di fondamentale importanza per il nostro tema – vengono inclusi fra i beni culturali d'interesse artistico o storico «le cose mobili o immobili di singolare pregio, rarità o rappresentatività, aventi relazione con la storia culturale dell'umanità», precisando che tale definizione non si attribuisce solo ai «beni aventi riferimento all'arte, ma altresì a quelli, a titolo di esempio, aventi riferimento alla storia, all'etnografia, alla numismatica, all'epigrafia, all'arredamento, alle arti applicate, al costume, alla storia della scienza e della tecnica» (*Atti della commissione Franceschini*, 1967, Dichiarazione XXXII).

È dunque in virtù di questa apertura della concezione di patrimonio culturale verso qualcosa "che ha valore per tutti" che la sensibilità conservativa si è estesa dall'ambito archeologico e storico-artistico a quello archivistico, etnografico e, più in generale, degli artefatti prodotti dall'uomo per i propri bisogni, intesi come testimonianza di una storia civile. Si tratta di un'apertura culturale e normativa che permette anche al design e alle sue produzioni oggettuali, un riconoscimento in termini di tutela, conservazione, valorizzazione espositiva e fruizione.

Finalità delle "raccolte di design" e relazione con il pubblico

Come conseguenza di tale attenzione, gli anni Settanta del Novecento vedono l'intensificarsi dei processi di ricerca, identificazione e comunicazione delle testimonianze della cultura materiale, in particolare del design italiano. Esperienze di "mediazione" che proseguono ampliandosi, a partire dal decennio Ottanta, con lo sviluppo di numerose forme di esposizione, pubbliche e private, destinate a

conservare, archiviare e rendere fruibile tali patrimoni, in termini materiali e immateriali e con gradi differenti di accessibilità (Bulegato, 2008).

Solo a titolo di esempio, è possibile citare istituzioni museali vere e proprie, come il Museo del patrimonio industriale a Bologna nato nel 1997, il recentissimo Museo del design alla Triennale di Milano o l'ADI Design Museum Compasso d'oro, in apertura nel 2020, vari archivi e collezioni legati alle imprese – accumulando qui le iniziative di Pirelli con quelle della Tipoteca Italiana – alcuni studiumi dedicati ai "maestri" del design come Achille Castiglioni o Vico Magistretti, nonché innumerevoli mostre a tema in più luoghi del paese.

Si tratta di strutture e attività pensate per un pubblico vasto e non più legate alla sola categoria dei collezionisti, che danno seguito a quel processo di democratizzazione della fruizione iniziato a metà Ottocento con la diffusione in Europa e nel mondo dei musei d'arti applicate sul modello educativo del South Kensington Museum di Londra. Un modello anticipatore di quella rivoluzione che si compirà nel corso del Novecento in ambito museografico in direzione della "centralità del pubblico" (Dalla Mura, 2010) e che sta trovando oggi nello sviluppo della rete Internet, dei dispositivi e degli strumenti collegati, una allora non immaginabile possibilità di espansione.

Se sono perciò in particolare le "arti industriali" a suggerire, in definitiva, come la triplice relazione con il pubblico – scientifica, artistica ed educativa – possa essere collegata all'idea di progresso economico e sociale, si tratterebbe di definire che cosa del "bene culturale design" – scontate la sua tutela e conservazione – venga "messo in valore" attraverso le numerose forme contemporanee di fruizione di tutti quei materiali che, assieme all'artefatto finale, caratterizzano il suo processo costitutivo (Vitta, 2012; AIS/Design. Storia e ricerche, 2014; Farrelly, Weddell, 2016).

Al contempo si tratterebbe, tornando alla premessa, di individuare in che modo il design contribuisca a migliorare la comprensione di tali patrimoni.

Temi, questioni, criticità evidenziate dai contributi

Identificato dunque il minimo comune denominatore fra queste due prospettive d'indagine nella relazione fra i beni e i loro fruitori, le riflessioni critiche qui pubblicate, anche connesse a esperienze didattiche, di ricerca e progettuali, in alcuni casi si sono concentrate sul modo con cui le qualità estetiche, iconiche e tecniche degli oggetti possano proporsi non solo alla contemplazione, ma anche alla attivazione del valore che il design (quale attività umana di progettazione e produzione di artefatti

materiali) riveste per la cultura contemporanea. In altri casi hanno esplorato il ruolo del progetto – del prodotto, della comunicazione, degli interni, degli allestimenti o dell’interazione – nel rendere maggiormente identitari, accessibili e fruibili, i medesimi patrimoni della cultura materiale, da un lato rafforzando la cultura della tutela e dall’altro affermando le potenzialità del design nei processi di valorizzazione.

I contributi fanno riferimento a tre ambiti tematici. Il primo, più generale, è relativo allo statuto culturale e alle possibilità di classificazione e organizzazione sistemica del design come patrimonio culturale in relazione alla sua fruibilità. Il secondo si occupa di ordinamenti, tagli interpretativi ed espedienti progettuali utilizzati nelle esperienze di “mediazione” per facilitare la comprensione della cultura del design in ambito museale ed espositivo, anche relativamente al miglioramento dell’accessibilità dei fruitori. Il terzo ambito evidenzia invece le specifiche caratteristiche dei patrimoni riguardanti gli artefatti grafici.

Seguendo nello specifico questa tripartizione, il contributo di Elena Dellapiana illustra i contenuti di un tema di ricerca elaborato negli ultimi anni da un gruppo di studiosi di design di varie università italiane, in collaborazione con diversi specialisti (storia, programmazione, data visualization, archivistica). Constatando come molti archivi, collezioni e raccolte museali italiani relativi alle arti applicate e al design versino in condizioni di difficile accessibilità o rischino la dispersione, il progetto *Transmitting design. Museums, archives and collections: networks, strategies and reasons for innovation* – ancora privo di un riconoscimento ufficiale – propone la costituzione di una rete dei patrimoni, giacimenti, repertori materiali e immateriali relativi al design italiano. Assumendo come quadro di riferimento critico quella dicotomia tra cultura ed economia che in Italia, fin dalla costituzione dello stato nazionale, ha alimentato il dibattito sui temi delle arti industriali e dei rapporti tra cultura artistica e produzione, Dellapiana espone il significato e gli obiettivi del progetto di mappatura e valorizzazione del patrimonio di raccolte e collezioni. La storia del design viene assunta come disciplina collante per competenze specialistiche diverse mentre, tra i fini del progetto, vi è quello di sviluppare assunti teorici che portino al riconoscimento del design come parte del patrimonio culturale, emancipandolo da un ruolo – assai limitativo – di rappresentatività dello “stile” del paese. La possibilità di inserire i patrimoni del design nello scenario digitale, favorendo così la costituzione di quel-

la rete auspicata dal precedente progetto di ricerca, viene approfondita da Tommaso Listo presentando la pratica dei *Linked open data* e la sua applicazione all’ambito dei beni culturali. Dopo aver dimostrato in quale modo tale metodologia di strutturazione dei dati possa costituire uno strumento particolarmente adatto alla rappresentazione, contestualizzazione storica e valorizzazione del design in relazione alla cultura materiale, Listo propone una riflessione su quale ruolo il progetto di una memoria digitale possa assumere nella costruzione di un’interfaccia tra esperienza contemporanea e dimensione storica.

Oltre all’evidente impatto sulle modalità di ricerca e interrogazione dei documenti, l’accessibilità e interconnessione delle risorse appare di particolare interesse per il design come bene culturale per l’apertura che la fruizione *open* consente, in una dimensione in cui il progetto dell’interfaccia può essere indirizzato a un utilizzo inteso come co-produzione di senso.

All’interno delle opportunità offerte al progetto dalle esperienze di “mediazione” museale si situa invece la ricerca *Antico-Contemporaneo*, presentata nel contributo di Elena Formia, Federica Guidi, Viktor Malakuczi e Laura Succini e svolta in collaborazione con il Museo Archeologico di Bologna. Il museo archeologico – e in particolare le collezioni etrusche – appare in questa lettura come luogo privilegiato in cui verificare forme di relazione tra design, cultura materiale e beni culturali. Attribuendo al design, inteso come “sistema culturale”, un ruolo generativo di artefatti in grado di narrare il processo di assimilazione culturale delle memorie, la ricerca propone una verifica di metodi, strumenti e processi atti a innovare comportamenti, forme di interazione e significati. L’idea è quella di un museo come forma di “ricezione culturale” diffusa, il cui obiettivo è permettere al visitatore di sviluppare una nuova consapevolezza degli artefatti esposti, attraverso esperienze interattive in grado di renderlo consapevole del “saper fare” racchiuso in ogni oggetto, esaltando in tal modo il valore stesso del bene culturale. Anche Alessandra Bosco seleziona alcuni casi di musei internazionali per dimostrare come le metodologie e le pratiche progettuali attuate per ridefinire le relazioni tra luogo, tempo, oggetti e persone – incentrate sulle tecnologie digitali e il co-design, come momento di confronto fra soggetti coinvolti a diverso titolo nella “narrazione” museale – possano rappresentare un’opportunità per indurre cambiamenti nel sistema di comunicazione ed espositivo del museo, nella gestione dell’istituzione e del

patrimonio, nella generazione di rinnovate economie per il territorio e, soprattutto, per far crescere una cultura del rispetto e della valorizzazione delle testimonianze basata su valori condivisi. Agganciandosi al dibattito in corso all'interno dell'International Council of Museums (ICOM) sul radicamento del museo agli specifici contesti storici, geografici e sociali, mette perciò in risalto il ruolo strategico delle strutture espressamente dedicate alla valorizzazione dell'identità e della cultura materiale e immateriale locali, non soltanto per garantire la tutela di tali patrimoni, ma per contribuire al raggiungimento di obiettivi di inclusione, sostenibilità economica, coesione ed equità sociale a favore delle comunità in cui sono insediati.

Dario Scodeller e Lucilla Calogero declinano ed espandono l'indagine sul contributo delle soluzioni progettuali alla comprensione dei contenuti di design nelle mostre temporanee. Scodeller illustra infatti il progetto curatoriale ed espositivo della mostra dedicata ai fratelli Castiglioni realizzata a Pordenone nel 2019. Indagando le relazioni che, nel campo del design, è possibile instaurare tra indagine d'archivio, ricerca storica, curatela ed esposizione, il contributo propone una riflessione critica e un'esperienza progettuale sul tema della valorizzazione e della comprensione della storia e della cultura del progetto del prodotto industriale.

L'identificazione tra *good design* e *non objective art* proposta fin dal 1940 dal dipartimento di Design del MoMA diretto da Eliot F. Noyes, continua ancor oggi a generare equivoci sull'autonomia del design e delle sue produzioni, accomunando le opere di design a quelle dell'espressionismo astratto. Partendo dalle fonti archivistiche è possibile invece proporre percorsi di conoscenza e approfondimento del processo che porta dall'ideazione al consumo dell'oggetto, mettendo in luce la sua natura di forma progettata per specifici bisogni e utilizzi in un determinato contesto storico, sociale ed economico, oltre alle sue valenze morfologiche ed espressive.

Esplora mostre recenti dedicate al design anche Lucilla Calogero, facendo emergere alcuni nodi concettuali e progettuali nel momento in cui si confrontano con le opportunità di impiegare la crescente quantità di dati proveniente oggi dai più disparati dispositivi. Complice di queste operazioni è la natura sempre più immateriale di prodotti, sistemi e servizi, e la possibilità attraverso apparati comunicativi interattivi "di rendere visibile l'invisibile", restituendo i dati in forma fisica o visiva, statica o dinamica, e assecondando talvolta il loro flusso generativo in tempo reale. La riflessione su tale "espediente

narrativo" per cui i dati diventano materiale di progetto permette all'autrice non solo di rivendicare l'esigenza di designer specializzati in tali interpretazioni, ma di affrontare più questioni legate all'integrazione nello spazio espositivo fra individui, tecnologie avanzate, sistemi di gestione e fruizione dei dati: dal linguaggio espressivo alla narrazione, dalle superfici agli spazi, dalla visualizzazione all'esperienza, dalla fruizione passiva a forme virtuose di interazione capaci di coinvolgere fasce di utenti anche non specializzate.

Si colloca a metà fra secondo e terzo ambito tematico evidenziati sopra il contributo di Alfonso Morone e Susanna Parlato occupandosi del cibo come bene culturale e del ruolo del progetto della sua comunicazione per la costruzione di identità locali. Dopo aver chiarito come esista una contrapposizione tra processi di globalizzazione e omologazione, e movimenti che ricercano una valorizzazione dell'autenticità delle culture del cibo popolare legato alla dimensione locale, espone gli esiti di un'indagine svolta su alcune invarianti tipologiche dei sistemi di comunicazione degli esercizi commerciali e di ristorazione napoletani. Ciò permette di decodificare i fattori che fanno assumere al cibo un preciso ruolo nella cultura e nella costruzione di un immaginario collettivo della città, da cui deriva un'interessante apertura di prospettive su strumenti di costruzione di identità locali, come sistemi mobili e dinamici, contrapposti a quelli globali, statici e sclerotizzati.

Queste e altre forme del design grafico costituiscono infine l'oggetto di attenzione dell'ultima serie di contributi. Carlo Vinti esplora lo statuto culturale degli artefatti comunicativi e il suo mutamento per effetto dello sviluppo dei processi di archiviazione e musealizzazione. Le riflessioni, partendo dalla domanda su che cosa sia definibile originale in questo ambito, pongono l'attenzione su un patrimonio costituito da materiali eterogenei, frutto della ricostruzione dei processi di progettazione e realizzazione, che deve spingersi, necessariamente, ai documenti riguardanti l'uso e la circolazione dei segni grafici per far comprendere la loro portata sociale e culturale. Tale natura processuale combinata con il carattere non solo replicabile ma anche rinnovabile degli artefatti grafici, conduce l'autore ad interrogarsi essenzialmente sulla questione della durata nel tempo. Ciò implica non solo valutare il cambiamento del loro valore anche economico – si pensi, ad esempio, al manifesto affisso che da presenza diffusa nel quotidiano destinata a una fruizione veloce è divenuto pezzo conteso dalle strutture di conservazione – ma anche segnalare le opportunità

della dimensione dinamica permessa dalle collezioni digitali che può rendere ancora più evidenti il radicamento e l'evoluzione nel tempo delle testimonianze della grafica nella società.

Maria D'Uonno, Nello Alfonso Marotta e Federico Rita ragionano anch'essi sulla valorizzazione di tali artefatti, in questo caso il libro e i suoi elementi progettuali, *in primis* tipografia, carta, inchiostri e rilegatura. Allo scopo, illustrano un progetto di ricerca che combina il recupero di materiali e tecniche della tradizione tipografica con le potenzialità offerte dagli strumenti digitali, pensato per garantirne sia la conservazione e la fruizione, sia la loro riattualizzazione in particolare all'interno della riscoperta contemporanea del *letterpress*. I risultati presentati, indagando il patrimonio tipografico della Fondazione Tipoteca Italiana, il maggiore museo tipografico del Paese, si incentrano sul progetto di un archivio digitale di materiali basato sull'idea di ricostruzione di un processo – dall'ideazione all'utilizzo –, sulla definizione di una metodologia per la riproduzione dei caratteri usurati e l'integrazione dei glifi grazie a tecnologie di "fabbricazione digitale", e sulle sperimentazioni dedicate all'adeguamento di carte e inchiostri tradizionali agli standard qualitativi contemporanei. In questo modo il museo, accanto alle funzioni di archiviazione, tutela ed esposizione, ne attiva altre, che lo trasformano anche in luogo di sperimentazione progettuale e nodo di raccolta e diffusione della conoscenza virtuale. Affronta il prodotto editoriale libro anche Dina Riccò nel contributo conclusivo del numero, considerandolo nelle versioni stampate, digitali e booktrailer. Presentando i risultati di un'esperienza didattica, condotta con gli studenti della Scuola del Design del Politecnico di Milano, l'autrice sostiene l'importanza sociale della progettazione di artefatti comunicativi ampiamente accessibili, ed esamina la funzione della traduzione – intersemiotica e sinestesica – come strumento a disposizione del progettista per rendere tali contenuti accessibili in presenza di disabilità sensoriali.

REFERENCES

Kubler George, *The shape of time*, 1962, (tr. it. *La forma del tempo*, Torino, Einaudi, 1976, pp. 182).

Atti della commissione Franceschini, 1967, Dichiarazioni I-LVII, <http://www.icar.beniculturali.it/biblio/pdf/Studi/franceschini.pdf> [Dicembre 2019]

Baudrillard Jean, *Le system des objets*, Gallimard, 1968, (tr. it. *Il Sistema degli oggetti*, Milano, Bompiani, 1972).

Emiliani Andrea, *Una politica dei beni culturali*, Torino, Einaudi, 1974, pp. 297.

Bulegato Fiorella, *I musei d'impresa, Dalle arti industriali al design*, Roma, Carocci, 2008, pp. 208.

Dalla Mura Maddalena, *Design e musei fra storia e nuovi approcci: Il contributo dei musei di scienza e tecnologia*, tesi di Dottorato di ricerca in Scienze del Design, XXII ciclo, Scuola di Dottorato Università Iuav di Venezia, 2010, pp. 604.

Settis Salvatore, voce *La tutela del patrimonio culturale*, in Enciclopedia Treccani online, 2011. Disponibile in: http://www.treccani.it/enciclopedia/la-tutela-del-patrimonio-culturale_%28Dizionario-di-Storia%29/ [Dicembre 2019]

Vitta Maurizio, *I musei del design. La memoria e la vita*, pp. 105-110, in Daniela Fonti, Rossella Caruso (a cura di), *Il museo contemporaneo. Storie, esperienze, competenze*, Roma, Gangemi, 2012, pp. 272.

Irace Fulvio et al. (a cura di), *Design & cultural heritage*, 3 voll., Milano, Mondadori Electa, 2013, pp. 776.

AIS/Design. Storia e ricerche, numero monografico su *Design italiano: musei, mostre, collezioni e archivi*, 3, 2014, <http://www.aisdesign.org/aisd/archivio-aisdesign-storia-e-ricerche#ser3> [Dicembre 2019]

Liz Farrelly, Joanna Weddell (a cura di), *Design Objects and the Museum*, Londra-New York, Bloomsbury, 2016, pp. 192.

Monadi e/o sistemi

La narrazione del design come bene culturale

Elena Dellapiana Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design
elena.dellapiana@polito.it

Partendo dalla considerazione che gli oggetti – quotidiani o eccezionali – frutto di un processo progettuale e produttivo costituiscano un patrimonio condiviso e dalla constatazione di come molte collezioni, archivi e raccolte museali italiane versino in condizioni di difficile accessibilità, degrado e siano a rischio di dispersione, si è costituito da ormai diversi anni un gruppo di studiosi che, a partire dalla storia del design, ha cercato di stabilire modalità di ricerca e messa a sistema, in collaborazione con diversi specialisti (storia, programmazione, data visualization, archivistica ...), dei patrimoni, giacimenti, repertori materiali e immateriali relativi al design. *Transmitting design. Museums, archives and collections: networks, strategies and reasons for innovation* è la ricerca che, ancora priva di un riconoscimento ufficiale, si muove in questa direzione.

Storia del design, Beniculturali, Beni comuni, Comunicazione, Archivi

Starting from the consideration that everyday or exceptional objects – as result of a design and production process – constitute a shared heritage, as well as from the observation that many Italian collections, archives and museum collections are in conditions of difficult accessibility, degradation and risk of dispersion, a group of scholars has been constituted and, starting from the history of design, has tried to establish methods of research and systemization, in collaboration with various specialists (history, programming, data visualization, archiving ...), of assets, deposits, material and immaterial repertoires related to design. *Transmitting design. Museums, archives and collections: networks, strategies and reasons for innovation* is the research that, still without official acknowledgment, moves in this direction.

Design history, Cultural Heritage, Commonweal, Dissemination, Archives

Si deve probabilmente ricorrere ancora una volta al fondamentale testo di Françoise Choay (Choay, 1992) per stabilire un termine *a quo* la “famiglia” del design, la sua cultura, in termini di progetto, produzione e prodotto (Dellapiana, 2018), ha potuto iniziare a rientrare, almeno *in fieri*, nel flusso dei beni culturali come oggi correntemente intesi.

Non pare un caso, in questo senso, che a valle del dirimente dibattito avviato dalla storica francese, alcune tra le organizzazioni che si sono fatte promotrici di tale visione lanciando sedi espositive, archivi e reti di giacimenti, siano nate e si siano potenziate, in Italia prima che altrove, proprio a partire dagli anni che vedono la pubblicazione di quest’opera seminale per la definizione stessa del concetto di “patrimonio culturale”.

Cultura e/o economia

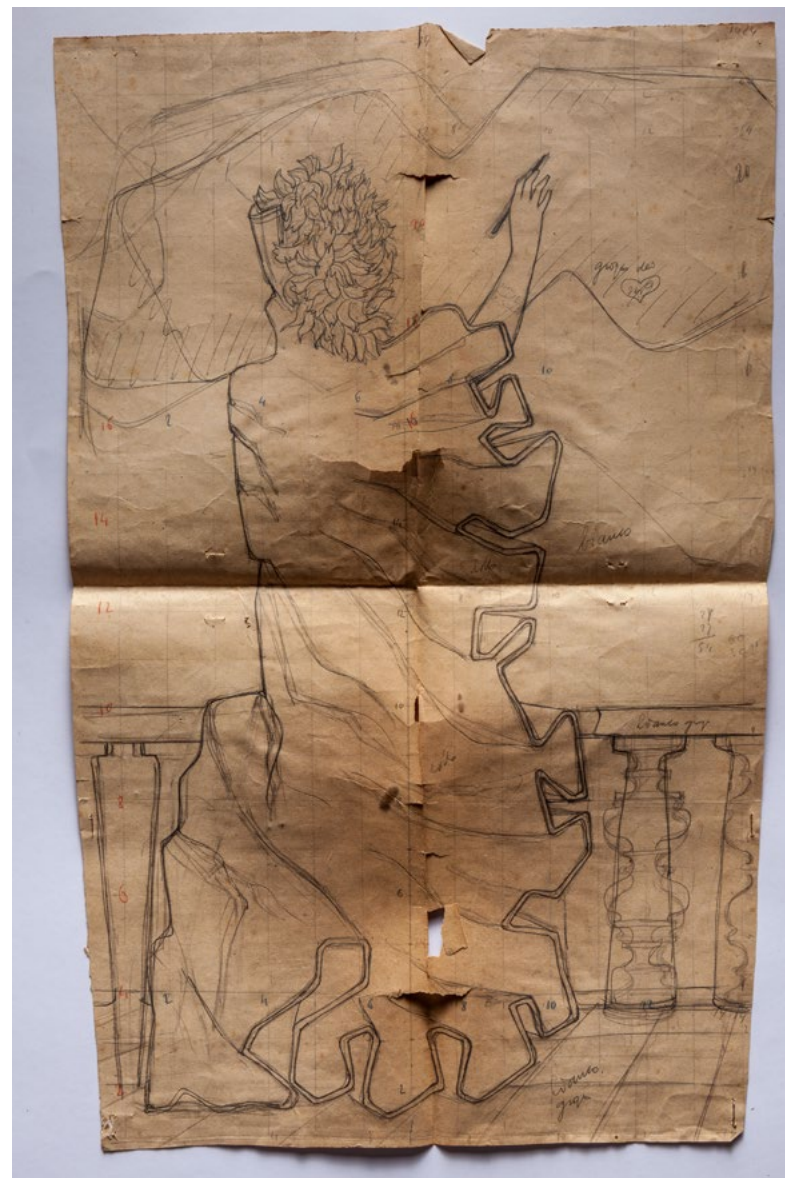
In Italia, come in altri paesi europei, la dicotomia tra cultura ed economia, intesa nel senso più ampio del termine, non è certo una novità. Fin dalla costituzione dello stato nazionale i dibattiti sul rapporto tra cultura e produzione configurano il confronto come uno scontro epico. L’idea sostenuta da intellettuali come Camillo Boito, Giosuè Carducci, Alfredo d’Andrade, Francesco De Sanctis e altri, che da buone estetiche discendano buone politiche e detonatori economici (Dellapiana, 2005; Pesando, 2009), in una stringente logica di identità nazionale, per quanto sostenuta dai diversi neonati ministeri che promuovono inchieste, esposizioni ed eventi, stenta a trovare le proprie gambe, sviluppandosi in modo quasi esclusivo in raccolte settoriali – artistiche o tecniche – oggi in gran parte scomparse o approdate in musei di arte decorativa o della tecnologia (Dellapiana, Accornero, 2001).

In parallelo, e più in generale, a seconda del contesto culturale, la narrazione del design rivolta a un pubblico generalista si è consolidata con due modalità differenti. Da una parte includendo il design nella sequenza delle collezioni di arti applicate, dando per scontato che il prodotto industriale sia la naturale conseguenza delle arti decorative applicate agli oggetti quotidiani (il Victoria&Albert a Londra e il Musée d’Arts Decoratifs a Parigi, tanto per citare gli esempi più noti), dall’altra negli episodi espositivi focalizzati su fasi artistiche o cronologiche, rappresentando il design come uno degli aspetti della multisfaccettata visione culturale di un determinato periodo storico (per esempio, in Italia, la mostra *Anni Trenta*, a cura di Renato Barilli, Milano, 1980, *Anni Cinquanta*, Milano 2005, *Post Zang Tumb Tuumb*, a cura di Germano Celant, Milano 2018, etc.). In un caso si è rinunciato, più o meno consa-

pevolmente, a identificare il design come una disciplina autonoma connotata da una cronologia precisa, preferendo collocarlo in una sequenza; nell'altro, la scelta è stata far coincidere il design con un focus, tra diversi altri, per presentare un quadro il più possibile completo di una fase storica o artistica. Entrambi i modi, analitico e narrativo, appartengono a discipline esogene – la storia delle arti decorative e la storia dell'arte – e sono dunque eterodiretti rispetto a strumenti specificatamente connessi all'oggetto dello studio, trascurando spesso di presentarne gli aspetti materici, produttivi, tecnici, commerciali e via dicendo. Da parte del pubblico il risultato è una percezione del design diversificata, che copre un'ampia gamma di reazioni le quali, però, difficilmente includono il senso di appartenenza e di bene comune. La ricezione e l'approccio storico e divulgativo essenzialmente focalizzati sugli oggetti, spesso estrapolati da un sistema, sono stati inoltre una delle principali cause della trascuratezza e dell'irrimediabile perdita, rispetto ai corpus originari, di buona parte delle fonti "lateral" connesse al prodotto, fatto salvo i disegni di progetto, rendendo così velati, se non inintelligibili, il processo di produzione, la fortuna commerciale, gli attori coinvolti, tutti aspetti indispensabili alla presa in carica del patrimonio da parte della comunità.

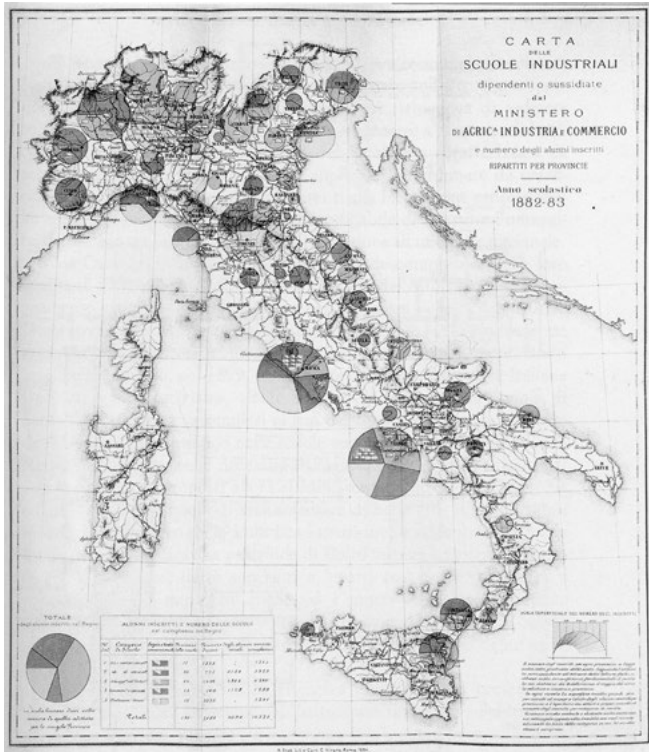
Venendo a tempi più recenti, ma con molti addentellati nel passato (Dellapiana, 2017) la condizione quasi cogente di far corrispondere una o più fasi storiche della produzione a tratti caratterizzanti dello stile italiano, o *Made in Italy*, ha avviato la fertile, quanto scivolosa, applicazione del Cultural Heritage Marketing anche al design (Valdani, Ancarani, 2009; Montemaggi, Severini, 2007) rinforzando lo sbilanciamento tra storia del progetto e fascino del prodotto – e sua ricaduta economica – a favore di quest'ultimo. Infine, la doppia accezione "design come bene culturale" e "design per i beni culturali" (Irace et al., 2013), ha sovrapposto due approcci ben distinti, opacizzando visioni caratterizzate da interdisciplinarietà, ma con ruoli, competenze, curricula ben definiti e distinguibili, con il risultato di fare frequentemente a meno tanto di seri studi storici, quanto di contributi specialistici nel campo dell'architettura informatica e social, o della scienza archivistica, oscillando così tra la generica curatela (Bassi, 2019, pp. 84-85) e la mera catalogazione.

Pare opportuno aggiungere che, nella pratica esterna all'accademia, questa diluizione omeopatica delle competenze offre facilmente il fianco a usi strumentali, che siano di marketing *tout-court* o che divengano grimaldelli politici che distorcono il concetto di bene culturale per avviare dissennate campagne protezionistiche – ipotesi di



01

01
Gio Ponti, *La storia*, bozzetto.
Iuav Archivio progetti,
fondo De Poli



02
Mappa delle
scuole industriali
in Italia
1882-1883

02

tassazioni e ostacoli per proteggere una non ben meglio definita “italianità” – che ignorano le oggettive sfide di un mondo globale che ha da tempo optato per un assetto liberista, mai messo veramente in discussione.

Si configura dunque, in maniera carsica un contrasto apparentemente insanabile e riscontabile a partire dai dibattiti degli albori del Paese e che oggi si dipana tra interventi più o meno triviali o colti che sostengono da una parte che “con la cultura non si mangia” e dall’altra che l’aziendalizzazione della cultura non solo non funziona ma è eticamente un errore (Settis, 2002). In questa contrapposizione l’opera di mediazione non può che provenire da approcci interdisciplinari, ma saldamente guidati da una prospettiva storica che degli storici abbia gli strumenti.

Ciò premesso, il dato freddo ci permette di conteggiare sul territorio nazionale un grande numero di raccolte di manufatti variamente declinati – in alcuni casi anche tenendo in considerazione aspetti immateriali – diversificate e diffuse, appartenenti a istituzioni pubbliche e

private. Le rilevazioni eseguite, seppur parziali e con intenti differenti (Amari, 2001; Bulegato, 2008; Tci, 2003 e 2008), hanno evidenziato che se ne occupano musei, soprintendenze archivistiche, biblioteche, università o istituti storici, ma anche musei e archivi di singole imprese o a carattere distrettuale che ricalcano nella distribuzione territoriale la parcellizzazione del tessuto produttivo. Ulteriori raccolte private riguardano altri soggetti coinvolti nel processo industriale come i progettisti, alcune delle quali hanno ormai preso la strada per l’estero a fronte della difficoltà di accesso ai depositi in Italia o addirittura della difficoltà ad accogliere archivi di progettisti (vedi il caso degli archivi dei Politecnici di Milano e Torino). Inoltre, se le occasioni espositive puntuali, dalle mostre alle fiere, sono state tradizionalmente uno dei modi per diffondere la cultura del design – attraverso le scelte di contenuti, ordinamento e allestimento – più recentemente si è ricorsi alle potenzialità degli strumenti digitali per favorire iniziative nazionali di valorizzazione di questi materiali nell’intenzione di “fare sistema” ed evitare le dispersioni, intrecciando soggetti pubblici e privati.

Ovviamente una delle possibili uscite dalla sovrapposizione/contaminazione tra la duplice esigenza di modellare la fisionomia del design come bene culturale e leggere l’effettivo patrimonio distribuito sul territorio, è l’insediamento di poli museali specifici, su modello di istituzioni internazionali e, disciplinarmente, della condivisione che esista una specifica museologia del design, come avanzato in alcuni momenti di dibattito proposti dalla letteratura scientifica (*AisDesign*, 2014) e dagli specialisti di allestimento museale (Drugman, Basso Peressut, Brenna, 2002; Messias Carbonell, 2012). A ciò si aggiunga il richiamo, messo a punto dai massimi poli di coordinamento tra musei e collezioni, come l’ICOMOS, a spingere i luoghi fisici per la conservazione e l’esposizione a essere sempre più “presidi attivi” (Jalla, 2008; Farrelly, Weddell, 2016), il che non significa – non solo – potenziamento di bookshop, merchandising o autofinanziamento, quanto “consegna”, appunto, dei patrimoni alla comunità dei cittadini – illuministicamente definiti – sollecitando processi di identificazione, ricerca di conoscenza, incremento del livello di consapevolezza culturale delle comunità. Comunità, appartenenza, condivisione sono termini, infine, che non possono non far pensare agli strumenti del web e di come le basi, anche etiche, del progetto del www, irrobustite dalla filosofia dell’informazione (Floridi, 2012), costituiscano una ulteriore dimensione, una “infosfera dei beni culturali”, sia nelle piattaforme informatiche di condivisione esistenti (attraverso, ad esempio, linked open data, Van

den Boomen et al., 2009), sia come potenzialità del Digital Cultural Heritage (Ciotti, Roncaglia, 2010) e delle sue connessioni con la Public History (Marstine, 2011).

Una serie di competenze caratterizzate da alti livelli di specializzazione, comunità scientifiche di riferimento nazionali e internazionali che, a uno sguardo laico e altro, mostrano profonde spaccature fra teoria, tecnica e applicazioni, in mancanza di figure di mediazione in grado di favorire l'ingresso delle competenze storiche e l'incontro con la filosofia dell'informazione, e il web.

Transmitting design

Quelle brevemente tratteggiate sono le leve che hanno spinto, ormai da alcuni anni, un gruppo di studiosi [1] a formulare il progetto di ricerca interdisciplinare *Transmitting design. Museums, archives and collections: networks, strategies and reasons for innovation*, con lo scopo di cucire le competenze procedendo in parallelo e creando le basi, oltre che di risultati effettivi e misurabili in termini di ricadute sulle comunità – la messa a fuoco del design come bene culturale – anche di categorie condivise utili a avviare, secondo le modalità del team, le premesse per l'individuazione e la formazione delle figure di mediazione più idonee a innescare – anche politicamente – il processo.

Il fine del progetto è sviluppare alcuni assunti teorici oggetto dell'attuale dibattito sul rapporto fra beni culturali e discipline del design, fino a oggi carente rispetto al riconoscimento del design come parte del patrimonio culturale e non solo come volano dello "stile" del paese. Ci si propone, inoltre, di trovare una collocazione teoreticamente sostenibile e applicabile dei lavori di analisi parziali già avviati. In sintesi si intende impostare una sistematizzazione scientifica del design – di fatto oggi ancora relegato in un alveo meramente tecnologico o, all'estremo opposto, formale – nel quadro del sistema dei beni culturali. Il progetto dunque, utilizzando la metodologia delle discipline storiche, intende ripercorrere le tappe che hanno portato alla costituzione delle attuali raccolte – musei, archivi e collezioni – pubbliche e private, riguardanti gli artefatti prodotti industrialmente, con riferimento ai diversi ordinamenti e tematismi nonché ai moderni sistemi di comunicazione/esposizione. Si sono immaginate tre fasi: storico-analitica, di interrogazione e interpretazione dei dati, metaprogettuale.

L'indagine si muove a partire dalle collezioni di arti applicate nate a ridosso dell'Unità d'Italia. L'intento originario è quello di migliorare la conoscenza della tradizione artistica nazionale e la qualità dei prodotti contemporanei attraverso la guida del pubblico a una maggiore consape-

volezza delle raccolte legate ai distretti produttivi storici. Si tratta di collezioni che spaziano dallo scopo didattico e dimostrativo – come il Museo internazionale delle ceramiche di Faenza – fino alle scuole per le industrie che, tra pedagogia e pratica professionale, raccolgono in tutta la Penisola modelli e capi d'opera del passato e del presente assecondando i progetti culturali della giovane Italia. L'indagine procede poi diacronicamente fino al periodo post-bellico, quando la progressiva definizione disciplinare degli ambiti progettuali e la sua comunicazione sono alla base della costituzione di sedi e collezioni raccolte sia intorno ai singoli protagonisti (gli archivi o i musei dedicati, ad es. a Ponti, Bega, Buzzi, De Poli, Albini, Castiglioni), sia promosse dalle aziende che si dotano di raccolte e luoghi espositivi dedicati alla propria realtà produttiva (da Kartell ad Alessi, da Ferrari a Peroni). Una tendenza cruciale per la contemporaneità che, dagli anni novanta vede crescere, con un fenomeno tutto italiano, il numero dei musei realizzati dalle imprese, anche in una logica di conservazione degli archivi delle grandi industrie, in concomitanza con il definirsi del concetto di archeologia industriale. Gli oggetti della ricerca sono così archivi, case museo, collezioni pubbliche più o meno legate alla museografia tradizionale, musei di impresa e di distretti d'impresa così come raccolte private, che crescono numericamente e qualitativamente senza però un quadro comparabile o collocabile in una rete, anche in presenza di alcune iniziative pubbliche o associative, per attuare una logica di circolazione di documenti e testimonianze. Questa fase analitica mira a identificare uno statuto disciplinare della storia del design, in tutte le sue accezioni, per evidenziarne la complessità, più volte evocata (Castelnuovo, 1984-89), ma raramente messa in pratica, che permetta di individuare nei fenomeni progettuali e produttivi le fondamenta del progetto come risultato della circolarità tra umanesimo e scienza. Solo il consolidamento di questo obiettivo, permetterà un corretto posizionamento disciplinare del design nel quadro del sistema dei beni culturali.

Diviene così possibile affrontare una ricognizione sui luoghi di raccolta di testimonianze della cultura progettuale-industriale in modo da ottenere un quadro il più possibile completo delle realtà di archivi, collezioni pubbliche e private, musei di impresa, reti già esistenti o in programma secondo modalità condivise in particolare nell'ambito dell'archivistica. Il tema cruciale, nonché l'innovazione che sottende il progetto è l'individuazione di nuove modalità di interrogazione dei giacimenti di fonti superando la visione meramente archivistica, e puntando alla comprensione-ricomposizione di un fenomeno sfaccettato e

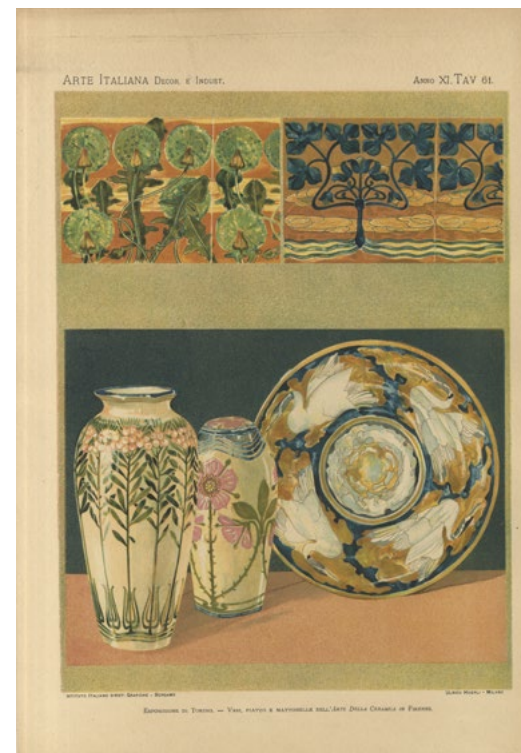
frammentato. Un obiettivo è infatti riconoscere e far riconoscere ai musei e alle raccolte attualmente presenti in Italia una funzione di trasmissione culturale, di fenomeno identitario, di proiezione verso il futuro, collocato entro i canoni della teoria museale. Stabilita la legittima collocazione del sistema del design nell'ambito museale, un secondo obiettivo è, attraverso il confronto fra i dati raccolti, verificare e rafforzare l'idea della necessità di una nuova lettura dell'artefatto industriale attraverso materiali e approcci diversificati che siano in grado di spiegarne l'apporto dei molti e diversi soggetti che fanno parte del suo iter di realizzazione (dall'ideazione alla dismissione). Da ciò discende la possibilità di indicare dei criteri per "mettere a sistema" i diversi e i disomogenei contributi provenienti da giacimenti estremamente variegati, prima ancora di una messa in rete nel senso letterale del termine. La soluzione va ricercata nell'"allineare" i soggetti della ricerca e rendere omogenei e studiabili i dati che corrispondono a filiere progettuali e produttive – oggetti, moda, comunicazione visiva – con differenti modalità di trasmissione, procedendo, secondo un processo assimilabile alla sintesi praticata per la visualizzazione dei dati (Tosti Croce, Trivisano, 2015, pp. 732-739; Dellapiana, Tamborrini, 2018), a individuare una trama di parole chiave, sequenze, cronologie e genealogie, su cui innestare i dati raccolti a ricomporre un quadro specifico ma contestualizzato e interrogabile a partire da variabili livelli di competenze, interessi, utilizzi.

03
Pagina della rivista "Arte italiana decorativa e industriale", 1901-1902



03

04



04
Pagina della rivista "Arte italiana decorativa e industriale", 1901-1902

Da questa impostazione discende l'ultima, e più operativa, fase del progetto: la progettazione di un sistema informativo per archiviazione, interrogazione e condivisione della grande quantità di dati raccolti, i cui specialisti sono coordinati fin dall'avvio con la compagine delle scienze umane. La soluzione si ritrova in un sistema di *query* multilivello e gerarchiche per consentire l'analisi, a diverse granulometrie, delle sfaccettature dei dati, utilizzando metodologie che consentano di adattare il sistema progettato alle reali esigenze degli utenti finali, secondo i modelli sperimentati nella Digital History e nelle Digital Cultural Heritage (Graham, Cook, 2010; www.museumsandtheweb.com). Sul versante della fruizione, risulta strategica l'adozione dei processi tipici dell'*Internet of things* (IOT), dove i contenuti possono essere mantenuti all'interno delle sorgenti, o riproduzioni di esse, evitando l'astrazione di artefatti progettati *ad hoc* (totem, terminali, monitor). La dotazione tecnologica individuale, infatti, permette la fruizione

di contenuti, anche fisici (stampa 3D, navigazione immersiva *low-cost*), che rende ormai inutili i percorsi vincolati a *device* centralizzati: gli oggetti stessi parlano, tra loro, con i sistemi centrali e quindi con i terminali di cui siamo tutti dotati, ponendo le basi per una diversa fruizione, anche delocalizzata ma sempre in relazione con i contenuti stessi. Si vengono così a configurare percorsi – reale/virtuale/digitale – che dovranno integrarsi con l’obiettivo di poter tradurre la metodologia di analisi e i risultati di sintesi messi a punto nelle prime fasi della ricerca in modo da trasmettere al pubblico il più semplicemente possibile ma in modo scientificamente rigoroso l’articolazione delle informazioni e le possibilità delle loro interpretazioni che rischiano, nei musei attuali, di appiattirsi sulla trasmissione di una “facile” memoria a scapito della storia.

NOTE

[1] Si tratta di una proposta di ricerca Prin (progetti di rilevante interesse nazionale) guidata dal Politecnico di Torino (PI la scrivente) che comprende Università luav di Venezia (Fiorella Bulegato), Università degli Studi di Ferrara (Dario Scodeller), Università di Camerino (Carlo Vinti), Università della Tuscia (Gino Roncaglia) ben valutato ma non finanziato dal Ministero.

REFERENCES

- Castelnuovo Enrico (a cura di), *Storia del Disegno industriale*, Milano, Electa, **1989**, pp. 1252.
- Choay Françoise, *L'allegorie du patrimoine*, Paris, Seuil, 1992, (tr. it., Roma, Officina, **1996**, pp. 261).
- Amari Monica, *I musei delle aziende – La cultura della tecnica tra arte e storia*, Milano, Franco Angeli, **2001**, pp. 346.
- Dellapiana Elena, Accornero Cristina, *Il Regio Museo Industriale di Torino tra cultura tecnica e diffusione del buon gusto*, Torino, Quaderni CRISIS, **2001**, pp. 179.
- Brenna Mariella, Basso Peressut Luca, Drugman Fredi, *Il Museo della cultura politecnica. Luoghi del sapere, spazi dell'esperre*, Milano, Unicopli, **2002**, pp. 319.
- Settis Salvatore, *Italia s.p.a.: l'assalto al patrimonio culturale*. Torino, Einaudi, **2002**, pp. 162.
- Guide Tci, *Musei dell'artigianato e Turismo industriale in Italia*, Milano, TCI, **2003** e **2008**, pp. 266; 200.
- Dellapiana Elena, *Camillo Boito (1836-1914)*, pp. 590-605, in Amerigo Restucci (a cura di), *Storia dell'Architettura italiana. L'Ottocento*, Electa, Milano, **2005**, pp. 732.
- Montemaggi Marco, Severini Fabio, *Heritage Marketing*, Milano, Franco Angeli, **2007**, pp. 160.
- Bulegato Fiorella, *I musei d'impresa: dalle arti industriali al design*, Roma, Carocci, **2008**, pp. 208.
- Jalla Daniele, (a cura di), *Il museo della frutta Francesco Garnier Valletti, Torino*, Torino, Città di Torino, **2008**, pp. 272.
- Pesando Annalisa B., *Opera vigorosa per il gusto artistico nelle nostre industrie. La Commissione centrale per l'insegnamento artistico industriale e il "sistema delle arti" (1884-1908)*, Milano, Franco Angeli, **2009**, pp. 360.
- Valdani Enrico, Ancarani Fabio, *Strategie di marketing del territorio – Generare valore per le imprese e i territori nell'economia della conoscenza*, Milano, Egea, **2009**, pp. 384.
- Van den Boomen Marianne et al. (a cura di), *Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology*. Amsterdam, Amsterdam University Press, **2009**, pp. 304.
- Graham, Beryl, Cook, Sara, *Rethinking curating: art after new media*, London-Cambridge (MA), The MIT Press, **2010**, pp. 370.
- Ciotti Fabio, Roncaglia Gino, *Il mondo digitale. Introduzione ai nuovi media*. Roma-Bari, Laterza, **2010**, pp. 520.
- Marstine Janet (a cura di), *The Routledge companion to museum ethics: redefining ethics for the twenty-first century museum*. London-New York, Routledge, **2011**, pp. 486.
- Messias Cabonell Bettina, *Museum Studies: An Anthology of Contexts*, Hoboken, Blackwell, **2012**, pp. 655.
- Floridi Luciano, *La rivoluzione dell'informazione*, Torino, Codice edizioni, **2012**, pp. 162.
- Irace Fulvio et al. (a cura di), *Design & cultural heritage*, 3 voll., Milano, Mondadori Electa, **2013**, pp. 776.
- AisDesign. Storia e ricerche*, n. 3, **2014**, *Design italiano: storie da musei, mostre e archivi*, disponibile presso: <http://www.aisdesign.org/aisd/design-italiano-storie-da-musei-mostre-e-archivi> [Dicembre, 2019]
- Associazione per l'Informatica Umanistica e la Cultura Digitale (AIUCD) (a cura di), *Digital Humanities e beni culturali: quale relazione?*, (Atti del convegno, Torino, 17-19 dicembre 2015), Università di Torino, Torino, **2015**.
- Tosti Croce Mauro, Trivisano Maria Natalina, "Thematic Portals: Tools for Research and Making the Archival Heritage Known", *Journal of Modern Italian Studies*, n. 20, **2015**, pp. 732-739.
- Farrelly Liz, Weddell Joanna (a cura di), *Design Objects and the Museum*, London-New York, Bloomsbury, **201**, pp. 189.
- Dellapiana Elena, *Dalla "Casa all'Italiana" all'Italian Style – La costruzione del Made in Italy*, pp. 59-89, in Giovanni Erbacci, Lorenzo Fiorucci, Giorgio Levi, (a cura di), *Ceramica ed arti decorative del Novecento*, Volume II, Verona, Edizioni Zero Tre Artifices, **2017**, pp. 160.
- Dellapiana Elena, "Ricominciare dal Quadrifoglio. La Storia del Design di Renato De Fusco: riduzione e artificio", *AIS/Design Storia e ricerche*, n. 11, **2018**, s.p.
- Dellapiana Elena, Tamborini Paolo, *Which came first, the chicken or the egg? Sequences and genealogies in between architecture and design for a global history*, pp. 435-440, in Oriol Moret (a cura di), *Back to the Future. The Future in the Past*, Barcelona, UBE, **2018**, pp. 855.
- Bassi Alberto, "Storici del design. Memoria e destino", *Studi e Ricerche di Storia dell'Architettura*, n. 5, **2019**, pp. 84-85.

Ramificazioni digitali del design come bene culturale

Tommaso Listo Politecnico di Torino, Dottorato in Architettura Storia e Progetto
d060140@polito.it

L'articolo tratta la collocazione del patrimonio culturale "design" nello scenario digitale presentando la pratica dei Linked open data (Heath e Bizer, 2011) e la sua applicazione ai beni culturali (Hyvönen, 2012). Nella prima parte mostra come questa metodologia di strutturazione dei dati sia strumento particolarmente adatto a rappresentare la contestualizzazione storica e quindi a valorizzare il design in relazione alla cultura materiale che lo ha pensato e generato. Successivamente propone una riflessione sul ruolo del progetto, chiamato a costruire, utilizzando questa memoria digitale, l'interfaccia tra l'uomo e il suo passato.

Linked Open Data, Archivi digitali, Beni culturali, Design, Modellizzazione semantica

The article deals with the placement of "design" as cultural heritage in the digital scenario by presenting the Linked Open Data's technology (Heath e Bizer, 2011) and its applications (Hyvönen, 2012). The first part shows how it is particularly suitable for representing historical contextualization and therefore for representing design with the material culture that has produced it. Then it proposes a reflection on the role of the project, called to build, using this digital memory, an interface to the past.

Linked Open Data, Digital archives, Cultural heritage, Design, Semantic modelization

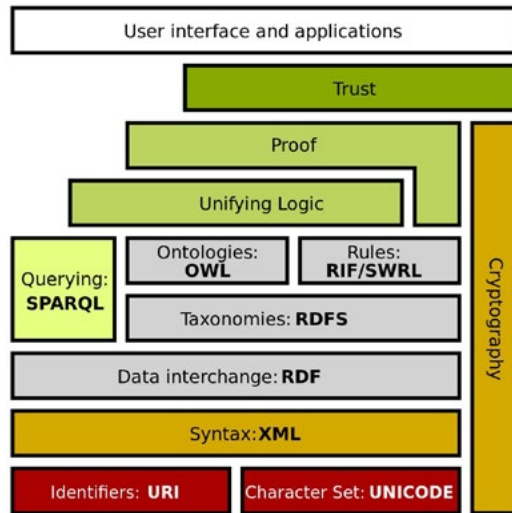
Contemporaneità digitale e beni culturali

L'avvento di Internet come infrastruttura dominante del contemporaneo ha comportato che la digitalizzazione dell'esistente diventasse una delle caratteristiche fondanti il sistema produttivo di questo inizio di secolo. Così, anche la conservazione del patrimonio storico e artistico – nell'accezione "da nuvola semantica" che tiene in sé il museo, l'archivio, l'allestimento, la cura e le specifiche accortezze richieste dalle svariate discipline che entrano nell'ambito dei beni culturali – viene sottoposta a revisione da questo paradigma (Irace, 2013). Il web, in quanto collettore globale di una massa documentale prodotta ormai costantemente e direttamente in formato digitale (Ferraris e Pains, 2018), ha aperto a nuove possibilità di rappresentazione, trasmissione e fruizione del patrimonio culturale e di conseguenza uno spazio per tutte le competenze che ideano e progettano architetture e strumenti adeguati all'accesso a queste informazioni. Fra questi, il tema degli open data e delle ontologie per il patrimonio culturale, come testimonia il workshop *Open Data and Ontologies for Cultural Heritage* tenuto a Roma il 3 giugno 2019 (Poggi, 2019), indica lo sviluppo di sistemi informativi che vede nella pratica dei Linked Open Data (Heath, Bizer, 2011) una delle tecnologie di maggiore interesse proprio in relazione ai beni culturali (Hyvönen, 2012).

I Linked Open Data come progetto di digitalizzazione dei beni culturali

Senza entrare nel dettaglio tecnico, che non è scopo dell'articolo quanto lo è mostrarne le potenzialità, si può definire il progetto dei Linked Open Data come un'operazione architettonica che costruisce sopra una base di dati e documenti una serie di livelli di contestualizzazione crescente che definiscono a mano a mano "metainformazionalmente" il contenuto dei livelli sottostanti (Kück, 2004) [fig. 01]. Un solo esempio per tutti: la tecnologia RDF (Resource Description Framework) con cui si identifica una sequenza soggetto-predicato-oggetto (Di Noia et al., 2013) che mette in relazione pagine e documenti web identificanti degli oggetti con altre pagine e documenti attributo di quegli oggetti. Due sono le conseguenze principali dei Linked Open Data: attraverso l'uso di standard e formalismi appropriati, come RDF, si arriva a una definizione esplicita sia del significato sia delle relazioni implicite di risorse allo scopo di renderle semanticamente accessibili e interconnesse tra loro (Tomasi, 2016). Sono queste due caratteristiche che, al di là dell'evidente impatto sulle moda-

01



01

Marobi,
architettura del
Semantic Web
via Linked Open
Data. [https://
en.wikipedia.org/
wiki/File:Semantic_
web_stack.svg](https://en.wikipedia.org/wiki/File:Semantic_web_stack.svg)
[30 settembre 2019]

lità di ricerca e interrogazione della sfera documentale, si prestano a una riflessione di particolare interesse per quanto riguarda i beni culturali in generale e il design come dominio distinto al loro interno.

Il design bene culturale mancante nel progetto dei Linked Open Data

Se tali metodologie sono ormai in atto con iniziative che coinvolgono biblioteche, collezioni archivistiche e musei (Guerrini, Possemato, 2015) allo scopo di offrirne accesso attraverso il web, manca però una valorizzazione specifica, data dalle tecnologie di semantizzazione sopra esposte, del bene classificabile come “bene di design” eventualmente contenuto in tali istituzioni. Uno spazio di riferimento semantico (Tomasi, 2013) di dominio del design sembra infatti ancora poco presente. Si veda a questo proposito la mancata strutturazione nelle categorie disciplinari inserite nella pagina web del Catalogo generale dei beni culturali del Mibact (Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo) [1] – che pure ha intrapreso il progetto di convergenza dei materiali d’archivio digitalizzati tramite Linked Open Data – o la sua assenza nel caso della povera caratterizzazione di fotografie e documenti dello statico archivio online della Triennale di Milano [2] [3]. Se l’accesso semantico a un insieme di risorse digitalizzate è perseguito unicamente allo scopo di facilitare una ricerca lineare di quelle risorse o, detto in altro modo, se si trascura

una digitalizzazione come può essere quella via Linked Open Data va persa un’importante occasione per sfruttarne le reali potenzialità che, come scritto sopra, si articolano su due caratteristiche fondamentali. Da una parte, semantizzare in modo effettivo una risorsa significa essenzialmente costruire un modello applicabile a un dominio specifico attraverso specifiche categorie (Gnoli, 2008) che inquadrino le peculiarità degli oggetti di quel dominio. Costruire un modello simile per il design significherebbe quindi al contempo definire il design all’interno dei beni culturali. Dall’altra parte, le categorie che vanno a comporre il modello diventano a loro volta “l’aggancio” (Ciotti, Tomasi, 2016) per l’interconnessione di diverse risorse, anche appartenenti a differenti ambiti.

Le potenzialità rappresentative dei Linked Open Data: design e cultura materiale

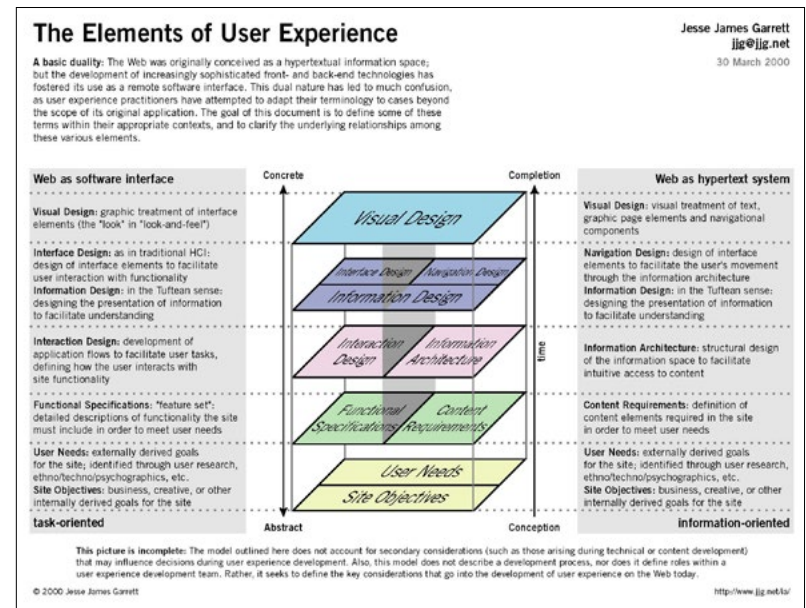
Su quest’ultima qualità vale la pena insistere perché di grande rilevanza in relazione al design. La possibilità dell’interconnessione di risorse, per esempio da differenti collezioni archivistiche, significa collocarle su una scala di rappresentazione in grado di far emergere un aspetto considerato come essenziale, e perciò caratterizzante, per il design (Bassi, 2013): una contestualiz-

02



02
Tavolino da caffè
di Marcel Breuer.
[https://www.
pinterest.it/pin/
500392208589
545897/?lp=true](https://www.pinterest.it/pin/500392208589545897/?lp=true)
[30 settembre 2019]

zazione che lo descriva sullo sfondo della cultura materiale in cui è stato pensato e generato e la traiettoria che in quella cultura ha tracciato, in una reciproca rete di rimandi e influenze. Si immagini di navigare la vicenda della celebre azienda Columbus (Pansera, 1998), che intreccia le biografie di personalità imprenditoriali e progettuali con l'impatto di un'innovazione tecnologica applicata alla produzione di biciclette come a quella di mobili in un determinato momento storico-sociale. Applicando le suddette metodologie, per esempio alla risorsa "tavolino da caffè di Marcel Breuer" [fig. 02], sarebbe possibile seguirne le ramificazioni nel mondo della cultura materiale, mettendo in relazione ipertestuale delle specifiche categorie stabilite per l'oggetto di design – materiali, forme, funzioni – con altre fonti digitalizzate, si ipotizzi l'archivio Marcel Breuer e da qui quelli del Bauhaus, e poi pagine sulla storia aziendale Columbus oltre a quella Wohnbedarf, e infine grandi portali quali Europeana (Aloia et al., 2011) per un confronto comparativo con la produzione artistica di quegli anni. Questo sarebbe un caso esemplare di "scomposizione" di un bene di design nel contesto della cultura materiale. Altro spunto arriva dalla cosiddetta Social Construction of Technology (Pinch, Bijker [1987], 2012) metodologia di analisi che mira a ricostruire le traiettorie tipologiche degli artefatti attraverso la dinamica di adattamento che questi hanno con il contesto sociale con cui interagiscono, preferendo quindi a un modello di produzione lineare – tecnologia, disegno del prodotto, produzione e uso – una rete più o meno fitta di rimandi e deviazioni a rappresentare la reciproca selezione operata tra forme e funzionalità degli artefatti ed esigenze e comportamenti di chi li usa. Il caso dell'evoluzione della bicicletta come viene analizzato da Pinch e Bijker ([1987], 2012, pp. 22-28), per esempio, fa derivare l'attuale forma proprio da un complesso processo di accettazione sociale veicolato principalmente dalla richiesta di un mezzo più sicuro. Ora, sarebbe interessante avere la possibilità di condurre una ricerca che andasse a verificare questa teoria grazie a una base empirica di informazioni predisposte a essere correlate tra loro: articoli, materiale pubblicitario, disegni dei progetti e registri di fabbrica, e così di seguito per altri artefatti con una metodologia di analisi che sarebbe ora sostanziata documentalmente e operativamente dalla tecnologia del sistema informativo utilizzato.



03

Il progetto di un dominio specifico del design all'interno dei beni culturali

Si ritiene sia il mondo del progetto a dover contribuire all'elaborazione di una descrizione – come accennato di modelli concettuali formalizzati in elementi di metadateazione o modelli per la loro estrazione automatizzata (Liu et al., 2018) – fatta di più livelli metainformativi per l'arricchimento semantico-relazionale dei dati (Ciotti et al., 2014), così che tali formalizzazioni semantiche siano adeguate alla specificità degli artefatti del design. Conseguentemente il medesimo il mondo del progetto perimetrerebbe un'area autonoma per lo stesso design in quanto dominio specifico nei beni culturali. Perimetrazione che non può d'altra parte essere interpretata come una chiusura e un isolamento da apporti di altre discipline, proprio perché il processo di modellizzazione e la mappatura delle relazioni è anche momento in cui si progetta una struttura predisposta all'integrazione di contributi e ricerche collaborative e su ampia scala. Il designer però viene chiamato non solo alla cura del patrimonio culturale in quanto appartenente alla storia e tradizione della disciplina del design, ma anche a farsi carico del ruolo del progetto di costruire, utilizzando questa memoria digitale, l'interfaccia tra l'uomo e il suo passato.

03
 Schema di Jesse James Garrett, 2000. <https://www.broken-links.com/2008/10/14/understanding-comics-and-user-experience/> [30 settembre 2019]

AIGA Design Archives

Search...

Collections Browse

Sort By

Share

28

Hide Filters

Collection: Graphic Explanations: Charts, Diagrams, Graphs and Maps Results: 89

Year: 1978 (2), 1979 (4), 1980 (6), 1981 (9), 1982

Discipline: Information design (69)

Formats: Magazine (35), Diagrams (28), Chart (23), Map (1), Technical Illustration (11)

Credits: Time Magazine (10), Nigel Holmes (7), The New York Times (5), National Geographic Art Div. (5)

Locations: New York, New York (37), Washington, District of Columbia (12), Minneapolis, Minnesota (4), Boston, Massachusetts (2)

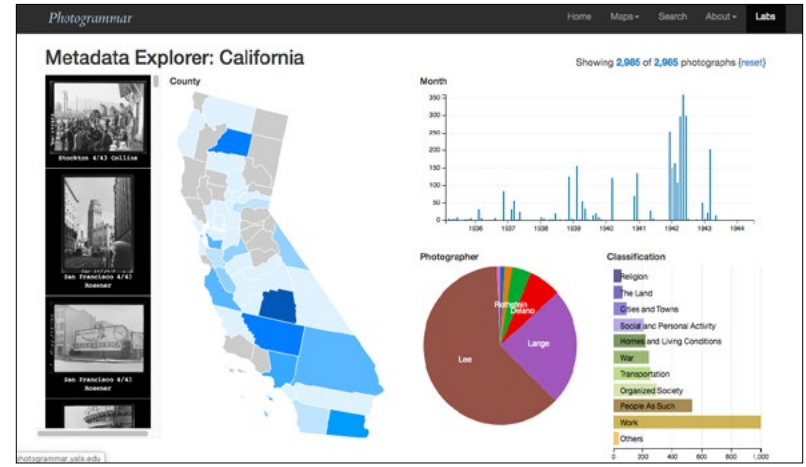
Industries: Museum & ... (1), Real estate (1), Printing & ... (1)

Memberships: Design & Development, Second Story, @ 2009 AIGA

Support: Support Collection

Feedback

04
Potenzialità di un'interfaccia 1: Aiga Design Archives. <https://designarchives.aiga.org/#/home> [26 novembre 2019]

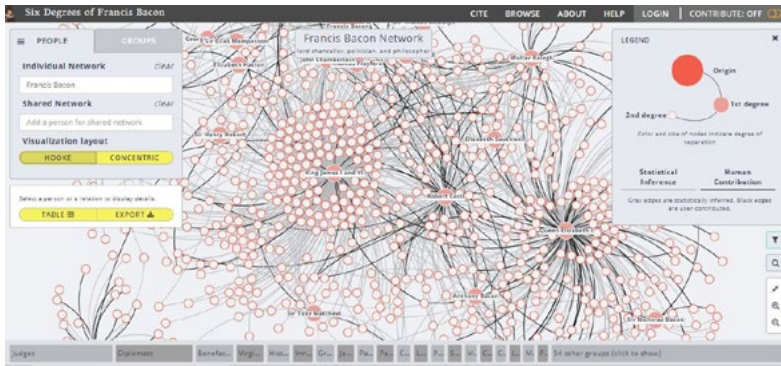


05

La nuova natura dell'archivio e il progetto delle interfacce

Si prenda per esempio il tema dell'archivio. Una riflessione sulla sua natura, da sempre legata a quella del materiale scrittorio (Sandri, 1968), si dovrebbe qui far suggestionare proprio dalle potenzialità della sua digitalizzazione. L'archivio che ha come compito quello di preservare e ordinare un repository statico di conoscenza può ora essere pensato dalla prospettiva della digitalizzazione e dell'interconnessione in quanto agenti di una sua trasformazione in chiave attiva e generativa (Ernst, 2012). Si potrebbe per esempio riflettere sul progetto di un archivio attivo online che contribuisca quotidianamente a infiltrare di informazioni le pagine social network di quanti interessati a certi argomenti o, perché no, a un archivio che si interfacci come un vero e proprio social network, ispirato dalle innovative strategie con cui quelli di ultima generazione veicolano i contenuti proposti e scambiati dai loro utenti (Tolentino, 2019). Oppure a grandi iniziative temporanee coordinate da più archivi su apposite pagine che diventino un equivalente virtuale della mostra in un museo. Si deve poi ancora, e correlativamente, introdurre un secondo fondamentale tema per il design che è quello della progettazione di interfacce. Le accortezze di usabilità e funzionalità in ambito digitale su cui il design lavora ormai da svariati anni (James Garrett, 2010) [fig. 03] diventano condizione di possibilità espressiva per l'archivio qui immaginato: la dinamicità di pagine web di ultima generazione, applicazioni per il riconoscimento di immagini che liberino l'archivio dal confinamento spaziale

05
Potenzialità di un'interfaccia 2: Photogrammar. <http://photogrammar.yale.edu/> [26 novembre 2019]



06

di un'unica locazione rendendo potenzialmente un'intera città un repository di risorse (Palma, 2019) [4]; ma anche sistemi di interfacciamento archivio-archivio, per modalità di interrogazione e recupero di informazioni automatizzato. Per esempio, si desse il caso in cui un determinato segnale di ricerca venga inviato a un archivio, da quest'ultimo parta verso un altro archivio la richiesta di accedere a risorse attinenti all'oggetto della ricerca iniziale da proporre come suggerimento. La costruzione dello spazio dell'interfaccia può essere così interpretata come il progetto di uno spazio per la co-produzione di senso (Drucker, 2011) piuttosto che di fruizione passiva, dove molteplici narrative possono emergere a collegare il materiale archiviato, uno spazio di incontro tra le persone e "l'apparato" dei beni culturali, dove quest'ultimo svolgerebbe la funzione di strutturare e indicare percorsi di fruizione delle sue risorse, informazioni certificate e di alta qualità scientifica messe così al contempo in esposizione e dialogo costante. Tornando all'esempio del tavolino Columbus si potrebbe pensare a una interfaccia che dia la possibilità di comporre, con materiale proveniente da svariate fonti archivistiche scelte secondo esigenza, gusto e suggerimenti di ricerca, un oggetto multidimensionale che non è semplicemente una fotografia del "tavolino da caffè di Marcel Breuer" con qualche informazione a descriverla, ma quella fotografia tra rimandi mobili e componibili costituiti da articoli di giornali stampati in quei giorni, interviste a Breuer, riferimenti alla lavorazione del tubo metallico magari in formato video [5] [figg. 04-06]; il tutto aperto, interoperabile all'utente come alle istituzioni che si fanno carico di aggiornare la quantità e qualità informazionale delle loro risorse così come di stimolare un dialogo didattico e ricreativo con gli utenti. La

06

Potenzialità di un'interfaccia 3: Six Degrees of Francis Bacon. <http://www.sixdegreesoffrancisbacon.com/> [26 novembre 2019]

rete qui si sostituisce come modello di rappresentazione concettuale e pratica a quelli lineari.

Il senso del progetto dei sistemi informativi per il design

Certo, perché questo sia possibile, ancora prima che il progetto delle caratteristiche di usabilità dell'interfaccia, serve che sia stata predisposta una struttura di dati aperta e interconnessa: da qui l'importanza di promuovere anche nel mondo del design e della storia del design lo stato dell'arte di quelle tecnologie per la digitalizzazione cui si è accennato [6]. È chiaro poi, ma val la pena di segnalarlo, che un progetto di questo tipo si ottiene sì attraverso la disponibilità di materiale digitalizzato e alla trasversalità di tecnologie come Linked Open Data, ma prima di tutto attraverso la volontà alla collaborazione di tante diverse istituzioni e a un ambiente politico e burocratico che la permetta. La multimedialità contemporanea di un'esperienza di fruizione documentale e la possibilità di far convergere verso ogni punto locale di connessione un insieme di risorse sparse su scala globale, è il combinato che deve stimolare la revisione progettuale di archivi – o musei e biblioteche – e i loro sistemi di interfaccia. Si tratta, in fondo, e riassumendo a conclusione, di andare a ritrovare il design per come è presentato nelle pagine di *Progetto e Utopia* che Manfredo Tafuri dedica al Bauhaus, quando scrive che: «il design è un metodo di organizzazione della produzione, prima ancora che metodo di configurazione di oggetti» ([1973], 2007, p. 91). In un assetto sociale ed economico dominato da produzione, scambio e fruizione di informazioni, l'intervento progettuale sulle modalità di accesso, organizzazione e utilizzo di queste ultime deve avere anche e soprattutto questo significato.

NOTE

- [1] http://www.catalogo.beniculturali.it/sigecSSU_FE/Home.action?timestamp=1569761313854 [30 settembre 2019].
- [2] <http://archivio.triennale.org/> [30 settembre 2019].
- [3] Una specifica ontologia dell'artefatto è stata altresì sviluppata ma nell'ambito del design ingegneristico (Gaio et al., 2010).
- [4] Il riferimento è a un progetto del Politecnico di Torino per un'applicazione che riconosce, attraverso la computer vision permessa da algoritmi di intelligenza artificiale, gli edifici più caratteristici e di valore storico e artistico della città.
- [5] L'immagine del tavolino proposta sopra venga qui ripensata all'interno delle interfacce delle seguenti immagini, di cui ovviamente si consiglia però soprattutto l'esperienza interattiva.
- [6] <http://www.maddamura.eu/blog/language/it/design-e-storia-digitale-5-la-sfida/> [30 settembre 2019].

REFERENCES

- Sandri Leopoldo, "La storia degli archivi", *Archivum*, XVIII, **1968**, pp. 101-113.
- Tafari Manfredo, *Progetto e Utopia (1973)*, Roma-Bari, Laterza, 2007, pp. 195.
- Pinch Trevor J., Bijker Wlebe E., "The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other" (**1987**), pp. 11-44, in Wlebe E. Bijker, Thomas P. Hughes, Trevor J. Pinch (a cura di), *The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology*, Cambridge, MIT Press, 2012, pp. 425.
- Pansera Anty (a cura di), *Flessibili splendori. I mobili in tubolare metallico. Il caso Columbus*, Milano, Electa, **1998**, pp. 272.
- Kück Greg, "Tim Berner-Lee's Semantic Web", *South African Journal of Information Management* vol. 6 (1), **2004**, disponibile in <https://sajim.co.za/index.php/sajim/article/view/297> [26 settembre 2019]
- Gnoli Claudio, "L'organizzazione della conoscenza e i suoi fondamenti", pp. 69-137, in Claudio Gnoli, Carlo Scognamiglio (a cura di), *Ontologia e organizzazione della conoscenza. Introduzione ai fondamenti teorici dell'indicizzazione semantica*, Lecce, Pensa Multimedia Editore, **2008**, pp. 142.
- Gaio Silvia, Borgo Stefano, Masolo Claudio, Oltramari Alessandro, Guarino Nicola, "Un'introduzione all'ontologia DOLCE", *AIDAinformazioni*, n. 1-2, **2010**, pp. 107-125.
- James Garrett Jesse, *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*, Indianapolis, New Riders Publishing, **2010**, pp. 240.
- Aloia Nicola, Concordia Cesare, Meghini Carlo, "Europeana v1.0", pp. 127-129, in *Digital Libraries and Archives (7th Italian Research Conference, IRCDL, Revised Papers, Pisa, Italy, 20-21 gennaio)*, Heidelberg, Springer, **2011**, pp. 249.
- Drucker Joanna, "Humanities Approaches to Interface Theory", pp. 1-20, *Culture Machine* vol. 12, **2011**, disponibile in <https://culturemachine.net/the-digital-humanities-beyond-computing/> [26 settembre 2019]
- Heat Tom, Bizer Christian, *Linked Data: Evolving the Web into a Global Data Space*, Palo Alto, Morgan & Claypool, **2011**, pp. 122.
- Ernst Wolfgang, *Digital Memory and the Archive*, Minneapolis, University of Minnesota Press, **2012**, pp. 265.
- Hyvönen Eero, *Publishing and Using Cultural Heritage Linked Data on the Semantic Web*, Palo Alto, Morgan & Claypool, **2012**, pp. 160.
- Bassi Alberto, *Design. Progettare gli oggetti quotidiani*, Bologna, Il Mulino, **2013**, pp. 128.
- Di Noia Tommaso, De Virgilio Roberto, Di Sciascio Eugenio, Donini Francesco Maria, *Semantic Web. Tra ontologie e Open Data*, Lavis, Apogeo, **2013**, pp. 217.
- Irace Fulvio, "Digitalization takes Command", pp. 13-24, in Fulvio Irace (a cura di), *Design&culturalheritage: immateriale, virtuale, interattivo*, vol. 1, Milano, Mondadori Electa, **2013**, pp. 287.
- Mauri Michele, Pini Azzurra, Ciminieri Daniele, Ciuccarelli Paolo, "Weaving data, slicing views: A design approach to creating visual access for digital archival collections", pp. 1-8, in *Proceedings of the Biannual Conference of the Italian Chapter of SIGCHI (Trento, Italia, 16-20 settembre)*, **2013**, pp. 215.
- Tomasi Francesca, "Le edizioni digitali come nuovo modello per dati di autorità concettuali", pp. 21-44, in *JLIS.it* vol. 4, n. 2, **2013**, pp. 273.
- Ciotti Fabio, Lana Maurizio, Tomasi Francesca, "TEI, Ontologies, Linked Open Data: Geolat and Beyond", *Journal of the Text Encoding Initiative* n. 8, **2014**, disponibile in <https://journals.openedition.org/jtei/1365> [26 settembre 2019]
- Guerrini Mauro, Possemato Tiziana, *Linked data per biblioteche, archivi e musei*, Milano, Editrice Bibliografica, **2015**, pp. 260.
- Ciotti Fabio, Tomasi Francesca, "Formal Ontologies, Linked Data, and TEI Semantics", *Journal of the Text Encoding Initiative* n. 9, **2016** (*Selected Papers from the 2014 TEI Conference; TEI and Materiality*, 24 settembre 2016), disponibile in <http://jtei.revues.org/1480> [26 settembre 2019]
- Tomasi Francesca, "Edizioni o archivi digitali? Knowledge sites e apporti disciplinari", pp. 129-136, in *Edizioni Critiche Digitali. Digital Critical Editions. Edizioni a confronto/comparing editions*, Roma, Sapienza Università Editrice, **2016**, pp. 195.
- Tomasi Francesca, "Archivi di persona in linked open data: il modello concettuale come strumento di integrazione nei GLAMs", *AIBstudi: rivista di biblioteconomia e scienze dell'informazione* n. 2, **2017**, pp. 283-310.
- Ferraris Maurizio, Paini Germano, *Scienza nuova. Ontologia della trasformazione digitale*, Torino, Rosenberg & Sellier, **2018**, pp. 230.
- Liu Yue, Zhang Tongtao, Liang Zhicheng, Ji Heng, McGuinness Deborah L., "Seq2RDF: An end-to-end application for deriving Triples from Natural Language Text", in *Proceedings of the 17th International Semantic Web Conference P&D* (Monterey, California, 8-12 October), **2018**, disponibile in <https://dblp.org/db/conf/semweb/iswc2018p> [26 settembre 2019]
- Palma Valerio, "Towards Deep Learning for Architecture: A Monument Recognition Mobile App", pp. 551-556, in *ISPRS - International Archives of Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences XLII-2/W9*, January **2019**.
- Poggi Antonella, (a cura di), *Proceedings of the 1st International Workshop on Open Data and Ontologies for Cultural Heritage* (CeurWS.org, Roma, 3 giugno, **2019**), pp. 102.
- Tolentino Jia, "How TikTok Holds our Attention", *The New Yorker*, September 23, **2019**, disponibile in <https://www.newyorker.com/magazine/2019/09/30/how-tiktok-holds-our-attention> [26 settembre 2019]

Antico-Contemporaneo

Un progetto per il Museo Civico Archeologico di Bologna

Elena Formia Alma Mater Studiorum, Università di Bologna
elena.formia@unibo.it

Federica Guidi Museo Civico Archeologico di Bologna
Federica.Guidi@comune.bologna.it

Viktor Malakucz Sapienza Università di Roma
viktor.malakucz@uniroma1.it

Laura Succini Alma Mater Studiorum, Università di Bologna
laura.succini@unibo.it

L'articolo riflette sui campi d'interferenza tra design e cultura materiale nella costruzione di legami tra passato, presente e futuro e su come i patrimoni archeologici possano divenire generatori di progetto e il progetto possa migliorarne le forme di "mediazione". Tale riflessione ha trovato un campo di applicazione nell'attività di ricerca *Antico-Contemporaneo*, svolta in collaborazione con il Museo Archeologico di Bologna. Gli autori propongono una lettura del patrimonio archeologico come espressione e testimonianza della cultura materiale, nel contesto di collaborazione con i musei, luoghi privilegiati per testare forme di relazione tra design e beni culturali. Infine, vengono presentati gli esiti del progetto, individuando il ruolo del design come strumento di valorizzazione.

Antico-contemporaneo, Museo archeologico, Cultura materiale, Nuove tecnologie, Economia dell'esperienza

The article reflects on the possible interaction between design and material culture, establishing a connection between past, present and future, by discussing how archaeological heritage can generate contemporary design, as well as how design can act as a "mediator". This reflection was applied in the context of the research activity *Contemporary-Antique*, carried out in collaboration with the Archaeological Museum of Bologna. The authors propose an interpretation of archaeological heritage as expression of material culture in the collaborations with museums, places in a prime position to experiment with design and cultural heritage. Finally, the presented project highlights the role of design as a tool in the process of valorisation.

Contemporary-Antique, Archeological museum, Material culture, New technologies, Experience-economy

E. Formia Orcid id 0000-0002-6720-0176
V. Malakucz Orcid id 0000-0003-4859-3274
L. Succini Orcid id 0000-0003-2662-8413

ISSN 2531-9477 [online], ISBN 978-88-85885-05-9 [print]

Apprendere dalle "cose" del passato

Interrogarsi sugli approcci, i metodi e gli strumenti attraverso i quali il design può, in una dimensione culturale, relazionarsi con le "cose" del passato implica una riflessione sul valore assunto, nella ricerca di design, dalla cultura materiale. È infatti la cultura materiale «che lega il "mondo delle idee" al "mondo delle cose": ai manufatti, agli oggetti di uso quotidiano, ai prodotti, alle tecnologie, ma anche alle creazioni artistiche e a tutti gli artefatti delle attività manuali e intellettuali – industriali o artigianali» (Penati, 2013, pp. 16-17).

Nel 1997, Daniel Miller individua nella domanda «perché le cose ci interessano?» il fondamento degli studi sulla materialità e sulla cultura materiale che prendono avvio a partire dagli anni Settanta del Ventesimo secolo: una nutrita serie di contributi derivata da ricerche antropologiche e sociologiche che ha trasformato l'interdisciplinarietà, o meglio, la "non-disciplinarietà" in una caratteristica distintiva della seconda fase di studi che segue quella fondativa (Miller, 1987; Bourdieu, 1977; Appadurai, 1986). In questo senso, gli oggetti, intesi come «manufatti culturali» (Lubar, 1993; Kingery, 1996; Daston, 2004), rappresentano una «forma del tempo [...] un ritratto visibile dell'identità collettiva, sia essa tribù, classe o nazione» (Kubler, [1962] 1976, p. 18). Grazie a un progressivo avvicinamento a questi approcci, la cultura del design ha iniziato ad affinare una modalità di ricerca, *in primis* storica, «attraverso i manufatti tecnici, nella quale – sulla falsa riga dell'etnologia, dell'antropologia, dell'archeologia – questi diventano documenti» (Riccini, 2003, p. 32). Lo sguardo del design sulla cultura materiale ha spostato l'attenzione dal prodotto al processo: come sostiene Tim Ingold (2018, pp. 85-86), si tratta di coglierne all'interno l'essenza del produrre, non tanto come «un *assemblaggio* quanto una *processione*, non un *costruire* una totalità gerarchicamente organizzata partendo da parti separate, ma un *portare avanti*». È quindi sotteso un doppio passaggio concettuale (Riccini, 2017): non si tratta semplicemente di verificare la progressiva qualificazione del quotidiano e della cultura materiale all'interno del sistema dei beni culturali, ma di attribuire al design – come «sistema culturale» (Penati, 2013) – un ruolo attivo e generatore. Il progetto può quindi relazionarsi con la dimensione del passato, apprendere dalle "cose", per produrre artefatti in grado di narrare un processo di assimilazione della memoria naturalmente proiettato nel futuro.



01

Un particolare territorio di verifica di questo approccio risiede nei musei, luoghi per eccellenza di conservazione, tutela e valorizzazione dei patrimoni della cultura materiale.

I musei come forma di “ricezione culturale” diffusa

I musei sono spazi di sperimentazione per il progetto e ambiti di applicazione della relazione tra design e beni culturali (Celaschi, Trocchianesi, 2004; Lupo, 2009), anche in funzione dell’apporto delle nuove tecnologie digitali (Lupo, Trocchianesi, 2013).

Nella sua valenza di “mediatore”, il design ha la capacità di portare il museo fuori dal museo, costruendo relazioni tra gli oggetti della cultura materiale e gli utenti, e ricontestualizzando i beni attraverso pratiche esperienziali esplicite e implicite. Come emerso in alcuni interventi del programma di *Lubec 2019 – Patrimonio culturale e sostenibilità tra pubblico e privato*, gli stessi artefatti della memoria diventano testimoni di un processo di trasformazione dei luoghi della cultura (i musei) in luoghi vivi, in cui si progetta il futuro. In questo senso, entrano in campo anche le tecnologie digitali che, se utilizzate come strumento di coinvolgimento e accompagnamento dell’interazione tra utenti, beni e città, contribuiscono alla valorizzazione del patrimonio culturale in chiave più “autentica”. Come afferma Fabio Viola «le innovazioni tecnologiche, di processo o di prodotto, hanno contribuito ad avvicinare le persone

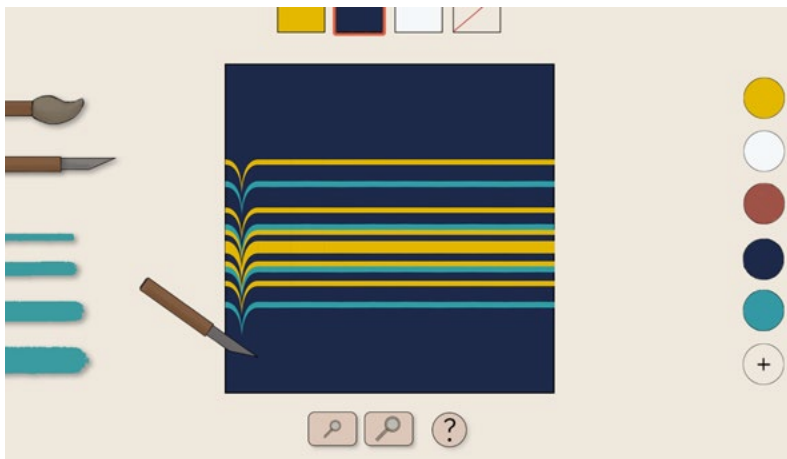
01
Balsamari in vetro policromo dalle necropoli etrusche bolognesi di fase felsinea (fine VI-inizi V sec. a.C.).
© Museo Civico Archeologico di Bologna

alla cultura in un modo mai sperimentato prima, accorciando le distanze tra chi la produce e chi la consuma» (Capozucca, 2019, s.p.).

Lo sviluppo di prodotti relazionali e servizi che attivano l’*engagement* della comunità, possono quindi facilitare processi inediti di conoscenza della cultura materiale. Ed è questo l’approccio sotteso al progetto *Antico-Contemporaneo*, avviato nel 2018 dal gruppo di ricerca di design dell’Università di Bologna in collaborazione con istituzioni culturali e musei del territorio, al fine di ragionare sui metodi, strumenti e processi attraverso cui il design può innovare comportamenti, forme di interazione, significati, ma anche il valore stesso del bene culturale. Una particolare sperimentazione è nata dalla collaborazione tra il Corso di laurea in Design del Prodotto industriale e il Museo Civico Archeologico di Bologna, sorto nel 1881 e che ospita i materiali provenienti dagli scavi effettuati a Bologna e nel territorio a partire dalla metà del XIX secolo (Morigi Govi, Sassatelli, 1984; Dore et al., 2018). Il gruppo di lavoro, rappresentato da competenze integrate di archeologi, curatori, progettisti, ha deciso di focalizzarsi su un particolare aspetto delle collezioni del Museo, intervenendo sulla storia etrusca di Bologna, la *Felsina* degli antichi, sviluppatasi tra IX e IV sec. a.C.

Antico-Contemporaneo

Nella sua «forma culturale» (Highmore, 2019), il design assume il ruolo di mediatore tra l’antico – il patrimonio archeologico etrusco inteso come patrimonio della cultura materiale – ed il contemporaneo, progettando una relazione alternativa, e in parte «dissenziente» (Cosentino, Lupo, 2017), tra l’oggetto e la persona, nella quale il visitatore sviluppa una nuova consapevolezza degli artefatti vivendoli emotivamente, comportamentalmente e interattivamente. In questa prospettiva si inserisce l’accostamento antitetico del binomio antico-contemporaneo, affrontato, nella ricerca, attraverso una duplice accezione. Un principio concettuale in cui la dimensione tangibile degli artefatti tecnici, degli utensili, degli oggetti di uso quotidiano posseduti dal Museo, è stata messa in relazione alla loro dimensione intangibile, custodita in forma di saperi, processi e tecniche, ricollegandosi alla contemporanea definizione di *cultural heritage* dell’UNESCO, in cui si riserva un ruolo più attivo ai processi e alla comunità (Bortolotto, 2008). Le riflessioni nate sulla cultura materiale etrusca come testimonianza di processi produttivi, della vita quotidiana, di valori simbolici, di storie condivise, hanno



02

svelato la dimensione processuale, valoriale e narrativa dei beni culturali e permesso di focalizzare l'attenzione sugli aspetti "ereditati", o meglio, "imparati" dai reperti del Museo.

Il secondo principio insiste sul ruolo assunto dalle tecnologie abilitanti nell'attivare nuove forme di valorizzazione e fruizione, sfruttando la loro efficacia comunicativa e interattiva per creare inediti modelli di conoscenza dei beni (Empler, 2018).

Per raggiungere il legame tra l'antico e il contemporaneo descritto, si è inoltre intervenuti sui comportamenti e sulle relazioni che possono nascere ed essere assunte tra gli artefatti, le persone e il museo (come istituzione) in tre piani temporali differenti: prima, durante e dopo la visita. Tale sfida ha stimolato efficaci soluzioni olistiche, pienamente rientranti nel contemporaneo quadro dell'«economia delle esperienze», o meglio, delle trasformazioni (Pine, Gilmore, 2011). In questo quadro, ciò che importa non è semplicemente il prodotto o il servizio, ma il complesso di sensazioni e pensieri stimolati nell'utente attraverso una pluralità di canali adeguatamente scelti.

Nel corso del processo progettuale sono state individuate modalità di lettura del patrimonio archeologico come testimonianza ed espressione della cultura materiale, portatrici di differenti significati in base alle relazioni che vengono attivate tra le persone e i reperti, tra il museo e il territorio circostante. Tali modalità possono essere classificate secondo tre approcci che riattualizzano i processi produttivi, i sistemi narrativi, i rituali e usi antichi in oggetti contemporanei.

02
Progetto
ArcheoAlchemy
di Caterina Amato,
Chiara Campana
e Lorenzo Dindelli.
Interfaccia di
personalizzazione

L'approccio evocativo ci porta a vedere il design nella sua capacità di progettare all'interno di sistemi relazionali complessi (Gaddi, 2018). Un processo produttivo antico contaminato da una dimensione digitale può modificare la relazione tra l'utente e l'artefatto trasformando, da un lato, l'esperienza museale in una esperienza creativa e, dall'altro, rendendo consapevole il visitatore del saper fare che racchiude ogni oggetto. L'approccio ha trovato la sua forma in *ArcheoAlchemy*, in cui la tecnica produttiva di particolari artefatti etruschi è diventata la chiave progettuale di una nuova modalità di conoscenza del Museo. L'attenzione si è focalizzata sui balsamari in vetro policromo [fig. 01] che impreziosivano le ricche sepolture femminili di fase felsinea (metà VI – inizi del IV sec. a.C.): si tratta di piccoli recipienti portaprofumi prodotti in area greco-orientale tra la fine del VI e gli inizi del II secolo a.C. Ma ciò che ha attirato maggiormente l'attenzione è la particolare tecnologia di produzione, la cosiddetta modellazione su nucleo sulla quale vengono arrotolati fili più o meno spessi in pasta di vetro. I fili orizzontali, ancora plasmabili, vengono incisi e deformati verticalmente, così da ottenere un pattern a "zig-zag" di colori (ancora oggi) vivaci, tipicamente gialli e azzurri. È stato così deciso di trasferire questa conoscenza ai visitatori: i giovani designer hanno proposto un allestimento museale interattivo dotato di

03



03
Progetto *ArcheoAlchemy*
di Caterina Amato, Chiara Campana
e Lorenzo Dindelli.
Prodotto personalizzato

un *touchscreen* per praticare virtualmente il deposito dei fili di vetro e l'incisione del pattern a "zig-zag" [fig. 02], con l'obiettivo di far entrare la decorazione creata nella vita dei visitatori attraverso il servizio di personalizzazione ipotizzato per il bookshop: il pattern generato dall'utente può essere applicato su un qualsiasi oggetto cilindrico (grazie a stampanti specializzate), come ad esempio borracce d'acqua [fig. 03]. Questo progetto mostra dunque un esempio di come un antico processo produttivo possa stimolare una contemporanea esperienza di co-creazione.

L'approccio trasformativo è in grado di mutare il legame con l'oggetto, innescando una differente modalità d'uso negli artefatti progettati, che si esprime attraverso un'azione (Cosentino, Lupo, 2017). Una visione che possiamo ritrovare all'interno di *ODE*, un sistema prodotto che focalizza la propria attenzione sulle raffigurazioni a tema mitologico ed eroico che caratterizzano i numerosissimi esemplari di vasi attici rinvenuti nelle tombe

04



04
Bologna,
necropoli
Arnoaldi,
tomba 85, anfora
attica a doppia
tecnica, lato B,
Dioniso con
menade e satiri
(530-520 a.C.).
© Museo Civico
Archeologico
di Bologna

05



05
Progetto *ODE* di
Francesco Iurato,
Eleonora Tenan,
Daniela Harsan

etrusche bolognesi. Si tratta di manufatti che hanno permesso agli Etruschi felsinei di entrare in contatto con la complessa società greca e il suo patrimonio di racconti mitologici [fig. 04] e che, grazie alle storie su di essi narrate, sono stati un mezzo per conoscere usi e miti di un popolo diverso.

Con *ODE* i progettisti hanno deciso di re-interpretare l'antico *storytelling* grafico che si sviluppa sulla superficie circolare dei vasi inserendo una forma di lettura attiva: da un angolo, l'utente vede solo un frammento dello scenario, quindi deve ruotare l'oggetto per comprendere tutto. Questa visione ha ispirato un'installazione museale e un souvenir. Entrambi offrono un'esperienza interattiva, stimolando l'utente a scoprire figure e scenari attraverso un gioco di ombre. Nello spazio museale, il visitatore può utilizzare il proprio *smartphone* per illuminare un piccolo sistema espositivo esplorando attivamente le ombre per trovare le figure nascoste. Un'esperienza simile si ripropone in ambito domestico attraverso un portacandela [fig. 05]: in questo caso, i frammenti sono realizzati come tagli su due superfici sferiche concentriche; la sovrapposizione dei due strati determina l'ombra generata dalla fiamma e l'utente può ritrovare le figure ruotando le sfere. La complessità e precisione necessaria per i tagli ha prescritto l'utilizzo della stampa 3D come tecnica di realizzazione.

L'approccio traduttivo esporta la narrazione della cultura materiale del museo in simboli, rituali e gestualità che prendono vita fuori dal museo. Artefatti contemporanei che rivelano, attraverso le proprie forme, funzioni, significati intrinseci, un processo di apprendimento attraverso una reinterpretazione delle relazioni sociali racchiuse nei reperti. Le giovani comunità contemporanee divengono portavoce di una nuova valorizzazione

06



06
Bologna,
necropoli
dell'Arsenale
Militare, tomba
5, detta "degli
ori", corredo
(630 a.C. circa).
© Museo Civico
Archeologico
di Bologna

07
Progetto *Teaser*
di Rendy Anoh,
Erica Bugli,
Martina Corsini

del capitale territoriale (Villari, 2018), visto attraverso le risorse locali "antiche". È possibile ritrovare una sintesi di quanto esposto in *Teaser*, un sistema di oggetti simbolici antichi tradotto in accessori contemporanei. Il team progettuale si è posto l'obiettivo di avvicinare il Museo alla vita quotidiana dei cittadini, studiando i reperti come testimonianze delle abitudini sociali e rituali degli Etruschi di Bologna ed esaminando diverse tipologie di oggetti riferiti a diversi momenti della loro vita [fig. 06]. Questi sono serviti come ispirazione per una collezione di piccoli oggetti da "marketing virale" [fig. 07], da diffondere nei luoghi di consumo quotidiano "veloce" della città con l'intento di avvicinare i giovani al Museo. Una delle tipologie selezionate sono i dadi da gioco in osso, che rimandano all'idea del simposio praticato dai ricchi Etruschi in vita, ma anche auspicato nell'aldilà: l'assunzione del costume simposiale viene letta come indice della ricezione in Etruria di modelli e usi greci, frutto del contatto tra i due popoli. La rivisitazione contemporanea è un dado in cui ognuna delle sei facce propone un'azione di gioco e intrattenimento tra *millennials*.



07

Un'altra tipologia scelta è quella delle fibule (spille per fermare le vesti), parte fondamentale dell'ornamento personale, abitualmente in bronzo, ma anche argento e oro, talvolta arricchite da elementi in vetro o ambra. La versione moderna della fibula, estremamente semplificata, sintetizza i segni del passato diventando oggetto di produzione seriale attraverso il taglio al laser. Mentre le fibule etrusche segnalavano l'appartenenza sociale della donna, la reinterpretazione contemporanea vuole essere un simbolo forte e riconoscibile per comunicare l'interesse verso il Museo e il legame al territorio.

Questi progetti, risultato dell'esperienza sperimentale tra giovani studenti designer e il gruppo di competenze integrato, ci riportano alla visione di design come forma culturale (Highmore, 2019), in grado di interconnettere la cultura materiale con gli elementi identitari di un territorio e della sua comunità, rendendola partecipe. I risultati di questa prima sperimentazione stanno portando il gruppo di ricerca a proseguire le riflessioni sul tema *Antico-Contemporaneo* trovando nell'interdisciplinarietà, nel territorio – insieme di saperi e competenze – e nel design visto come bene culturale, i fattori di sviluppo di nuove relazioni esperienziali tra persone e patrimonio culturale materiale e immateriale.

REFERENCES

- Kubler George, *The Shape of time. Remarks on the history of things*, 1962, (trad. it. *La forma del tempo. Storia dell'arte e storia delle cose*, Torino, Einaudi, 1976, pp. 188).
- Bourdieu Pierre, *Outline of a theory of practice*, New York, Cambridge University Press, 1977, pp. 240.
- Morigi Govi Cristiana, Sassatelli Giuseppe (a cura di), *Dalla Stanza delle Antichità al Museo Civico. Storia della formazione del Museo Civico Archeologico*, catalogo della mostra (Bologna 1984-1985), Casalecchio di Reno (Bo), Grafis Edizioni, 1984, pp. 583.
- Appadurai Arjun, *The social life of things: commodities in cultural perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986, pp. 329.
- Miller Daniel, *Material culture and mass consumption*, Oxford, Basil Blackwell, 1987, pp. 240.
- Lubar Steven, *History from Things*, Washington, D.C-London, Smithsonian Institution Press, 1993, pp. 300.
- Kingery David, *Learning from things: method and theory of material culture studies*, Washington, D.C-London, Smithsonian Institution Press, 1996, pp. 262.
- Miller Daniel, *Material cultures: why some things matter*, London, UCL Press, 1997, pp. 243.
- Riccini Raimonda (a cura di), *Imparare dalle cose. La cultura materiale nei musei*, Clueb, Bologna, 2003, pp. 207.

Celaschi Flaviano, Trocchianesi Raffaella, *Design & Beni Culturali*, Milano, Poli.design, 2004, pp. 195.

Daston Lorraine, *Things That Talk: Objects from art and science*, New York, Zone, 2004, pp. 240.

Bortolotto Chiara, *Il patrimonio immateriale secondo l'Unesco: analisi e prospettive*, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, 2008, pp. 243.

Lupo Eleonora, *Il design per i beni culturali*, Milano, Franco Angeli, 2009, pp. 199.

Pine Joseph B., Gilmore James H., *The Experience Economy*, Harvard, Harvard Business Press, 2011, pp. 359.

Ingold Tim, *Making: Anthropology, Archeology, Art and Architecture*, 2013 (trad. it. *Making. Antropologia, archeologia, arte e architettura*, Milano, Cortina, 2019, pp. 262)

Lupo Eleonora, Trocchianesi Raffaella (a cura di), *Progetto e memoria del temporaneo*, Milano, Electa, 2013, pp. 222.

Penati Antonella (a cura di), *Il design costruisce mondi. Design e narrazioni*, Milano, Mimesis, 2013, pp. 114.

Cosentino Simona, Eleonora Lupo, "Dissenting Design", *piano b. Arti e culture visive* n. 1, 2017, pp. 96-123.

Riccini Raimonda, "Introduzione. Il design, opera aperta", pp. 11-21, in Claudia Collina (a cura di), *E/R Design Estetica del quotidiano negli istituti culturali dell'Emilia Romagna*, Bologna, Istituto per i beni artistici culturali e naturali della Regione Emilia-Romagna (IBC), 2017, pp. 296.

Dore Anna, Giovetti Paola, Guidi Federica (a cura di), *Ritratti di famiglia: personaggi, oggetti, storie del Museo Civico fra Bologna, l'Italia e l'Europa*, catalogo della mostra (Bologna 2018), Bologna, Comune di Bologna, 2018, pp. 203.

Empler Tommaso, *ICT per il cultural heritage. Rappresentare, comunicare, divulgare*, Roma, DEI, 2018, pp. 253.

Gaddi Rossana, "Quando il Fashion design incontra il territorio", pp. 75-84, in Marina Parente e Carla Sedini (a cura di), *Design per i Territori. Approcci, metodi, esperienze*, Milano, List, 2018, pp. 281.

Villari Beatrice, "Design e Valore territoriale. Il progetto con, per e guidato dalle comunità", pp. 63-74, in Marina Parente e Carla Sedini (a cura di), *Design per i Territori. Approcci, metodi, esperienze*, Milano, List, 2018, pp. 281.

Capozucca Roberta, *Gamification: dallo storytelling allo storydoing al LuBec 2019*, 2019. <https://www.ilsolo24ore.com/art/gamification-storytelling-storydoing-lubec-2019-ACW8Exr> [13 Ottobre 2019]

Highmore Ben, "Taste and Attunement: Design Culture as World Making", pp. 28-38, in Guy Julier et al. (a cura di), *Design Culture Objects and Approaches*, London, Bloomsbury Visual Arts, 2019, pp. 235.

Progettare l'esperienza

L'inclusione come approccio
alla valorizzazione museale

Alessandra Bosco Università degli Studi della Repubblica di San Marino,
Dipartimento di Economia Scienza Diritto
alessandra.bosco@unirms.sm

Il museo conserva nel proprio patrimonio materiale e immateriale tracce di storia, memorie collettive, elementi di cultura materiale in grado di orientare visitatori e residenti verso il riconoscimento dei valori della comunità locale. Un processo di valorizzazione fondato sul patrimonio custodito e sulla sua narrazione può per questo attivare la ridefinizione delle relazioni tra luogo, tempo, oggetti e persone, arrivando a coinvolgere nuovi attori e a promuovere il museo come centro culturale attivo e inclusivo.

Il contributo vuole far emergere come l'applicazione di differenti metodologie e pratiche progettuali finalizzate alla valorizzazione della cultura materiale locale e degli spazi che la custodiscono possano indirizzare verso virtuosi processi di inclusione.

Valorizzazione del museo, Cultura materiale e immateriale, Processo collaborativo, Comunità locale, Inclusione

The museum preserves in its tangible and intangible heritage traces of history, collective memories, elements of material culture that can guide visitors and residents towards the recognition of the values of the local community.

An enhancement process based on the preserved heritage and its narration can therefore activate the redefinition of the relationships between place, time, objects and people, getting to involve new actors and promote the museum as an active and inclusive cultural center.

This paper aims to arise how the application of different methodologies and design practices, focused on the enhancement of the local material culture and the spaces that preserve it, may lead to virtuous processes of inclusion.

Museum enhancement, Tangible and intangible heritage, Collaborative process, Local community, Inclusion

«Museums used to be closed boxes made out of concrete. Today museums are designed as open boxes connected to the outside world».

Kuma Kengo, *The Age of Forest* (2019)

L'architetto Kengo Kuma affermando che il museo, storicamente concepito come scatola chiusa, oggi è invece pensato e progettato come scatola aperta, connessa al mondo esterno, ha aperto a settembre 2019 la XXV Conferenza Generale Icom di Kyoto sottolineando la natura adattiva del museo dal punto di vista del progetto architettonico. Capace di adeguarsi nei confronti di un contesto storico-geografico e sociale, in grado di configurarsi e conformarsi rispetto alle istanze politiche ed economiche che lo governano (Mairesse, 2018), il museo è una risorsa profondamente radicata in un contesto spazio/temporale, impegnato, attraverso la valorizzazione del proprio patrimonio, nella costruzione e nella promozione della specifica identità, nello sviluppo e nella riqualificazione di economie locali (OECD/ICOM, 2019).

Con questi presupposti appare evidente come la definizione di museo non possa, pur con una contraddizione in termini, essere definitiva e universalmente valida, e quanto sia indispensabile l'esistenza di un continuo processo di riflessione e interrogazione scientifica sulla sua validità.

Alla verifica e all'aggiornamento di tale definizione ha lavorato fin dal 1946 l'International Council of Museums (ICOM) [1] che in anni recenti, alla luce delle sfide politiche e sociali emerse con determinazione nel XXI secolo, ha rilevato la sua inadeguatezza nei confronti di questioni come iniquità e ingiustizia sociale, rispetto alle quali alcuni musei hanno da tempo iniziato a interrogarsi adottando nuove politiche e differenti pratiche [2] (Giaccardi, Palen, 2008).

Nonostante la sperimentazione in atto presso virtuose istituzioni museali e i pronunciamenti internazionali nell'ambito della promozione dell'inclusione, dalla *Dichiarazione Universale dei diritti dell'uomo* (1948), alla più recente *Raccomandazione Unesco sulla protezione e promozione dei musei e delle collezioni, della loro diversità e del loro ruolo nella società* (2015), su questo tema è ancora in corso un contrastato dibattito. Sulla nuova definizione infatti, nonostante la prima fase di analisi portata avanti dal Museum Definition, Prospects and Potentials Committee, il coinvolgimento di operatori museali di diverse parti del mondo in un processo partecipato e la trattazione della questione da molteplici punti di vista durante la XXV Conferenza Generale



01

ICOM, il Comitato esecutivo non si è ancora pronunciato in modo definitivo, rinviando la decisione al 2020 (ICOM, 2019).

In questo panorama il museo, ed in particolare i musei dedicati alla valorizzazione dell'identità e della cultura materiale e immateriale di un luogo, considerati dalla *governance* e dalla comunità scientifica importante risorsa per lo sviluppo strategico locale (Pinna, 2000a), assumono un ulteriore ruolo. Ai principali obiettivi di costruzione della memoria collettiva e di promozione della specifica identità, portati avanti attraverso le attività di conservazione, documentazione, ricerca, esposizione e comunicazione del patrimonio custodito, si uniscono infatti quelli di inclusione, sostenibilità ed equità sociale. Questi scopi, se perseguiti in affiancamento alle consolidate attività museali, possono generare la programmazione di attività temporanee straordinarie, ma se integrati all'interno del sistema museale, con il contributo di referenti scientifici e operatori, possono indurre un differente coinvolgimento della comunità locale e dei visitatori, e determinare cambiamenti significativi nella concezione stessa del museo (Balzola, Rosa, 2011). In tal caso l'impatto generato dalla cultura, e in specifico dal museo sullo sviluppo locale, dà luogo ad effetti economici più ampi e solo in parte misurabili, con forti ripercussioni nell'ambito dell'economia della conoscenza e della condivisione (Formica, 2019).

01
*Deutsches
 Auswandererhaus-
 German
 Emigration Center,
 Bremerhaven
 (2005/2012)*

Contrastare la chiusura del sistema di gestione e organizzazione museale rafforzando i legami con l'economia e il tessuto sociale locale introducendo nuovi attori nel processo di sviluppo e valorizzazione significa proporre e indurre un ampliamento del sistema valoriale in grado di generare processi di innovazione e trasformazione delle istituzioni e al contempo di originare nelle persone il senso di appartenenza a nuove e più ampie comunità. Un contributo importante per attivare questi processi di cambiamento all'interno del museo è affidato al progetto che mediante la definizione di nuovi strumenti per la comunicazione e l'adozione di differenti metodologie e pratiche per la fruizione del patrimonio è in grado di inserirsi nel contesto esistente rinnovandone regole e paradigmi.

L'osservazione, lo studio, la raccolta dei dati e delle testimonianze relativi alla situazione specifica, sistematizzati in una valutazione critica, definiscono in prima istanza gli obiettivi e il contesto di progetto. La successiva individuazione della tipologia degli attori coinvolti e coinvolgibili nel processo – personale del museo, residenti, organizzazioni civiche, amministrazioni locali, università, ricercatori, professionisti, imprenditori e finanziatori – porta i progettisti a identificare gli strumenti e le metodologie da impiegare, a esplicitare l'ampiezza del progetto, a prevederne l'impatto sul territorio e a verificarne le modalità e le tempistiche di realizzazione.

Posto quindi il principale *focus* di progetto sull'inclusione sociale, la definizione degli obiettivi, la scelta degli ambiti progettuali coinvolti, la selezione della metodologia da adottare, guidano gli attori verso risultati specifici, validi nel peculiare caso, ma successivamente estendibili, implementabili o declinabili, a seconda delle soluzioni emerse lungo lo svolgersi del processo.

La selezione di casi studio e la loro disamina qui presentata mostrano come lavorare sull'inclusione all'interno di spazi museali orientati alla valorizzazione dell'identità e della cultura materiale del luogo possa essere più di un modo per fornire risposta alle questioni di disuguaglianza sociale emerse nel contemporaneo. Per i musei le sperimentazioni e i progetti effettuati in questo ambito hanno rappresentato infatti un'opportunità di crescita e di sviluppo in grado di indurre cambiamenti nel sistema di comunicazione e di esposizione, nella gestione dell'istituzione e del patrimonio e di generare nuove e diverse economie sul territorio. I casi studio sono stati analizzati rispetto a parametri predefiniti come: obiettivi di inclusione perseguiti, attori coinvolti, interazioni con il visitatore, risultati raggiunti.

L'esperienza del patrimonio. L'inclusione del visitatore

Uno dei principali ruoli attribuiti al museo nei confronti del territorio su cui insiste è il ruolo sociale, culturale e politico insito nella sua attività. Al museo è richiesto di conservare, tutelare e studiare la collezione e il significato storico-culturale degli oggetti che la compongono, identificando, perseguendo e diffondendo i valori di memoria che la comunità ha riconosciuto e attribuisce alla collezione e alla sua presenza sul territorio. Gli oggetti prodotti, usati e collezionati rappresentano la cultura materiale della comunità che, unita al patrimonio orale custodito, ne costituisce la memoria storica (Pinna, 2000b; Lupo, Trocchianesi, 2013).

Tale considerazione si amplifica ulteriormente nel caso dei musei dedicati alla rievocazione di avvenimenti, periodi o fenomeni storici. In questi contesti il progetto, perseguendo l'inclusione, lavora sull'annullamento della distanza temporale tra visitatore e storia evocata, fornendo al visitatore la possibilità di interagire individualmente o collettivamente con il patrimonio custodito e con la sua narrazione in un'esperienza immersiva dei contenuti e degli spazi conservati, ricostruiti o rievocati essi siano.

Esempio di particolare interesse è il *Deutsches Auswandererhaus-German Emigration Center* a Bremerhaven, aperto nel 2005 e realizzato su progetto di Andreas Heller Architects and Designers di Amburgo. Dedicato all'emigrazione dall'est europeo verso gli Stati Uniti il museo è stato ampliato nel 2012 con l'affiancamento dell'ala dedicata all'immigrazione degli ultimi tre secoli in Germania (Cimoli, 2013; Eick, 2013).

Utilizzando come espediente narrativo le vicende del porto cittadino, dal quale tra il 1830 e il 1972 partirono 7,2 milioni di persone, il visitatore accede all'esperienza museale mediante la propria carta d'imbarco, il biglietto di ingresso. A ciascuna carta corrisponde una coppia di biografie, un emigrante e un immigrato in cui il visitatore è spinto ad immedesimarsi, condividendo, postazione dopo postazione, aneddoti, esperienze e situazioni. I profili, scelti dai curatori tra le tipologie più frequenti di migranti, restituiscono, in modo diretto ed emozionale, la complessità dei fenomeni migratori. Il viaggio del visitatore parte dalla banchina del porto, fedelmente ricostruita, e prosegue con l'imbarco e la traversata. Il percorso tra lettere, fotografie, cimeli di famiglia, documenti, liste passeggeri, diari, molti dei quali donati dai visitatori [fig. 01], lo conduce a Ellis Island dove, invitato a compilare i test utilizzati dall'ufficio immigrazione tra il 1892 e il 1954, prova l'esperienza

02



dell'interrogatorio. L'ispettore, incaricato di valutare la conoscenza della lingua e lo stato di salute mentale, in caso di risposte non ritenute corrette, può deciderne il rimpatrio, esperienza frustrante spesso accaduta ai visitatori più giovani. Il percorso prosegue incentrandosi poi sulla vita e le problematiche dell'immigrato in Germania. Contestualizzata nell'epoca contemporanea l'esperienza immersiva diviene ancora più forte, visto che all'annullamento della distanza temporale corrisponde l'annullamento della distanza sociale tra visitatore e migrante (Cimoli, 2013; Eick, 2013).

Propone un'esperienza immersiva relativa alla guerra l'applicazione avvenuta fra il 2013 e il 2016 del progetto di ricerca europeo *MeSch (Material Encounters with digital Cultural Heritage)* [3] a uno dei principali musei italiani dedicati alla Grande Guerra, il *Museo storico italiano della guerra* collocato a Rovereto dal 1921. *MeSch* offre ai curatori dei musei esperienze di co-design con sviluppatori informatici e designer per la definizione di sistemi interattivi atti a valorizzare e rinnovare l'esperienza del patrimonio custodito. L'uso di soluzioni e di tutorial sviluppati precedentemente e messi a disposizione della *community* di professionisti dei beni culturali fornisce agli stessi gli strumenti per ripensare l'esperienza del visitatore introducendo l'interazione con un dispositivo in grado di mediare il rapporto tra oggetto fisico in mostra e i relativi contenuti multimediali associati (Zancanaro et al., 2015; Not et al., 2019). In particolare, *Voices from the past in Fort Pozzacchio*, installazione divenuta dal 2016 parte del percorso di visita permanente, offre approfondimenti sull'impatto che la realizzazione di Forte Pozzacchio ebbe sulla vita degli abitanti. Il percorso di visita tra oggetti, reliquie, cartoline, fotografie, volantini, manifesti è integrato da paesaggi sonori evocativi e da testimonianze di combattenti e di civili che hanno lavorato o combattuto in quel luogo. Fruibili mediante audio e immagini, attivati dal

02
Museo storico
italiano della
guerra di Rovereto
(2013/2016)

visitatore mediante l'uso di uno *smart object* – una specie di ciottolo con tecnologia *Near Field Communication* (NFC) – rendono l'esperienza di visita più intima ed emozionante [fig. 02].

Lo sviluppo dei dispositivi ideati all'interno di *MeSch* con la collaborazione della Fondazione Bruno Kessler di Trento, promuovono una visita immersiva in grado di accorciare la distanza tra la storia e l'oggi. Ma il progetto si spinge oltre. L'esperienza del fruitore può essere aggiornata e implementata nel tempo dai referenti del museo che in autonomia possono gestire e ridefinire i contenuti associati al patrimonio (Petrelli et al., 2013).

L'esperienza condivisa. L'inclusione della comunità locale

Lavorare al rinnovo dell'esperienza di visita con l'obiettivo di coinvolgere il visitatore in un percorso più immersivo può indurre – si vedano i casi sopracitati – alla formazione di gruppi di professionisti che insieme si dedicano alla valorizzazione del museo. I processi di collaborazione possono esaurirsi nella riprogettazione della visita, e in tal caso il museo ritornerà all'applicazione



03

03
Museo della rappresentazione
del Dipartimento di Ingegneria
Civile e Architettura dell'Università
di Catania (2015)

04



04
Nuovi sistemi
integrativi per
la fruizione del
percorso espositivo
della Casa Museo
(2017/2019).
Incontro del
gruppo di lavoro
del progetto di
ricerca triennale
coordinati
dall'Università
degli Studi della
Repubblica
di San Marino.
Foto Emanuele
Lumini

delle consuete pratiche a garanzia del buon funzionamento della struttura, ma nei casi più virtuosi i processi di co-progettazione divengono attivatori di cambiamenti più profondi. La ridefinizione delle relazioni tra istituzioni e cittadini può infatti innescare e promuovere processi di trasformazione in grado di durare e di estendersi (King et al., 2016).

Lavorano con tali intenti i musei universitari il cui obiettivo è conservare, tutelare, valorizzare, ma soprattutto rendere accessibili alla più ampia collettività le collezioni d'arte e i fondi archivistici acquisiti, gli strumenti, i modelli e la documentazione letteraria ed iconografica delle ricerche operate e dei risultati raggiunti. Il *Museo della rappresentazione (MuRa)* del Dipartimento di ingegneria civile e architettura dell'Università di Catania, parte del Sistema museale di Ateneo, è un esempio. Il *MuRa*, che ospita progetti e disegni d'archivio dello studio dell'architetto catanese Francesco Fichera e una raccolta iconografica di incisioni e calcografie datate tra il 1700 e il 1800 tra cui si evidenzia quella di Giovan Battista Piranesi, fin dalla sua istituzione nel 2015 si è posto l'obiettivo di divenire *hub* di innovazione digitale per lo sviluppo del territorio, valorizzando e rendendo maggiormente fruibili alla comunità scientifica e alla società civile il patrimonio acquisito nel tempo. Per fare questo, considerata la propria natura museale e al contempo universitaria, i membri del Comitato scientifico hanno rivolto l'attenzione verso le nuove generazioni ponendo al centro del processo di rinnovo il coinvolgimento degli studenti universitari (Galizia, Santagati, 2018). Il perseguimento di strategie partecipative ha condotto all'istituzione di laboratori dedicati come il laboratorio di strumenti per il progetto architettonico e quello di rilievo, rappresentazione e ricostruzione digitale dove sono stati tenuti workshop, seminari e tirocini. In tali occasioni professionisti, docenti

e studenti, condivisi obiettivi e strategie, hanno portato avanti riflessioni sull'identità del museo e sulle modalità di comunicazione e di promozione da adottare. La co-progettazione dell'allestimento per la valorizzazione di alcuni specifici elementi del patrimonio, come la reinterpretazione tridimensionale delle incisioni piranesiane o la realizzazione di modelli digitali per l'esplorazione virtuale di architetture mai realizzate di cui l'archivio custodisce i progetti, e la coproduzione di contenuti culturali per la fruizione e la comunicazione del museo hanno coinvolto tutti gli attori del processo in prima persona [fig. 03]. La riflessione su ulteriori temi e la volontà di allargare il gruppo di lavoro hanno poi dato luogo a collaborazioni con altre istituzioni museali locali e con istituti di scuola superiore ampliando la comunità di riferimento. Il senso di appartenenza, sviluppato dagli attori nelle fasi del progetto e chiaramente percepito dai visitatori, ha restituito alla comunità, con una migliore comprensione del patrimonio allestito, i valori dell'insegnamento e l'impegno nella formazione di nuove professionalità che l'Università, parte attiva del sistema culturale del territorio, ha sviluppato nel perseguire la diffusione della conoscenza e la costruzione di un nuovo senso civico.

Si rivolge alla costruzione di una nuova comunità locale (Manzini, 2018; Bosco, 2019) il progetto di ricerca triennale *Nuovi sistemi integrativi per la fruizione del percorso espositivo della Casa Museo*, sviluppato da un gruppo di ricerca afferente all'area Design dell'Università degli Studi della Repubblica di San Marino con il Coordinamento delle case museo dei poeti e degli scrittori di Romagna (Bosco et al., 2019). Il progetto, volto alla valorizzazione del Coordinamento e delle singole istituzioni propone la partecipazione attiva di referenti e operatori fin dalle prime fasi [fig. 04]. All'iniziale ricerca sulle fonti e al rilievo del patrimonio fisico, costituito principalmente da arredi e oggetti originali e d'epoca, e documentale, composto primariamente da carteggi, lettere, immagini e testi autografi, sono seguite la raccolta dei dati relativi alle visite e delle testimonianze di referenti ed operatori. In successivi incontri collettivi tutti gli attori hanno potuto prendere coscienza dell'identità e delle specificità del Coordinamento condividendo con il gruppo di ricerca obiettivi e potenzialità che il processo di valorizzazione avrebbe potuto avere sul territorio. Due le aree di progetto. Nell'ambito della comunicazione il processo di rafforzamento del sistema d'identità del Coordinamento ha fissato le basi negli elementi comuni alle 8 case: territorio, autori ed estratti di opere



05

significative. Coinvolti nel processo, gli operatori museali, formati, hanno definito i contenuti delle proprie pagine web che possono gestire e implementare in autonomia. Nell'ambito della valorizzazione del patrimonio, il gruppo di lavoro ha invece sviluppato, in un processo condiviso, un sistema di interazione per implementarne la fruizione mediante l'attivazione di contenuti multimediali. Le installazioni ambientali, attivate dal visitatore attraverso l'uso di un lettore per la scansione di *tag rfid*, permettono la fruizione di scenari e contenuti progettati da università, referenti e operatori di ciascuna casa museo. Al gesto del visitatore può corrispondere la riproduzione di estratti di opere letterarie recitate da attori e montate su un audio ambientale dedicato, il racconto di un elemento caratterizzante la cultura materiale locale o ancora la narrazione di un aneddoto corrispondente a un oggetto specifico illuminato da una luce spot dedicata. La volontà di condivisione dell'intero processo ha portato alla progettazione di un sistema *open source*, la piattaforma *openMuseum* [4], all'interno della quale referenti e operatori sono in grado di gestire e implementare i contenuti come il progetto di nuove interazioni. La collaborazione con il Fablab di Castelfranco Veneto per lo sviluppo dei lettori digitali, con la Compagnia teatrale degli Scartafacci per la recitazione delle narrazioni, con Usma Radio per lo studio di registrazione, con giovani professionisti per il montaggio e la sonorizzazione delle

05
Studio Azzurro,
*Portatori di storie,
Da vicino nessuno
è normale*, Roma
(2012)



07

07
War Childhood Museum,
Sarajevo (2017)

tracce, ha allargato il gruppo di lavoro, ma il rilascio in open-source di tutto il sistema sviluppato persegue un ulteriore ampliamento della comunità progettuale coinvolta, considerato il possibile interesse della comunità scientifica nell'utilizzare il sistema in differenti contesti espositivi.

Collezionare memorie. L'inclusione del diverso e il rispecchiamento nell'altro

Nei progetti precedentemente descritti l'obiettivo della valorizzazione museale trova nel patrimonio materiale custodito l'elemento generatore del processo. L'interazione con il patrimonio, resa più ricca e immersiva mediante l'uso di differenti tecnologie e di sistemi interattivi, offre un differente e maggiore coinvolgimento del visitatore, dell'operatore museale e/o della comunità locale in un processo di trasformazione del museo indirizzato verso l'inclusione.

Diversamente, nei casi qui sotto analizzati il progetto trova il suo *focus* nella valorizzazione del patrimonio immateriale (Unesco, 2003). Una delle premesse su cui si fonda la *Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, adottata dall'Assemblea Generale Unesco nel 2003, sottolinea «le rôle inestimable du patrimoine culturel immatériel comme facteur de rapprochement, d'échange et de compréhension entre les êtres humains» [5] (Unesco, 2003, p. 2). Memorie, narrazioni e testimonianze, se condivise, possono guidare le persone verso l'inclusione del diverso e il proprio riconoscimento nell'altro (Villeneuve, 2013). È questo il caso di *Portatori di storie, Da vicino nessuno è normale*, installazione progettata da Studio Azzurro nel 2012 (UOS Centro Studi e Ricerche et al., 2012). Allestita presso la Biblioteca Cencelli del Comprensorio Santa Maria della Pietà a Roma, sede del Museo laboratorio della mente [6], l'installazione interattiva propone la proiezione del passaggio di più figure su una lunga parete [fig. 05]. Le figure avanzano, si fermano, guardano, procedono. Il visitatore che vuole interagire può attivare l'installazione toccando la parete in corrispondenza delle figure. Al suo tocco, queste si fermano e rivolgendosi al visitatore pronunciano una frase su di sé. Il visitatore interessato può avere una maggiore interazione accompagnando la figura alla fine della parete dove potrà incontrarla all'interno della piccola stanza attigua. Nell'incontro il personaggio riporterà la propria esperienza in una condizione più raccolta e intima. I racconti sono testimonianze di ex ricoverati, parenti, medici, operatori e infermieri, raccolte da Studio

Azzurro in un lungo periodo di ricerche in collaborazione con il Centro studi e ricerche e il Dipartimento di salute mentale dell'ospedale locale.

Questo ambiente sensibile, così è definita l'installazione da Studio Azzurro, è finalizzato a indurre l'avvicinamento tra persone estranee, a creare una comunicazione empatica tra loro e ad ampliare il racconto sulla patologia psichiatrica – allestito all'interno del Padiglione 6, ex padiglione psichiatrico dell'Ospedale Santa Maria della Pietà – con la narrazione di testimonianze dirette o indirette di chi ha affrontato o sta affrontando la malattia mentale. L'ascolto di un racconto intimo e sincero, reso possibile dall'esistenza di un diaframma spazio-temporale fisico, facilita la comprensione dello stato d'animo dell'altro agevolando, forse anche per sineddoche, la coesione sociale. Se l'installazione di Studio Azzurro si basa sulla condivisione di un'esperienza che trasmessa diviene memoria di una collettività promuovendo il rispetto per la diversità sociale, musei come il *War Childhood Museum* di Sarajevo (Pilarska, 2018) e il *District Six Museum* di Cape Town (Ballantyne, 2003; Valmont, 2008), pur lavorando sulla valorizzazione del patrimonio immateriale, raccolgono, oltre alle testimonianze, oggetti associati alle stesse (Unesco, 2003, art. 1, comma 2).

L'idea del *War Childhood Museum* nasce dalla raccolta di esperienze per il progetto di un libro. Jasminko Halilović, fondatore del museo e coinvolto giovanissimo nell'assedio della città, ha sentito la necessità di raccontare l'esperienza della guerra dal punto di vista di un bambino. Il progetto è presto divenuto collettivo e interattivo. Sulla sua pagina web alla domanda: "What was a war childhood for you?" hanno risposto più di 1000 persone da 35 Paesi con brevi testi di massimo 160 caratteri. I testi, raccolti in un libro pubblicato nel 2013, sono divenuti i contenuti del progetto della collezione museale. Il museo, inaugurato a gennaio 2017, raccoglie le storie personali di centinaia di partecipanti ricostruite attraverso effetti personali, lettere, testimonianze video e audio [fig. 06]. Il percorso di visita restituisce al visitatore la complessità dell'esperienza di crescere e diventare adulti durante la guerra affiancando a racconti di traumi e di profonda sofferenza, i momenti disincantati del gioco, dello sport, alla voglia di vivere tipica del bambino la collezione di confezioni alimentari distribuite come aiuti umanitari. Il progetto, premiato nel 2018 con il Council of Europe Museum Prize 2018 – uno dei premi più prestigiosi conferiti a musei che contribuiscono in modo significativo alla comprensione del

08

08



08
*District Six
Museum, Cape
Town (1994)*

patrimonio culturale europeo – si è poi esteso per raccogliere in un archivio digitale le testimonianze di tutti coloro che sentono che una guerra, ovunque nel mondo, abbia impattato sulla propria infanzia, diventando una piattaforma internazionale in grado di dare voce a tutti i bambini “della” guerra.

Si basa sui medesimi presupposti, nonostante si riferisca a un tema differente, il *District Six Museum* di Cape Town, inaugurato nel 1994, anno in cui ebbe fine l'apartheid in Sud Africa. Ospitato all'interno dell'abbandonata Central Methodist Mission, precedentemente nota come “Freedom Church” perché dedicata anche alla celebrazione dell'abolizione della schiavitù, il museo è dedicato a mantenere viva la memoria del distretto, dei suoi abitanti e di ciò che avvenne qui con l'apartheid, perché i cittadini possano, condividendo le proprie memorie, riappropriarsi di quanto hanno perduto e permettere ai più giovani o agli stranieri di conoscere questa storia direttamente. Distretto cosmopolita, dinamico e fiorente, abitato prevalentemente dalla classe operaia, ma anche sede di intellettuali, artisti, leader

politici e scrittori, il District Six, nel 1966 fu dichiarato “white only area” e a tutti i “non bianchi” fu imposto di andarsene. Lo sgombero, che il governo aveva previsto di ultimare in 2 anni, procedette per 14 anni. Con il 1982, 60.000 persone furono sfollate e l’area fu quasi completamente rasa al suolo.

L’attività di resistenza, di contrasto e di diffusione della conoscenza di quanto avvenne, attraverso conferenze, mostre e seminari, portò la comunità a capire che la memoria era la più importante arma e che avrebbero dovuto trovare un modo per mantenerla in vita. Primo e principale obiettivo della Fondazione, costituita alla fine degli anni Ottanta, e successivamente del museo, inaugurato nel 1994, fu appunto assicurare che la storia dello sgombero forzato fosse ricordata e tramandata promuovendo la comprensione di ciò che accadde tra le persone; obiettivo raggiunto dal museo raccogliendo fotografie, cartoline, insegne, cartelli, oggetto di donazione. Ma l’attiva partecipazione degli ex residenti non si limita alla donazione di effetti personali; il racconto di chi ha vissuto questo luogo riprende vita sulla mappa del distretto disegnata su tela e disposta ad occupare il pavimento della stanza centrale [fig. 07]. Sulla mappa sono presenti il cinema, il venditore d’arachidi e ciascuno può evidenziare la sua abitazione, la scuola, la fermata dell’autobus, la casa di un amico. Il processo è continuo: gli ex residenti ritornano per lasciare un segno, un’immagine, una poesia, un piccolo testo o per ascoltare il racconto di un altro, o ancora per condividere un aneddoto. Una tela lunga più di 1600 piedi, appesa nel centro della stanza, costituisce il libro del visitatore. Qui firme, ricordi e annotazioni estendono la testimonianza sulla disuguaglianza e l’iniquità sociale ampliando il progetto partecipativo al di fuori del Distretto e della sua comunità.

Conclusioni

Luogo della conservazione e della valorizzazione della memoria collettiva il museo, istituzione universalmente riconosciuta, è attualmente luogo strategico su cui istituzioni culturali ed educative – locali e internazionali – possono puntare nel perseguire oltre alla diffusione della conoscenza, una maggiore consapevolezza, coesione ed equità sociale.

Il progetto, considerata la responsabilità sociale e “politica” insite per definizione nel fare progettuale, si rende interprete di questa trasformazione promuovendo all’interno dei contesti espositivi metodologie e pratiche rivolte all’attivazione di processi di inclusione. Si tratti di lavorare su una maggiore inclusione del visitatore

proponendo un’esperienza di visita immersiva, di ridefinire le relazioni tra referenti, operatori dei musei e contesto al fine di includere nei processi di trasformazione del museo soggetti della comunità locale o, ancora, di promuovere l’inclusione del diverso valorizzando patrimoni immateriali e favorendo il rispecchiamento del visitatore nell’altro, il museo diviene laboratorio di sperimentazione e luogo di esperienza e collaborazione. La dimensione narrativa del luogo e del patrimonio custodito, sottolineata mediante l’applicazione delle tecnologie digitali e l’adozione di pratiche di co-design favorisce un approccio esperienziale. Oggetti, documenti e spazi, resi maggiormente accessibili e diversamente fruibili, veicolano una cultura di rispetto, tutela e valorizzazione basata su valori condivisi e riconosciuti dalla collettività.

L’interazione tra persone, patrimoni e luogo definisce e ridefinisce opportunità di ricerca e di progetto che potranno in futuro generare, a loro volta, nuove occasioni promuovendo un sistema culturale sempre più connesso.

NOTE

[1] Organizzazione non governativa internazionale che riunisce musei e professionisti museali, oggi formata da 40.000 membri di 140 paesi, <https://icom.museum/en/> [30 dicembre 2019].

[2] Di seguito alcuni esempi di progetti virtuosi. Sperimenta su inclusione e usabilità il progetto di Corey Timpson per il Canadian Museum for Human Rights di Winnipeg. (cfr. *Canadian Museum for Human Right’s inclusive design and accessibility guidelines*, linee guida aggiornabili e implementabili dalla *community* in <https://id.humanrights.ca/> [30 dicembre 2019]. Lavora su inclusione, integrazione e uguaglianza sociale il progetto triennale nazionale danese *CULINN, Cultural Cultural Citizenship and Innovation*. È dedicato all’integrazione di rifugiati all’interno dello staff museale *Multaka: Museum as Meeting Point – Refugees as Guides in Berlin Museums*.

[3] Il progetto, finanziato dal Seventh Framework Programme *ICT for access to cultural resources* della Comunità europea, ha visto la partecipazione di 12 partner, che si occupano di patrimonio culturale, design e comunicazione, provenienti da 6 paesi europei, coordinati dall’Università Sheffield Hallam (UK).

[4] Si veda *openMuseum*, <https://github.com/unirms/openMuseum> [30 dicembre 2019].

[5] «Il ruolo inestimabile del patrimonio culturale immateriale in quanto fattore per riavvicinare gli esseri umani e assicurare gli scambi e l’intesa fra di loro» [TdA].

[6] Si veda www.museodellamente.it [30 dicembre 2019].

REFERENCES

- Pinna Giovanni, "Il ruolo socio-culturale dei musei scientifici", pp. 1-19, *Museologia scientifica* n. 16(1), suppl. *Atti XI Congresso ANMS* (Napoli, 23-27 settembre 1996), **2000a**, pp. 338.
- Pinna Giovanni, "Il controllo politico e sociale dei musei", *Nuova Museologia*, n. 2, **2000b**, pp. 35-37.
- Ballantyne Roy, "Interpreting Apartheid: Visitors' Perceptions of the District Six Museum", *The Museum Journal*, n. 46, **2003**, pp. 279-292.
- Unesdoc Digital Library, *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, **2003** disponibile in https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540_fre [Ottobre 2019].
- Giaccardi Elisa, Palen Leysia, "The Social Production of Heritage through Cross media Interaction: Making Place for Place making", *International Journal of Heritage Studies*, n. 14, **2008**, pp. 281-297.
- Valmont Layne, "The District Six Museum: An Ordinary People's Place", *Public Historian*, n. 30, **2008**, pp. 53-62.
- Balzola Andrea, Rosa Paolo, *L'arte fuori di sé*, Milano, Feltrinelli, **2011**, pp. 224.
- UOS Centro Studi e Ricerche, ASL Roma e Studio Azzurro (a cura di), *Portatori di storie: da vicino nessuno è normale*, Cinisello Balsamo, Silvana Editoriale, **2012**, pp. 96.
- Cimoli Anna Chiara, "Deutsches Auswandererhaus-German Emigration Center", pp. 348-355, in Luca Basso Peressut, Francesca Lanz, Gennaro Postiglione, *European Museums in the 21st Century: Setting the Framework*, vol. 2, Politecnico di Milano, **2013**, pp. 530.
- Eick Simone, "The German Emigration Center", pp. 342-346, in Luca Basso Peressut, Francesca Lanz, Gennaro Postiglione, *European Museums in the 21st Century: Setting the Framework*, vol. 2, Politecnico di Milano, **2013**, pp. 530.
- Lupo Eleonora, Trocchianesi Raffaella (a cura di), *Progetto e memoria del temporaneo*, Milano, Electa, **2013**, pp. 222.
- Petrelli Daniela, Ciolfi Luigina, van Dijk Dick, Hornecker Eva, Not Elena, Schmidt Albrecht, "Integrating Material and Digital: a New Way for Cultural Heritage", *Interactions*, n. 20, **2013**, pp. 58-63.
- Villeneuve Pat, "Building Museum Sustainability through Visitor-Centered Exhibition Practices", *International Journal of the Inclusive Museum*, n. 4, vol. 5, **2013**, pp. 37-50.
- Zancanaro Massimo, Not Elena, Petrelli Daniela, Marshall Mark, Dijk Taco, Risseeuw Martin, van Dijk Dick, Venturini Adriano, Cavada Dario, Kubitz Thomas, "Recipes For Tangible And Embodied Visit Experiences", *Museums and the Web 2015*, **2015**, disponibile in <https://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/recipes-for-tangible-and-embodied-visit-experiences/> [Ottobre 2019]
- King Laura, Stark James F., Cooke Paul, "Experiencing the Digital World: The Cultural Value of Digital Engagement with Heritage", *Heritage & Society*, n. 9, **2016**, pp. 76-101.
- Galizia Mariateresa, Santagati Cettina, *The role of University Museums in the engagement of new generations for co-production of cultural content: the experience at the Museo della Rappresentazione in Catania*, **2018**, disponibile in <https://www.youtube.com/watch?v=Z8JDioWLP00> 1:18:00-1:30:00 [Ottobre 2019]
- Manzini Ezio, *Politiche del quotidiano*, Milano, Edizioni di Comunità, **2018**, pp. 192.
- Mairesse François, "The politics and poetics of Museology", *ICOFOM Study Series*, n. 46, **2018**, pp. 17-23. disponibile in <http://journals.openedition.org/iss/823> [Ottobre 2019]
- Pilarska Justyna, "Jasminko Halilovi. War Childhood: Sarajevo 1992-1995. Sarajevo: War Childhood Museum", *Society Register*, n. 2, **2018**, pp. 163-166.
- Bosco Alessandra, "La casa museo. Nuovi "racconti" per la formazione di comunità sul territorio", pp. 202-211, in Gianni Sinni (a cura di), *Designing Civic Consciousness. ABC per la ricostruzione della coscienza civile*, Macerata, Quodlibet, **2019**, pp. 256.
- Bosco Alessandra, La Maida Elena, Zannoni Michele (a cura di), *La valorizzazione del circuito delle case museo dei poeti e scrittori di Romagna attraverso strumenti di comunicazione condivisa*, pp. 12-18, in Atti della giornata di studio *L'ospite assente. Strategie di comunicazione per i musei letterari e di musicisti* (Roma, 26 ottobre, 2018), Istituto per i beni artistici culturali e naturali della Regione Emilia-Romagna e ICOM Italia, **2019**.
- Formica Piero, *Parole e voci dell'innovazione. Per una cultura del mutamento*, Bologna, il Mulino, **2019**, pp. 224.
- ICOM, "The Museum Definition, the Backbone of Museums", *Museum International*, n. 71, **2019**, pp. 169.
- Kuma Kengo, *The Age of Forest* (25th ICOM General Conference, Kyoto, September 2, **2019**), Opening Keynote Lecture, 10:55-11:25.
- Not Elena, Cavada Dario, Maule Stefano, Pisetti Anna, Venturini Adriano, "Digital Augmentation of Historical Objects Through Tangible Interaction", *Journal on Computing and Cultural Heritage*, n. 12, **2019**, pp. 1-19.
- OECD/ICOM, *Culture and local development: maximising the impact. A guide for local governments, communities and museums*, Paris, OECD Publishing, **2019**, pp. 96.

Archivio come giacimento attivo e allestimento come interpretazione

Una mostra sul design dei fratelli Castiglioni

Dario Scodeller Università degli Studi di Ferrara, Dipartimento di Architettura
dario.scodeller@unife.it

Il contributo si propone di indagare le relazioni che, nel campo del design, è possibile instaurare tra indagine d'archivio, progetto curatoriale, esposizione di oggetti e reperti documentali, come pratica di valorizzazione della storia e della cultura del progetto.

Dopo aver esaminato alcune criticità oggi presenti nella traduzione espositiva di contenuti relativi al design, ossia la sua storia e il suo significato culturale, il contributo illustra il progetto curatoriale della mostra dedicata al design dei fratelli Castiglioni realizzata a Pordenone nel 2019, allo scopo di verificare il ruolo che ricerca storica, ordinamento, narrazione e interpretazione, possono avere nell'ideazione di nuovi espedienti progettuali, utili a facilitare la comprensione della cultura del design.

Curating, archivi di design, Design espositivo, Fonti storiche, Didattica del design

The aims of this paper – focused in the field of the cultural value and significance of the product design – is to investigate the relationships that it is possible to establish between archival research, curatorial project and exhibition of objects and documentary findings, as a practice of enhancing the history and the culture of the project.

After a preliminary exam of some critical issues now existing in design exhibitions (about their ability to bring out the cultural role of design and its history), the contribution illustrates the curatorial project of the exhibition dedicated to the design of the Castiglioni brothers in Pordenone (2019). This part aims to verify the role that historical research, organization, narration, and interpretation can have as design expedients used in “mediation” experiences, to facilitate the understanding of design culture.

Curating, Design archives, Exhibition design, Historical sources, Design education

Nel corso degli anni Cinquanta e Sessanta del Novecento, parallelamente alle indagini che affrontano le relazioni tra comunicazione e cultura di massa, si consolida un terreno di studi in cui, dall'archeologia all'etno-antropologia, dalla letteratura alla sociologia, dalla musicologia all'estetica, dal teatro al cinema, emerge la volontà di conferire nuovi statuti, identità e valori alle forme espressive della cultura popolare, nonché ai prodotti e agli artefatti della cultura materiale [1]. Tale mutamento di prospettiva, sostenuto anche da una inedita relazione tra storia ed etnologia (etnostoria), pone la cultura materiale – e con essa il design – al centro di un diffuso interesse da parte degli studiosi, favorendo l'identificazione e la promozione del suo valore sociale e culturale.

Con l'attenzione verso la natura e il significato degli oggetti cresce la consapevolezza dell'importanza della loro conservazione come testimonianze storiche della società industriale. Interesse che si estende agli artefatti pubblicitari, e ai luoghi e alle istituzioni che se ne occupano, come gli archivi dei progettisti e delle imprese (Bulegato, 2008; *AIS/Design, Storia e ricerche*, 2014; Collina, 2017; Riccini, 2017).

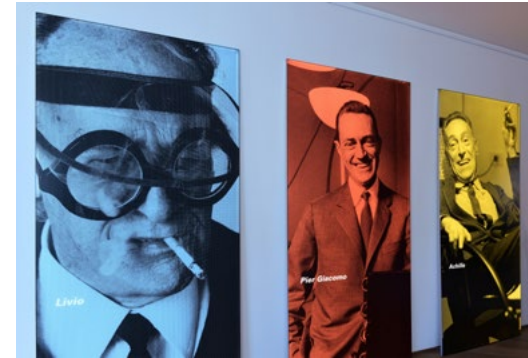
Sigfried Giedion si era posto, ancora negli anni Quaranta, il problema di tale recupero: «Gli industriali si limitano a sorridere alla richiesta di saggi della loro produzione antica e di vecchi cataloghi. – scriveva – Non rimane tempo e soprattutto non esiste interesse, per le origini della tradizione che impronta tutta la vita dell'uomo contemporaneo. [...] Siamo troppo poco abituati a studiare i rapporti tra i diversi campi dell'attività umana, per vedere con chiarezza quali sono i punti di contatto. E c'è da temere che la documentazione utilizzabile per determinare questi rapporti sarà ormai perduta quando ne sarà stata riconosciuta l'importanza» (Giedion, 1941, p. 324) [2].

Nel secondo dopoguerra, la ricerca di un omogeneo testo culturale in grado di comprendere l'insieme degli artefatti umani promuove la riconsiderazione del ruolo non solo delle cosiddette arti minori, decorative o industriali (rispetto alle arti figurative), ma anche della produzione anonima che ha accompagnato l'evoluzione tecnica dell'umanità.

È George Kubler – tra i primi – con la tesi da lui formulata sull'identità tra storia dell'arte e storia delle cose a chiarire la natura del tema in chiave storiografica ed epistemologica. Il problema storiografico del design, la narrazione della sua elaborazione intellettuale e produzione fisica, diventa più comprensibile quando consideriamo la sua storia come un «autoritratto collettivo riflesso nelle cose» (Kubler, [1962] 1976, p. 17). Contemporaneamente, in

termini di collocazione di tale storia nell'alveo scientifico, Kubler chiarisce che: «La storia delle cose, da parte sua, ammette più interferenze del linguaggio, ma meno della storia sociale, giacché le cose devono servire a certe funzioni o trasmettere certi messaggi e non possono quindi venire distolte da queste finalità senza perdere la loro identità» (Kubler, [1962] 1976, p. 76). Ovvero, il design e la sua storia non possono né esaurirsi in una prospettiva linguistica (in chiave estetica o semiotica) né essere ridotti a storia delle idee (individuali o collettive), perché i modi e i motivi per cui gli artefatti umani si trasformano e mutano (interferenze) hanno natura e ragioni specifiche. Pochi anni dopo, con Jean Baudrillard, gli oggetti del quotidiano assumono una nuova centralità e interesse in virtù non dell'autorialità, ma della loro fruizione da parte del pubblico. Ne *Il sistema degli oggetti* (1968), proponendo un superamento della classificazione funzionale, formale e strutturale proposta da Giedion in *Mechanization takes command* (Giedion, 1948), Baudrillard orienta la riflessione verso una nuova tassonomia degli oggetti attenta al «processo per cui le persone entrano in rapporto con essi e della sistematica dei comportamenti e delle relazioni umane che ne risulta» (Baudrillard, [1968] 1972, p. 7). Se sociologia, psicologia e semiotica integrano i propri strumenti d'indagine, è possibile, secondo Baudrillard, decifrare con maggiore efficacia il complesso universo simbolico di relazioni in cui gli oggetti nella società dei consumi sono pensati, realizzati, proposti e utilizzati. Collocato all'interno di questo processo di rivalutazione culturale, il fenomeno del design (e del design italiano, in particolare) assume quindi un significato diverso da quello di «arte dell'età delle macchine» o di «estetica industriale» attribuitogli dalla storiografia degli anni Trenta e Cinquanta (Cheney, 1936; Francastel, 1956). La progressiva acquisizione da parte della cultura del design di uno spazio autonomo nell'ambito delle culture del progetto, la rivendicazione di una storiografia specifica, in grado di indagarne i molteplici aspetti e interrelazioni con il mondo della produzione, della comunicazione e della distribuzione [3], al pari del riconoscimento del valore di documenti di progetto e testimonianze materiali – come modelli e prototipi di oggetti – sottoposti al vincolo di conservazione pubblica, può dunque avvenire, oggi, in virtù di un lungo processo che ne ha permesso la comprensione del valore come bene collettivo. All'interno di questo percorso di valorizzazione del design e della sua storia, un ruolo significativo hanno avuto in Italia, a partire dagli anni Settanta, alcune iniziative espositive dedicate alla rivisitazione di determinati perio-

01



01

I tre fratelli Castiglioni: Livio, Pier Giacomo e Achille.
© Dario Scodeller

di (i decenni Trenta o Cinquanta), al lavoro di una serie di autori o all'approfondimento di particolari temi. Tali eventi hanno avuto notevole importanza anche nella creazione di un "immaginario" del design italiano, alimentando processi di identificazione collettiva e fornendo materiali e stimoli per la creazione di modelli educativi (*AIS/Design, Storia e ricerche*, 2014).

Nell'ambito del design del prodotto industriale, al processo di valorizzazione, oramai consolidato, si affianca tuttavia una difficoltà, da parte del pubblico, di penetrazione del significato culturale degli oggetti. La "lunga durata" di molti prodotti del design italiano, con la presenza o la riproposizione ancor oggi sul mercato (e relativa circolazione mediatica) di oggetti disegnati più di mezzo secolo fa, porta a una difficoltà di storicizzazione, con un'enfasi sull'aspetto iconico-comunicativo piuttosto che sulle finalità didattico-esplicative: un oblio del senso culturale a favore di una (legittima per le aziende che spesso finanziano questi eventi espositivi) promozione di tipo commerciale.

Ricerca storica, curating ed exhibition design

In Italia, alcune recenti occasioni espositive hanno posto al centro della riflessione degli storici e dei curatori del design il problema del rapporto tra ricerca d'archivio e mostra come dispositivo narrativo-comunicativo. La stesura del progetto curatoriale della X edizione del Triennale Design Museum, realizzata da Vanni Pasca, Raimonda Riccini, Manolo De Giorgi, Maddalena Dalla Mura e Chiara Alessi [4] e dedicata a ricostruire il rapporto tra design e storia nelle vicende italiane, ha visto la contrapposizione tra due posizioni critiche. Da un lato, di fronte all'impossibilità di riunire le differenti visioni in un progetto storico unitario e coerente del design, si è tentato

di verificare il valore metodologico degli scavi particolari – denominati “carotaggi” – in grado di far emergere, per episodi, una rappresentazione della sua storia (AA. VV., 2018). Dall’altro, invece, si è sostenuta la necessità di leggere tale storia in modo unitario, ovvero di legare tra loro avvenimenti, protagonisti, progetti, secondo quella che Kubler chiamava una rappresentazione «del tempo come una formazione di fasci fibrosi» (Kubler, [1962] 1976, p. 144) che, seppure sfilacciata, permettesse di costruire un’immagine del design nel tempo.

Prevalsa infine la prima ipotesi (quella di singoli “carotaggi” affidati a ciascuno dei curatori), Triennale Design Museum ha comunque sentito la necessità, accogliendo l’indicazione del comitato scientifico istituzionale, di realizzare una sorta di prototipo di un costituendo museo permanente, affiancando ai “carotaggi” una serie significativa di oggetti appartenenti alla sua collezione. Per quanto allestita in una lunga sequenza inarticolata, resa muta dalle pochissime spiegazioni, la massa multiforme dei 180 esemplari scelti dai curatori risultava tuttavia, in virtù del portato iconico dei singoli oggetti, più attraente, sul piano visivo, dei cinque approfondimenti tematici.

L’avvicendamento avvenuto nel 2018 alla presidenza della Triennale, ora in carico a Stefano Boeri, ha posto all’ordine del giorno proprio il tema dell’esposizione di una collezione permanente del design italiano: con un’urgenza legata soprattutto a questioni di marketing museale, per rispondere alla necessità di mostrare le cosiddette icone del design italiano ai molti stranieri che frequentano Milano. Il Museo del design italiano, curato e allestito da Joseph Grima, realizzato certamente con tempi non adeguati, è stato aperto al pubblico ad aprile 2019 sollevando una serie di perplessità, sia per la scelta espositiva del *white cube* che per la quasi totale assenza di apparati descrittivi e narrativi che accompagnano i visitatori alla comprensione degli oggetti in mostra. Questa dicotomia e incommunicabilità tra l’iconicità degli oggetti e loro narrazione è risultata evidente anche nella mostra ospitata sempre a piano terra della Triennale e chiusa poco prima dell’apertura del nuovo museo *A Castiglioni* (Triennale di Milano 06.10.2018-20.01.2019), curata da Patricia Urquiola e Federica Sala (con allestimento della stessa Urquiola e progetto grafico di Dallas) dove, tra gli oggetti esposti, isolati o raggruppati in pedane al centro dello spazio, e i relativi documenti progettuali allestiti a parete, era difficile, anche per il visitatore esperto, cogliere molte delle relazioni.

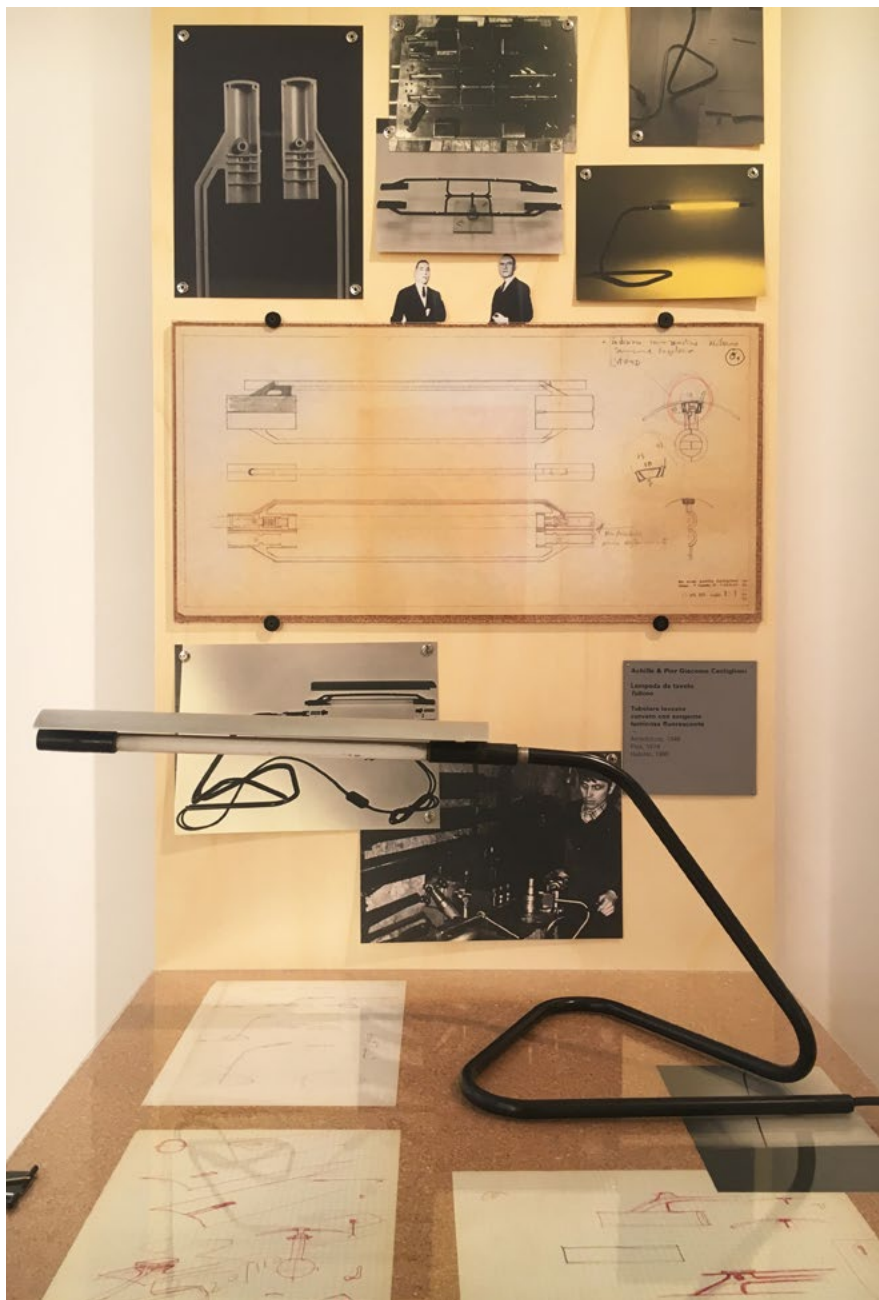
Nel frattempo è in corso di avanzata, ma non definitiva stesura, il progetto scientifico e di ordinamento del Mu-

seo del design dell’Associazione per il Disegno Industriale, che dovrebbe aprire a Milano nel 2020. Ai progettisti dell’allestimento e della comunicazione visiva che hanno vinto il concorso nazionale – Ico Migliore, Mara Servetto e Italo Lupi – è stato recentemente affiancato un comitato d’indirizzo di cui fanno parte, per i temi storici, Beppe Finessi e Luca Molinari. Non è al momento ancora dato conoscere, rispetto all’obiettivo dichiarato dai progettisti – la creazione di un “museo narrante” inteso come “spazio polifonico” di esperienze attorno agli oggetti e alla loro storia – quale ruolo avranno i documenti di progetto e degli archivi del design nell’ordinamento della complessa mole di materiali da collocare nei 3.000 mq espositivi. Contemporaneamente non va dimenticato come esista a Milano una sorta di museo-diffuso del design, costituito dagli studi e degli archivi dei designer del Novecento (Albini, Castiglioni, Magistretti, Ponti), alcuni dei quali promuovono e realizzano al proprio interno mostre tematiche e accolgono studiosi per indagini sui materiali d’archivio, collaborando con iniziative espositive e pubblicazioni. Si tratta di un grappolo di istituzioni che rappresentano per l’Italia un patrimonio culturale le cui potenzialità e ruoli non sono state ancora sufficientemente comprese.

Archivi come luoghi di elaborazione teorico-critica

Nell’anno del centenario della nascita di Achille Castiglioni, la Fondazione che ne porta il nome ha svolto un significativo ruolo istituzionale nell’organizzazione di una serie di eventi espositivi dedicati alla sua opera e a quella dei fratelli Pier Giacomo e Livio. Due mostre si sono concentrate sul lavoro di Achille: la citata *A Castiglioni e Achille Castiglioni visionario* (Museo MAX di Chiasso 31.05.2018-23.09.2018), curata da Ico Migliore, Mara Servetto, Italo Lupi e Nicoletta Ossanna Cavadini, dedicata al suo lavoro come exhibition designer (Migliore, Servetto et al., 2018), con allestimento di Ico Migliore e Mara Servetto e progetto grafico di Italo Lupi.

Una terza mostra, nata dalla collaborazione tra Fondazione Achille Castiglioni, Unindustria Pordenone e Comune di Pordenone [5], è stata invece dedicata al lavoro dei tre fratelli Livio, Pier Giacomo e Achille e ha avuto luogo alla Galleria Harry Bertoja di Pordenone (26.01.2019-17.03.2019): la curatela della mostra e del catalogo è stata affidata allo storico del design Dario Scodeller del Dipartimento di Architettura dell’Università di Ferrara (Scodeller, 2019). L’allestimento è stato progettato da Marco Marzini, mentre il progetto grafico della mostra e del catalogo da Sebastiano Girardi Studio. Si tratta della prima



02

02
 Varietà dei materiali d'archivio a commento dell'oggetto in mostra.
 © Dario Scodeller

mostra che affronta, con un unico sguardo e nell'arco di una lunga prospettiva storica, il lavoro complessivo dei tre designer milanesi, la cui attività professionale ha inizio negli anni Trenta [fig. 01].

La scelta del titolo, *Il design dei Castiglioni, ricerca sperimentazione, metodo*, ha voluto mettere l'accento, oltre che sull'apporto corale e collaborativo alla costruzione di una metodologia progettuale, sulla genesi e la natura della ricerca sviluppata attorno alla loro attività di designer.

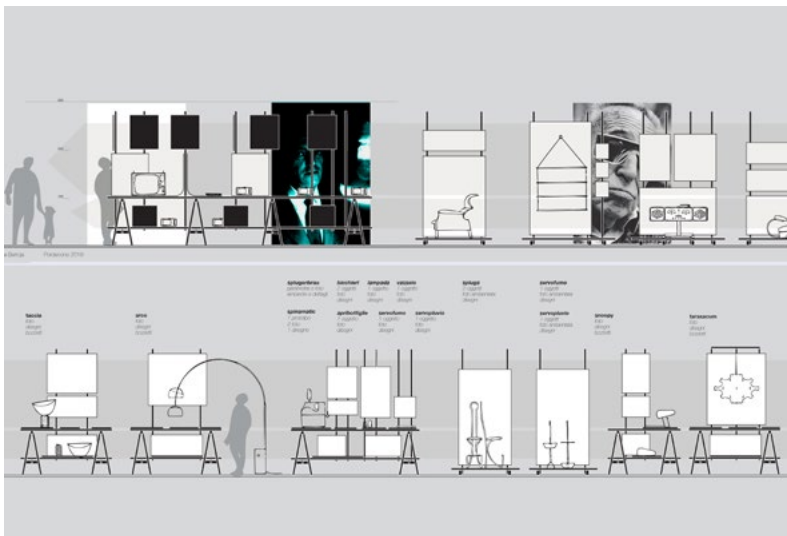
In una prospettiva che considerasse il design come bene culturale, il progetto curatoriale e quello espositivo hanno messo in luce come, tra i valori da trasmettere, vi fossero sia l'intelligenza progettuale sedimentatasi negli oggetti dei Castiglioni, sia il ruolo del progettista di prodotti industriali quale interprete di una tradizione culturale tipicamente italiana che ha avuto, storicamente, nel Novecento, una particolare forma di espressione. La messa in rilievo di tali valori era possibile costruendo attorno a ciascuna "opera" il racconto della sua genesi ed elaborazione progettuale, attraverso una serie variegata di materiali d'archivio: schizzi, disegni esecutivi, lettere, fotografie, prototipi [fig. 02] [fig. 03].

La costruzione del "racconto" espositivo ha dovuto confrontarsi anche con un altro problema: i Castiglioni – e in particolare Achille – sono stati abili narratori e promotori dei propri oggetti, con numerose interviste e con mostre dedicate al proprio lavoro, tanto da alimentare alcuni "luoghi comuni" critici da cui non era facile prescindere. La selezione dei materiali da esporre si è fondata su una preliminare e articolata indagine archivistica, svolta principalmente alla Fondazione Achille Castiglioni in piazza Castello e all'archivio di Livio Castiglioni in via Presolana,



03

03
 Studio sulle analogie formali di prototipi di radio 1940 e 1966.
 © Dario Scodeller



04

sempre a Milano, durante la quale curatore e progettista dell'allestimento hanno approfondito la conoscenza della metodologia progettuale dei Castiglioni attraverso lo studio dei disegni e la lettura di documenti. Ciò ha permesso di identificare ed evidenziare, per ogni progetto, molti aspetti salienti e utili alla costruzione critica. Durante l'attività di "scavo" sono riemersi dai depositi della Fondazione alcuni prototipi: la loro analisi e il confronto tra curatore e progettista hanno consentito una ricostruzione del lavoro progettuale ancora più chiara. In questo modo si è potuto dare seguito alla verifica delle potenzialità dell'archivio come giacimento culturale attivo [fig. 04] [fig. 05].

Pur tenendo in considerazione gli studi storici compiuti sull'opera dei Castiglioni – in particolare gli affondi sugli archivi dei fratelli compiuti da Paolo Ferrari (Ferrari, 1984), Sergio Polano e Fiorella Bulegato (Polano, 2001), e da me (Scodeller, 2003) – la ricerca ha infatti prodotto una autonoma verifica e rilettura dei materiali di progetto, anche grazie agli approfondimenti su queste fonti e su quelle provenienti da altri fondi svolti, oltre che dal curatore, da un gruppo di storici: Alessandra Acocella, Alberto Bassi, Elena Brigi, Fiorella Bulegato, Daniele Vincenzi [6].

Tale ricerca preliminare ha portato a una comprensione del processo progettuale adottato dallo studio in relazione al clima culturale ed economico in cui i progetti hanno visto la luce.

Tra gli aspetti più evidenti emersi da questa ricerca possiamo sottolineare: la dimensione collaborativa del loro lavoro; la concezione dell'artefatto espositivo come me-

04
Marco Marzini:
schema espositivo
con ordinamento
dei materiali.
© Marco Marzini



05

dium comunicativo visuale e sonoro; il transfer – dagli allestimenti al design di prodotto – di una filosofia progettuale focalizzata sul coinvolgimento emotivo; la consuetudine con il *problem solving* derivante da prolungati e continuativi rapporti di consulenza con aziende industriali (Scodeller, 2019b); la volontà di collocazione del proprio progetto all'interno di una più complessiva immagine aziendale; l'esistenza a Milano, fin dagli anni Cinquanta del Novecento, di aziende di media dimensione con una cultura d'impresa fortemente orientata al mercato; una metodologia progettuale che si estrinseca come processo di ricerca, con una forte valenza sperimentale finalizzata all'innovazione tipologica; l'estrema confidenza con il progetto del prodotto a tecnologia elettromeccanica integrata, frutto di esperienze condotte fin dagli anni Trenta sugli apparecchi radiofonici; un triplice approccio – identificabile nelle diverse attitudini dei fratelli – che unisce essenzialità tecnica (Livio), espressività razionale della forma plastica (Pier Giacomo), assemblaggio di parti come pratica compositiva (Achille); il ruolo del design anonimo nella costruzione di un precoce approccio di *critical design* (Scodeller, 2107).

Dal punto di vista curatoriale, la tematizzazione e l'ordinamento complessivo della mostra dovevano sviluppare l'intero arco dell'esperienza dello studio dalla metà degli anni Trenta alla fine del Novecento, mettendone in luce il valore di "giacimento" culturale emerso dalle ricerche e dalle riletture dell'opera dei Castiglioni.

La prima sezione della mostra *Sintonie a tre. Il design della radio 1938-1968*, è stata finalizzata alla ricostru-

05
Allestimento
di prototipi
e documenti
nella sezione
dedicata alla
birreria Splügen.
© G. Cecere

zione dell'esperienza della Mostra dell'apparecchio radio alla VII Triennale di Milano del 1940, considerata dagli storici uno dei punti di partenza del disegno industriale italiano. La seconda e la terza sezione – *La lezione di Villa Olmo. Como, 1957 e La lezione dello Splügen. Milano 1960* – riflettono sul ruolo di una mostra e di un interno pubblico come generatori di sperimentazioni progettuali sull'oggetto d'uso; la quarta – *"Artifici luminosi". Il design della luce. 1949-1999* – sul ruolo centrale assunto dal design della luce negli interventi dei Castiglioni. Il variegato e complesso lavoro di progettisti per l'industria tra gli anni Cinquanta e Ottanta è sviluppato dalla quinta alla nona sezione (*Tecnologie soft e industrial design; La ricerca ergonomica. Progettare per le persone; Oggetti domestici e addomesticati; Anticipazioni Pop; Design e sistemi: La serie dei Servi*), mentre le due conclusive (*L'insegnamento del design e gli oggetti anonimi; I Castiglioni e gli imprenditori del design italiano*) affrontavano il tema dell'insegnamento universitario del design (a cui sia Pier Giacomo che Achille si erano dedicati) e del rapporto tra i Castiglioni e gli imprenditori del design italiano.

Ruolo del collezionismo e natura delle copie

Strutturato l'ordinamento, il curatore ha affrontato il problema del recupero degli oggetti mancanti ai fini di sostenere l'ipotesi narrativa proposta. Dai documenti d'archivio la ricerca si è così spostata ai materiali (originali o riproduzioni) da esporre in mostra, non tutti disponibili presso la Fondazione Achille Castiglioni a Milano.

Per la costruzione di alcune sezioni è stato necessario individuare pezzi d'epoca presso collezionisti. Particolarmente importante, ai fini della ricerca, è stata la collezione privata di radio d'epoca di Carlo Pria. Radiotecnico di



07

formazione, attivo promotore d'iniziativa con l'associazione AIRE (Associazione Italiana Radio d'Epoca), collezionista di apparecchi radio e tv e prestatore di pezzi storici per il Museo della Scienza e della tecnica di Milano, Pria ha messo a disposizione alcuni rari esemplari di apparecchi radio con scocca di rivestimento in resina fenolica colorata. Grazie alla sua conoscenza dell'evoluzione tecnica degli apparecchi radio e a una serie di documenti del disperso archivio FIMI Phonola da lui conservati, è stato possibile, inoltre, comprendere a fondo alcuni aspetti costruttivi e produttivi delle radio disegnate dai Castiglioni negli anni Quaranta; informazioni che sono state poi trasferite in mostra.

Un esempio è costituito dall'esemplare con la scocca in alluminio lucido, databile 1944, esposto assieme alle quattro varianti della serie Phonola (547, 563, 573, 303) in resina colorata. Il pezzo dimostra come, pur risentendo delle proibizioni d'uso di alcuni materiali (le resine fenoliche erano contingentate in quanto materiale bellico, mentre l'alluminio no), la produzione di apparecchi radio civili proseguisse con intelligenti innovazioni nell'uso dei materiali anche durante il periodo della guerra [fig. 06].

Tramite l'AIRE è stato inoltre contattato in Veneto l'ex direttore di fabbrica della Brionvega di Asolo, Franco Giliello, che possiede, nella sua collezione, il prototipo del radiofonografo Brionvega rr 126 del 1966, pezzo che (poi esposto in mostra), ha permesso di comprendere alcuni aspetti della genesi progettuale di uno tra gli apparecchi radio più significativi del design italiano.

07
Confronti
sincronici
e diacronici:
allestimento
sezione dedicata
al design
della luce.
© Dario Scodeller

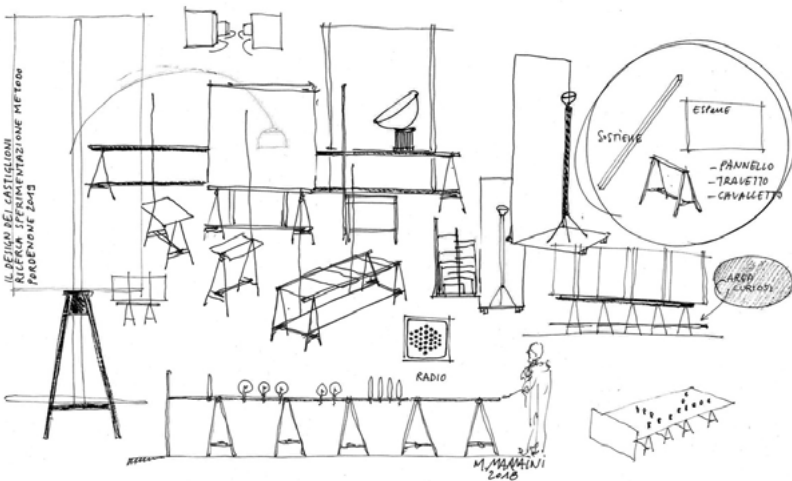
06



06
Modelli di radio
Phonola 1940.
Collezione
Carlo Pria.
© Dario Scodeller

Per alcuni pezzi degli anni Cinquanta, non più in produzione, una fonte è stato il mercato delle vendite on-line. Questo aspetto della ricerca, relativo alle nuove acquisizioni, apre altre due questioni: la prima è relativa a un problema di dispersione di oggetti anche significativi sul mercato del cosiddetto modernariato; l'altra riguarda il concetto di originale e copia nel campo del design. Stante la riproducibilità tecnica e seriale del prodotto industriale, una distinzione possibile è quella tra modello (in genere in legno o gesso), prototipo, serie originale, serie successiva o riproduzioni. Considerando che molti oggetti progettati dai Castiglioni sono ancora in produzione, può apparire in alcuni casi fuorviante l'esposizione di un pezzo di una versione recente. Nel campo dell'illuminazione, in particolare, per ragioni normative o per necessità tecnologiche il prodotto è stato adeguato e modificato nel tempo in alcuni dettagli. Per la lampada Taccia, ad esempio, si genera addirittura un paradosso: realizzata nel 1962 con sorgente luminosa a incandescenza e calotta curva in cristallo, la lampada è oggi prodotta con sorgente led e calotta in polimero trasparente. Tuttavia il progetto originale prevedeva una calotta in metacrilato, non realizzabile, all'epoca, a causa della temperatura della sorgente, che ne scioglieva la parte appoggiata al fusto metallico. Per cui la lampada d'oggi è in realtà distante da quella di serie originale, ma più vicina all'idea del prototipo.

08
Marco Marzini:
Lo schema
di progetto del
sistema espositivo
a cavalletti.
© Marco Marzini



08



09

Esposre per valorizzare. L'allestimento della mostra "Il design dei Castiglioni. Ricerca, sperimentazione, metodo"

Tenendo in considerazione la triplice relazione – scientifica, artistica ed educativa – che storicamente le “arti industriali” hanno cercato fin dal XIX secolo di stabilire con il pubblico nella concezione dei musei a esse dedicati (Dalla Mura, 2010), l'ipotesi espositiva ha voluto sottolineare una ulteriore possibilità di relazione: la sollecitazione del cosiddetto *improving*, il processo di continuo perfezionamento tecnico-estetico degli oggetti (Suit Janssen, 1990); in questa prospettiva il design e la sua storia avrebbero il compito di produrre innovazione, trasferendo conoscenza progettuale dalle generazioni passate a quelle future. Si tratta di un processo di valorizzazione della cultura del design – intesa come insieme di conoscenze, nozioni, discorsi, percezioni – oggi sempre più analizzata e diffusa «attraverso l'interpretazione e l'organizzazione di oggetti, immagini, testi, spazi, azioni, discorsi, relazioni» (Dalla Mura, 2010, p. 138). I musei e le mostre temporanee, partecipando all'elaborazione teorico-critica e storiografica del design e alla diffusione di tali elaborazioni, si trasformerebbero da costruzioni sociali e culturali, in costruttori sociali e culturali di conoscenze e teorie. In questo senso, potendosi avvalere della molteplicità e varietà di materiali emersi durante la ricerca, la traduzione espositiva ha potuto metterne in luce il valore di giacimento culturale dell'archivio come generatore di nuove forme di interpretazione e conoscenza [fig. 07].

09
Adattabilità del
sistema espositivo
alle diverse
tipologie di
materiali.
© G. Cecere

L'allestimento della mostra si è confrontato dunque con l'ipotesi di stimolare, in un pubblico variamente caratterizzato, vari generi d'interesse, trasmettendo differenti livelli d'informazioni: alcune prettamente storiche, altre focalizzate sul procedimento progettuale, altre ancora sul significato sociale che gli oggetti hanno rivestito e rivestono in quanto eredità culturale.

Alla luce dei risultati emersi nel lavoro d'archivio, gli obiettivi che curatore e progettista dell'allestimento si sono posti hanno riguardato principalmente: il depotenziamento dell'aspetto iconico dell'oggetto a favore di una comprensione da parte del pubblico del processo progettuale e produttivo che lo ha generato; un'organizzazione delle sezioni che considerasse parallelamente temi e cronologia; l'evidenziazione (considerato il lungo arco temporale) dei rapporti collaborativi tra i fratelli nei vari decenni di attività dello studio; il *reenacting* non filologico di alcuni episodi espositivi finalizzato alla focalizzazione su particolari occasioni progettuali; la differenziazione dei livelli comunicativi sia nell'esposizione degli oggetti che negli apparati didascalici.

10



10
Ruolo dei diversi piani espositivi e differenti livelli di lettura.
© G. Cecere

11

L'indicazione del curatore ha inoltre suggerito di porre l'accento sulla dimensione laboratoriale caratterizzante lo studio e il lavoro dei Castiglioni, con un'attenzione al valore evocativo del disegno di studio dello schizzo e del prototipo.

Indirizzata l'ipotesi espositiva verso la ricostruzione, dove possibile, del momento di genesi progettuale, Marzini ha ideato un sistema composto da cavalletti, traversi, montanti e pannelli in legno, in grado di operare su livelli espositivi, sia orizzontali e che verticali: gli oggetti potevano quindi essere appoggiati su piani, fissati a parete, appesi a montanti a sbalzo, permettendo così l'accostamento di materiali con caratteristiche diverse [fig. 08] [fig. 09]. Ciascun oggetto è stato allestito corredato da un selezionato apparato di documentazione progettuale (originali e copie) composto da schizzi, disegni esecutivi, fotografie, modelli, prototipi originali, in grado di mettere in evidenza, oltre agli aspetti creativo-ideativi, il lavoro di discriminazione del designer tra le molte possibilità di esecuzione di una forma o di concezione di un dettaglio e la verifica di queste possibilità sulla materia grezza del modello di studio che evoca, con le sue imperfezioni, l'approssimazione al risultato finito. In tal modo gli oggetti esposti sono risultati maggiormente comprensibili come frutto di un processo, complesso (e faticoso), più che originati da quel lampo ideativo trascendente con cui si vorrebbe spesso caratterizzare la creatività del design italiano. Con l'intento di evidenziare, per alcuni oggetti, il principio progettuale sotteso alla loro concezione, nel piano orizzontale, collocato a 20 cm da terra e sottostante quello principale, sono stati allestiti dei materiali *prop*, come nesso logico suggestivo che palesa il principio progettuale, a favore, in particolare, dei piccoli visitatori della mostra [fig. 10] [fig. 11].

Il sistema permetteva inoltre, di sezione in sezione, di isolare determinati oggetti come di raggrupparli in grappoli tematici per consentire una lettura delle relazioni esistenti tra più artefatti. La costruzione di queste relazioni favoriva da un lato la creazione di un contesto che ne facilitasse la comprensione o la comunanza, dall'altro la "scoperta" di linee di continuità nella ricerca progettuale dei Castiglioni sviluppatasi nell'arco di diversi decenni, con recuperi e "citazioni". Si è potuto così verificare che, in un certo senso, gli oggetti "parlano" tra loro e che l'atto del mostrare è significativo anche per ciò che essi fanno emergere nel duplice rapporto sincronico e diacronico di lettura che si crea nello spazio espositivo con lo spettatore-fruitore [fig. 12] [fig. 13].



11
Marco Marzini:
schizzo del
principio
funzionale della
lampada Taccia.
© Marco Marzini



12
Esposizione
dei materiali
relativi ai progetti
ergonomici per
Ideal Standard.
© G. Cecere

Se i cavalletti espositivi aiutavano il visitatore nella comprensione dell'oggetto, gli apparati didascalici lo introducevano nel suo significato culturale in relazione al progredire cronologico e tematico del percorso. Organizzati secondo una gerarchia basata su diversi livelli comunicativi, tali apparati svolgevano, oltre ai ruoli canonici di introduzione generale e delle sezioni, didascalia del singolo, una funzione di coinvolgimento nella filosofia progettuale dei Castiglioni, attraverso citazioni e approfondimenti tematici di breve lettura, spiegazioni del significato di particolari oggetti o particolari temi, ed erano posti a commento di gruppi di oggetti. Alcuni dei materiali fotografici sono stati "trattati" cromaticamente e compositivamente secondo il progetto della grafica in mostra elaborato da Sebastiano Girardi Studio.

Piccole sagome con le figure dei tre Castiglioni accompagnavano il visitatore nell'attribuzione dei singoli oggetti a ciascuno dei fratelli singolarmente o alla collaborazione tra di loro secondo le diverse occasioni.

In conclusione, in questo trattamento espositivo il design viene proposto come il frutto di un mestiere che, pur procedendo da ispirazioni, matura concretizzandosi

attraverso molteplici prove, tentativi, ripensamenti e, se questo processo operativo da un lato gli fa perdere la fascinazione che lo accomuna all'opera d'arte contemporanea (della quale allo spettatore comune rimane perlopiù sconosciuto il processo realizzativo), dall'altro aumenta la sua comprensione come fatto culturale, generato da lavoro e ingegno umano con apporti collaborativi integrati. Al centro del processo di valorizzazione del design non c'è più dunque solo la forma e la sua rappresentazione mediatica o l'azienda e la sua capacità produttiva, ma quell'umanesimo che è la caratteristica saliente della cultura novecentesca italiana del progetto.

In questo senso, la mostra offre lo spunto per verificare positivamente alcune tesi collegate al tema della valorizzazione del design come patrimonio culturale attivo: il rapporto tra oggetti progettati e oggetti d'uso della cultura materiale, le relazioni tra design e cultura tecnico-produttiva, il rapporto tra design e pratiche comunicative e distributive. E dimostra come l'indagine d'archivio e gli scavi originali di tipo storico, la loro interpretazione critica, la costruzione di relazioni archivistiche, permettano di far emergere porzioni sconosciute dei vasti giacimenti del progetto e della sua cultura e possono costituire una rete di strumenti conoscitivi in grado di migliorare la sua comprensione come testimonianza della storia del progetto.



13
Esposizione delle lampade
in Cocoon. © Dario Scodeller

NOTE

[1] Ci riferiamo qui agli studi che stabiliscono nuove relazioni tra culture d'élite e culture popolari nel momento della loro trasformazione in culture di massa. Per le indagini che affrontano le relazioni tra comunicazione e cultura di massa ricordiamo M. Mc Luhan, R. Barthes, U. Eco, G. Debord; per lo studio dell'identità delle forme espressive della cultura popolare e dei prodotti e degli artefatti della cultura materiale ricordiamo: per le relazioni tra archeologia e cultura materiale G. Kubler, per l'etno-antropologia H. Lévi-Strauss, per la letteratura R. Barthes, I. Calvino e P.P. Pasolini (del quale va ricordata la sua trascrizione nelle opere cinematografiche), per la sociologia J. Baudrillard, per la musicologia R. Leydi e M. L. Straniero, per il teatro D. Fo, per l'estetica G. Dorfles.

[2] Prima di *Mecanization takes command* (Giedion, 1948), Sigfried Giedion formula una serie di tesi sull'industrializzazione americana in *Spazio, tempo, architettura*, nel capitolo dedicato al Movimento americano (Giedion, 1941, pp. 323-334).

[3] Ci si riferisce qui alla storiografia che va da *Art and the art machine* (Cheney, 1936) a *Art et technique aux XIX et XX siècles*, (Francastel, 1956), che inserisce il fenomeno del design nel più vasto rapporto tra arte e tecnica nel XX secolo.

[4] Chi scrive ha partecipato alle prime riunioni milanesi finalizzate all'impostazione del progetto curatoriale, rilevando uno scollamento significativo sia tra le posizioni dei diversi curatori, sia nel non chiaro obiettivo di TDM sul ruolo della collezione permanente e del suo allestimento.

[5] L'iniziativa è stata realizzata con la collaborazione, oltre che di Fondazione Achille Castiglioni, degli eredi di Livio – Piero e Giannino Castiglioni – e dell'erede di Pier Giacomo, Giorgina Castiglioni, e inoltre con i figli di Achille Carlo e Giovanna, con i quali si è instaurato un proficuo dialogo sulle figure dei rispettivi padri. La mostra nasce da una collaborazione tra Fondazione Achille Castiglioni e Unindustria Pordenone e Comune di Pordenone, nell'ambito dei rapporti instaurati tra Fondazione e l'azienda Brionvega, rilevata da oltre due decenni dall'imprenditore pordenonese Maurizio Cini. La ricerca iconografica per la pubblicazione e la mostra è stata svolta da Dario Scodeller in collaborazione con Antonella Gornati e Noemi Ceriani.

[6] Nel sottolineare la rilevanza dell'approccio storico-critico, va ricordato che Alberto Bassi, Fiorella Bulegato, Elena Brigi e Dario Scodeller afferiscono all'Associazione italiana degli storici del design (AIS/Design), Daniele Vincenzi è profondo conoscitore del lavoro dei Castiglioni e Alessandra Acoella è storica dell'arte.

REFERENCES

- Cheney Sheldon, Cheney Martha, *Art and the art machine*, Londra, Wittlesey House, **1936**.
- Giedion Sigfried, *Space, time and architecture*, **1941**, (tr. it. *Spazio tempo architettura*, Milano, Hoepli, 1981, pp. 770).
- Giedion Sigfried, *Mechanization Takes Command*, **1948**, (tr. it. *L'era della meccanizzazione*, Feltrinelli, Milano 1967, pp. 676).
- Francastel Pierre, *Art et technique aux XIX et XX siècles*, Paris, Les Editions du Minuit, **1956**, pp. 307.

Kubler George, *The shape of time*, **1961**, (tr. it. *La forma del tempo*, Torino, Einaudi, 1976, pp. 182).

Baudrillard Jean, *Le system des objets*, Gallimard, **1968**, (tr. it. *Il Sistema degli oggetti*, Milano, Bompiani, 1972).

Ferrari Paolo, *Achille Castiglioni*, Milano, Electa, **1984**, pp. 238.

Suit Jenessen Barbara (a cura di), *Icons of invention. American patent models*, Washington, Smithsonian Institution, **1990**, pp. 74.

Polano Sergio, *Achille Castiglioni, tutte le opere 1938-2000*, Milano, Electa, **2001**, pp. 478.

Bulegato Fiorella, "Regesto delle opere", pp. 26-390, in Sergio Polano (a cura di), *Achille Castiglioni, tutte le opere 1938-2000*, Milano, Electa, **2001**.

Scodeller Dario, *Livio e Piero castiglioni. Il design della luce*, Milano, Electa, **2003**, pp. 330.

Bulegato Fiorella, *Musei d'impresa. Dalle art industriali al design*, Roma, Carocci, **2008**, pp. 208.

Dalla Mura Maddalena, *Design e musei fra storia e nuovi approcci. Il contributo dei musei di scienza e tecnologia*, Tesi di dottorato, Dottorato di ricerca in Scienze del design, Università luav di Venezia, **2010**, pp. 604.

Settis Salvatore, voce *La tutela del patrimonio culturale*, in Enciclopedia Treccani online, **2011**. Disponibile in: http://www.treccani.it/enciclopedia/la-tutela-del-patrimonio-culturale_%28Dizionario-di-Storia%29/ [Dicembre 2019]

AIS/Design, *Storia e ricerche*, n. 3, **2014**, *Design italiano: storie da musei, mostre e archivi*, a cura di Fiorella Bulegato, Maddalena Dalla Mura.

Claudia Collina (a cura di), *E/R Design Estetica del quotidiano negli istituti culturali dell'Emilia Romagna*, Bologna, IBC, **2017**, pp. 296.

Riccini Raimonda, "Introduzione. Il design, opera aperta", pp. 11-21, in Claudia Collina (a cura di), *E/R Design Estetica del quotidiano negli istituti culturali dell'Emilia Romagna*, Bologna, IBC, **2017**, pp. 296.

AIS/Design, *Storia e ricerche*, n. 10, **2018**, *Storie di design attraverso e dalle fonti*, a cura di Raimonda Riccini, Fiorella Bulegato, Maddalena Dalla Mura, Carlo Vinti.

Scodeller Dario, "Il critical design dei Castiglioni", *Casabella*, n. 872, **2017**, pp. 98-100.

AA.VV. *Storie. Il design italiano*, (catalogo della XI edizione del Triennale Design Museum 14 aprile 2018 - 20 gennaio 2019), Milano, Electa, **2018**, pp. 528.

Migliore Ico, Servetto, Mara, Lupi Italo, Cavadini Ossanna, *Achille Castiglioni visionario. L'alfabeto allestitivo di un designer regista*. Milano, Skira, **2018**, pp. 306.

Scodeller Dario, (a cura di) *Il design dei Castiglioni. Ricerca, sperimentazione, metodo*, Mantova, Corraini, **2019**, pp. 264.

Scodeller Dario (b). *L'officina del mago. Ricerca sperimentazione e metodo nel design dei Castiglioni*, pp. 156-177, in Dario Scodeller (a cura di) *Il design dei Castiglioni. Ricerca, sperimentazione, metodo*, Mantova, Corraini, **2019**, pp. 264.

Il design contemporaneo in mostra, narrato attraverso i dati

Lucilla Calogero Università Iuav di Venezia, Dipartimento di Culture del progetto
lcalogero@iuav.it

Il contributo si focalizza sul progetto di allestimento e di sistemi volti alla valorizzazione dell'esperienza di fruizione in contesti espositivi dedicati al design e caratterizzati dalla rappresentazione di dati. A partire da un modo di intendere lo spazio espositivo nel quale si integrano tecnologie avanzate, sistemi di gestione e fruizione dei dati e individui, si indaga il potenziale offerto da apparati comunicativi interattivi in grado di dare corpo al dato nello spazio in una forma fisica o visiva, statica o dinamica. Al fine di approfondire la relazione tra scenario contemporaneo data-centrico e modi di comunicare ed esporre il design, il contributo illustra alcuni progetti di allestimento dove i dati diventano materiale di progetto in contesti espositivi dedicati.

Exhibit design, Interaction design, Data visualization, Information design, User experience

The contribution focuses on the exhibit and and systems design at enhancing the fruition experience within the context of exhibition dedicated to design and characterized by data visualization. Moving from reconsideration of the exhibiton space in which advanced technologies, data management systems and individuals are integrated, the author investigates the potential of interactive communicative apparatuses able to materialize or visualize the data in a static or dynamic way even favoring its generative flow in real time. The contribution analyzes cases studies, examples of design where the data become design material in exhibition contexts dedicated to design.

Exhibit design, Interaction design, Data visualization, Information design, User experience

Nello scenario «data-centrico» (Floridi, 2017) attuale in cui il dato è considerato parimenti prodotto culturale, conoscenza connettiva e informazione, e dove le superfici degli oggetti e degli spazi diventano supporto, *medium* e interfaccia per una nuova definizione di *user experience* (Zannoni, 2018), si assiste a una progressiva tendenza a integrare nei contesti espositivi narrazioni che si sviluppano a partire da dati. Tale orientamento dà luogo ad approcci che, nel comune intento di “dare corpo al dato”, toccano molteplici nodi e fini progettuali: dall'estetica alla narrazione, dalle superfici agli spazi, dalla visualizzazione all'esperienza, dalla fruizione passiva a forme virtuose di interazione. Lo spazio espositivo diviene pertanto un “luogo” in cui si esplicita il potenziale offerto da apparati comunicativi interattivi in grado di mappare, tradurre e rappresentare dati in una forma fisica o visiva, statica o dinamica, anche assecondando il loro flusso generativo in tempo reale.

L'ambito di intervento dello spazio espositivo può essere quindi considerato una delle applicazioni per verificare le finalità di ricerca nel campo del *data design* (Bihanic, 2016; 2018), in quanto incentrate sulla possibilità di approfondire la natura materiale e il comportamento di estese moli di dati grezzi non strutturati, di elaborare strumenti di progetto utili a garantire esperienze di mediazione che portino da un lato a una comprensione agevolata delle informazioni, dall'altro a facilitare la lettura di processi e relazioni che tra gli stessi dati intercorrono. Le mostre dedicate al design vengono qui considerate un utile banco di prova per verificare possibili soluzioni progettuali a questo proposito.

Spazio espositivo “datizzato”, persone e interazione

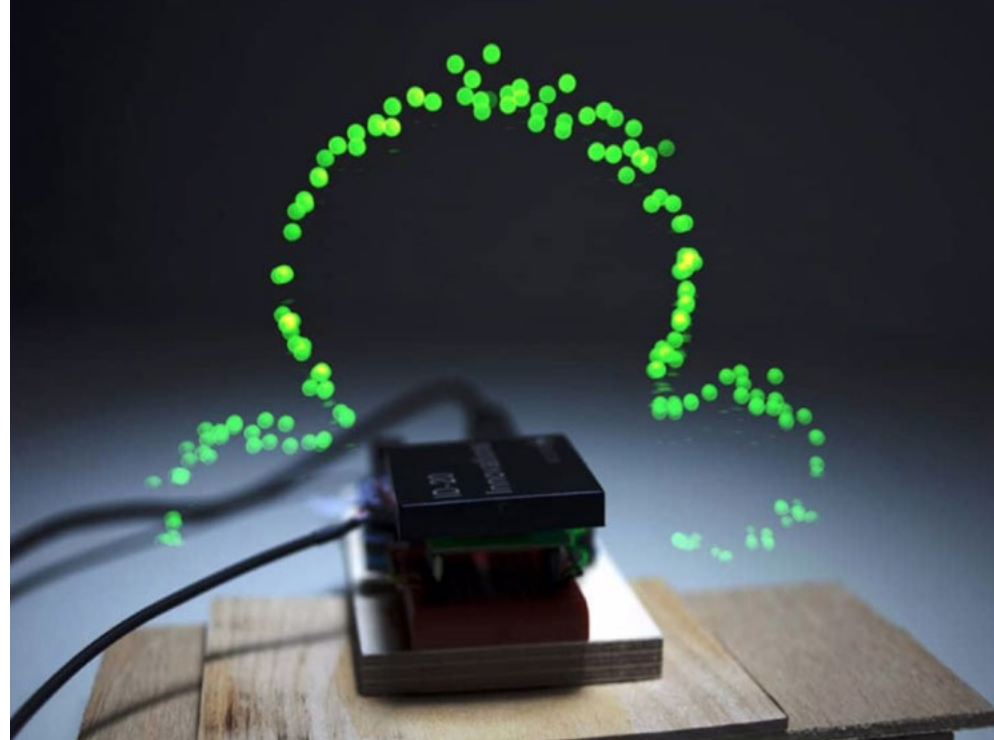
A testimoniare la centralità della riflessione che riguarda la progettazione di sistemi di fruizione di dati in contesti espositivi è, ad esempio, la mostra itinerante *Big Bang Data* (MIT Museum, Cambridge, Boston, 2018) [1] dove il tema proposto dai curatori, rivolto a designer e artisti, richiedeva una riflessione progettuale su opportunità e implicazioni derivanti dalla raccolta di estese quantità di dati digitali [2]. In ambito nazionale, anche la recente apertura a Torino dello spazio *Wild Mazzini. Data Art Gallery* [3] dà evidenza dell'interesse per la ricerca orientata allo studio di modalità espositive dedicate ad artefatti, prodotti e sistemi progettati a partire da basi di dati.

Chi però restituisce un quadro chiaro dello stato dell'arte della ricerca nell'ambito in questione è David Bihanic [4], attraverso la curatela della mostra intitolata *1, 2, 3 Data*

(EDF Foundation, Parigi, 2018) [5]. La volontà è quella di sottolineare la capacità di dispiegare attraverso il design veri e propri spazi di «ri-presentazione» (Bihanic, 2018, p. 4) [6] di volumi di dati in principio grezzi e non strutturati, facilitare una sensibilità alle dinamiche di relazione tra gli stessi, oltre che fornire strumenti utili a rilevare in essi forme significanti e potenziali scenari di utilizzo di cui tali dati sono depositari. La mostra si articola in tre sezioni tematiche che corrispondono agli obiettivi su cui insiste il “progetto del dato”: il primo fine è interpretativo, critico ed espositivo fondato su un valore epistemico e volto alla produzione di nuova conoscenza; il secondo è esplicativo e descrittivo, fondato su un valore di tipo prassico e volto allo sviluppo di nuovi metodi, tecniche e processi; il terzo obiettivo, sostenuto da un valore poetico, è di tipo esplorativo ed euristico (Bihanic, 2018, p. 10).

Tali considerazioni si rivelano utili a comprendere anche quale ruolo può assumere il design nell'ambito di intervento di sistemi espositivi per il design. Si osserva che esso non si collega unicamente alla progettazione di soglie definite da schermi, interfacce e superfici atte ad ospitare un incontro tra immagini e fruitori, poiché i sistemi interattivi che lavorano sulla restituzione di informazioni a partire da *dataset* già strutturati o generati in tempo reale si spingono oltre le modalità di rappresentazione visiva dell'informazione già codificate. Tali sistemi definiscono, in molti casi, una “dimensione ambientale” abitata da contenuti in movimento e da fruitori in movimento e in ascolto. Si determinano in questo senso specifiche strutture formali, espressive e soprattutto fruibili per la restituzione del dato e la riconfigurazione degli spazi in cui lo stesso viene integrato.

Sono di seguito illustrati alcuni esempi di allestimento in cui i dati diventano materia di progetto in contesti espositivi dedicati al design. Attraverso questi ultimi viene affrontato il tema dell'interazione degli individui nello spazio espositivo “datizzato”, che si inserisce nella più ampia indagine critica intorno allo statuto mutevole dell'exhibit design, nell'intento di mettere a fuoco modalità di intervento progettuale sensibili al contesto contemporaneo. Muovendo quindi dalla definizione di progetto di allestimento come «tessitura ragionata di un intreccio relazionale tra ciò che è messo in mostra e colui che guarda, per generare in quest'ultimo, lo stratificarsi di nuovi comportamenti, scoperte e riflessioni» (Borsotti, 2017, p. 11), vengono inquadrare esperienze progettuali che propongono rappresentazioni e narrazioni attraverso dati nell'ambito di mostre dedicate al design.

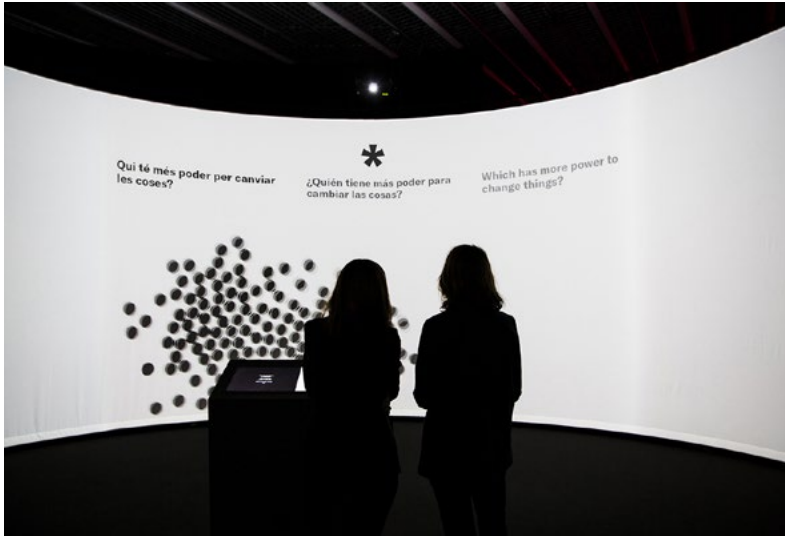


01

Mostrare il design contemporaneo: la narrazione della componente immateriale attraverso i dati

A stimolare uno specifico e rinnovato modo di intendere lo spazio espositivo atto a “mostrare” il design contribuisce, ora più che in passato, la natura non unicamente materiale di prodotti, sistemi e servizi. Essa può essere resa comprensibile in una mostra veicolando i concetti e gli oggetti che costituiscono il contenuto dell'esposizione, anche attraverso la rappresentazione dei flussi di dati che ne costituiscono la componente immateriale e datificata. Tale componente necessita il progetto di dispositivi espositivi e rappresentazionali “percepibili” che rendano fruibile l'apparato invisibile che li costituisce, ossia i loro caratteri di immaterialità (Arnall, 2014). La mostra *Talk to Me: Design and the Communication between People and Objects*, a cura di Paola Antonelli (MoMa, New York, 2011) [7] dà riscontro di quanto considerato poiché si pone l'obiettivo di evidenziare un aspetto peculiare del contemporaneo: esporre la componente invisibile del design, quell'intorno diafano, informazionale e interattivo che caratterizza prodotti, sistemi e servizi (Antonelli, 2011). Tale proposito si concretizza conferendo forma materiale e comportamento alle aggregazioni, gestioni, fluttuazioni e

01
*Immaterials ghost
in the field*, Timo
Arnall, 2009



02

circolazioni dei dati, considerate come presenze immanenti, duttili, malleabili e dotate di una plasticità incomparabile: i dati diventano in questo modo materiale di progetto [8]. Il percorso proposto dalla mostra *Talk To Me* si articola in quattro sezioni, a testimoniare l'alternanza di scala della narrazione del design contemporaneo: oggetti, corpi, città e mondi. Ciascuno dei contesti è rappresentato da una molteplicità di sistemi digitali in dialogo che insistono sulle dinamiche relazionali del quotidiano. In mostra sono proposti prodotti, installazioni e sistemi costitutivi della sfera comunicativa contemporanea: interfacce, sistemi interattivi multimediali, robot, dispositivi mobili, monitor, schermi. Ogni pezzo in mostra dispone di un QRcode – è l'esordio dell'utilizzo di questo dispositivo in un contesto espositivo – che consente al visitatore di accedere ad approfondimenti sul progettista, sulle specifiche di progetto, oltre che ai *tweet* (secondo una dinamica di recupero dati in tempo reale) pubblicati da altri visitatori connessi allo stesso pezzo. L'impiego del QRcode permette inoltre collegamenti ad altre opere legate da affinità tematica. In riferimento al progetto di allestimento della mostra *Talk to me* si è parlato di «narrazione connettiva e amplificata» (Trocchianesi, 2015, p.101) in quanto il flusso di informazione che unisce e mette in comunicazione visitatori interni, esterni e pezzi esposti dà vita a un «dialogo plurale [e multiverso, *nda*], in

02-03
Design Does,
 Barcelona
 Design Museum,
 Barcellona, 2018

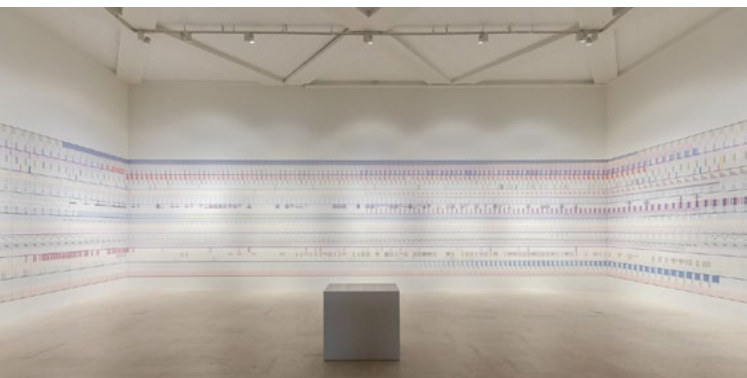


03

grado di superare le logiche linguistico sintattiche della reciprocità» (Trocchianesi, 2015, p. 101). In questo caso, la costruzione di una narrazione intorno al pezzo in mostra nasce dall'oggetto stesso, foriero di inediti codici, li integra e li immette nelle relazioni tra oggetti, visitatori e progetto di allestimento che scaturiscono nel corso dell'evento, facilitando il processo secondo il quale «al designer spetta il progetto della forma, della funzione e del significato ma è chiamato anche a impostare lo *script* che permetta l'inizio di un dialogo» (Antonelli, 2011, p. 128).

La mostra *Design Does. For better and worse* (Barcelona Design Museum, Barcellona, 2018) [9] [fig. 02] [fig. 03] è concepita come un dispositivo per analizzare e mettere in discussione le responsabilità del design, del suo impatto sull'industria, sulle persone, sui sistemi sociali e sui valori culturali del contemporaneo. La curatela della mostra è affidata allo studio Domestic Data Streamers che, servendosi per il progetto di comunicazione e allestimento di modalità narrative a partire da basi di dati, mira alla definizione di «infoesperienze» [10], un modo di concepire l'infografica in senso allargato. Attraverso l'esplorazione di inediti format di narrazione basati su *dataset*, la mostra si propone di «analizzare il ruolo del design nella società contemporanea. Lo scopo non è definire cosa sia il design, ma piuttosto di mettere in discussione le questioni universali e

il ruolo che i progettisti svolgono e svolgeranno come facilitatori di soluzioni strategiche per il cambiamento» (Guersenzvaig et al., 2018). I contenuti sono organizzati attorno a quindici domande legate a temi di attualità e sfide per un futuro prossimo quali: sostenibilità, connettività, consumismo, innovazione, nuovi materiali e gruppi svantaggiati; a ciascuna di queste domande corrisponde un progetto dedicato e sviluppato da designer locali o internazionali. Attraverso l'impiego di componente tecnologica hardware e software, la mostra è concepita come uno spazio dinamico di interazione che promuove il dialogo con i visitatori: è infatti utilizzando un sistema di raccolta e visualizzazione di dati in tempo reale che i visitatori interagiscono con gli oggetti e condividono le loro risposte, reazioni e opinioni. Tale impostazione affida un ruolo attivo ai visitatori, i quali, producendo contenuti *in itinere*, fanno evolvere quotidianamente la mostra, rispecchiando le sfide che il design dovrà affrontare in futuro. Così concepita, l'esposizione promuove una produzione di conoscenza volta a nutrire pratiche di progetto transdisciplinare secondo una modalità «*crowd-culture design*» (Trocchianesi, 2015) [11], coerentemente con l'approccio al progetto proprio di Domestic Data Streamers: «l'importante non è l'impatto del progetto sulle persone quanto l'impatto delle persone sul progetto» [12] Lo spazio espositivo, e con esso il tempo di visita, si amplia ulteriormente espandendosi fuori dalla sede espositiva online, su una piattaforma digitale che visualizza il report dei dati raccolti durante la mostra. In questo caso ci si confronta con un sistema allestitivo che si sviluppa come progettualità partecipata che genera cultura condivisa e condivisibile e che non offre contenuti da consumare ma



04
The Room of
Change, Accurat,
Triennale di
Milano, Milano,
2019

«esperienze multi-direzionali dei contenuti» (Borsotti, 2017, p. 13), quindi nuovi modi e luoghi di rappresentazione dei contenuti ottenuti mediante i dati.

Un altro progetto installativo di recente produzione è *The Room of Change* [13], a cura dello studio di progettazione Accurat [14], nell'ambito della mostra *Broken Nature: Design Takes on Human Survival*, curata da Paola Antonelli (Triennale di Milano, Milano, 2019). La stanza è vuota e le pareti sono ricoperte da una carta da parati disegnata secondo un'organizzazione di pattern visivi ricavata a partire da *dataset* relativi a molteplici argomenti – popolazione mondiale, consumo energetico, temperature medie, tassi di malattia –, che diventano dispositivo per veicolare il tema del cambiamento ambientale passato, presente e futuro [fig. 04]. Alla parete è associato uno strumento di decodifica in forma di applicazione per dispositivi mobile che illustra la legenda dei codici visivi progettati e adottati per lo sviluppo della rappresentazione. In questo caso la ricerca e il design dei dati di cui l'allestimento rende conto, sono stati condotti attraverso un approccio umanistico con l'intento, come afferma Giorgia Lupi – fondatrice di Accurat –, di «conferire vita umana ai dati» andando oltre i codici tradizionali della *data visualization* e, combinandosi con gli studi cognitivi sulla percezione, favorisce l'apertura del progetto nei confronti di un'utenza anche non specializzata e il più possibile allargata.

Data design per le mostre di design?

Benché i temi qui affrontati riguardino la fase iniziale di un percorso di ricerca, le questioni emerse costituiscono i primi elementi utili all'avvio di uno studio che affronta i diversi modi di esporre e comunicare il design attraverso l'utilizzo di dati. Tale linea di ricerca si inserisce e approfondisce l'indagine critica sullo statuto del progetto di allestimento di mostre dedicate al design nell'intento di mettere a fuoco, ad esempio, modalità di intervento progettuali sensibili allo scenario contemporaneo nonché la questione della definizione di campi di intervento per le figure professionali specializzate nella rappresentazione di dati.

NOTE

- [1] *Big Bang Data*, a cura di Olga Subirós, José Luis de Vicente, 19/10/2017-30/03/2018, MIT Museum, Cambridge, Boston. Prima di approdare all'MIT, la mostra è stata ospitata nelle città di Londra (Somerset House, 03/12/2015-20/03/2016) e Praga (DOX Centre for Contemporary Art, 07/04-14/08/2017).
- [2] «We ask if we really understand our relationship with data, and explore the meaning and implications of data for our future». Cfr. sito web dedicato alla mostra <https://mitmuseum.mit.edu/bigbangdata> [22 settembre 2019].
- [3] <https://www.wildmazzini.com/> [03 settembre 2019].
- [4] Bihanic è docente e ricercatore presso l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne.
- [5] *1, 2, 3 Data*, a cura di David Bihanic, 04/05-06/10/2018, EDF Foundation, Parigi.
- [6] «Complétant et perfectionnant les modèles de conception "classiques", qui donnent priorité à la présentation des données elles mêmes, le design déploie de véritables espaces de "re-présentation"» (Bihanic, 2018, p. 4).
- [7] *Talk to Me: Design and the Communication between People and Objects*, a cura di Paola Antonelli, 24/07- 07/11/2011, Museum of Modern Art, New York.
- [8] Cfr. un esempio in Timo Arnall, *Immaterials ghost in the field*, 2009 [fig. 01].
- [9] *Design Does*, a cura di Domestic Data Streamers, 23/03-13/05/2018, Barcelona Design Museum, Barcellona. Si rimanda al sito web della mostra <https://designdoes.es> [3 settembre 2019].
- [10] Si rimanda all'intervento *Data experiences: Understanding data on the human scale*, a cura di Domestic Data Streamers, in occasione della conferenza internazionale *Visualized*, New York Times Center, New York, 2015, <https://vimeo.com/156928296> [3 settembre 2019].
- [11] La logica del *crowdsourcing* si concretizza in *call* aperte, rivolte alle comunità di riferimento al fine di coinvolgerle nella creazione e nell'adattamento di contenuti.
- [12] Si rimanda all'intervento di Pearson e Garcia (fondatori di Domestic Data Streamers) *Data experiences: Understanding data on the human scale*, a cura di Domestic Data Streamers, in occasione della conferenza internazionale *Visualized*, New York Times Center, New York, 2015, disponibile in <https://vimeo.com/156928296> [3 settembre 2019].
- [13] Installazione *The Room of Change*, a cura di Accurat, 01/03-01/09/2019, Triennale di Milano, Milano.
- [14] Accurat è un contesto a metà fra studio professionale e laboratorio di ricerca con sedi a Milano e New York.

REFERENCES

- Antonelli Paola, *Talk to me: design and the communication between people and objects* (catalogo della mostra 24.07-07.11.2011, Museum of Modern Art, New York, 2011), Museum of Modern Art, New York, **2011**, pp. 207.
- Arnall Timo, "Exploring 'Immaterials': Mediating Design's Invisible Materials", *International Journal of Design*, n. 2, **2014**, disponibile presso <http://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/1408/634> [3 settembre 2019]
- Trocchianesi Raffaella, *Design e narrazioni per il patrimonio culturale*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli, **2014**, pp.106.
- Trocchianesi Raffaella, "Design in mostra. Percorsi narrativi tra reale e virtuale", pp. 98-107, in Paola Gambaro e Carlo Vannicola (a cura di) *Design & Open Source for Cultural Heritage*, Firenze: Alinea Editrice, **2015**, pp. 288.
- Bihanic David, (a cura di), *New Challenges for Data Design*, London, Springer, **2016**, pp. 447.
- Borsotti Marco, *Tutto si può narrare: riflessioni critiche sul progetto di allestimento*, Milano; Udine, Mimesis, **2017**, pp.132.
- Floridi Luciano, *La quarta rivoluzione. Come L'infosfera sta cambiando il mondo*, Milano, Raffaello Cortina, **2017**, pp. 285.
- Bihanic David, *Data design: les données comme matériau de création*, Paris, Gallimard, **2018**, pp. 64.
- Guersenzvaig Ariel, Gracia Pau, Pearson Dani, Peña Javier & Guerra Ane, *Design Does*, Barcellona, Elisava, Escola Universitària de Barcelona Disseny i Enginyeria, **2018**, s.p.
- Zannoni Michele, *Progetto e interazione. Il design degli ecosistemi interattivi*, Macerata, Quodlibet, **2018**, pp. 160.

L'identità come bene culturale tra sfruttamento e appartenenza

Tracce, segni e localizzazione del cibo popolare a Napoli

Alfonso Morone Università degli Studi di Napoli Federico II, DIARC Dipartimento di Architettura
alfonso.morone@unina.it

Susanna Parlato Sapienza Università di Roma, Dipartimento PDTA Pianificazione Design
e Tecnologia dell'Architettura
susanna.parlato@uniroma1.it

Il cibo come bene culturale contribuisce alla costruzione dell'identità locale. Il paper [1] analizza la contrapposizione tra i processi di globalizzazione e omologazione – che riconoscendo un elemento di tipicità lo ripropongono sempre uguale a se stesso ai fini del turismo di massa – e i movimenti che ricercano invece un'esaltazione e valorizzazione dell'autenticità delle culture del cibo popolare legato alla dimensione locale, che per loro natura sono in perenne trasformazione. La riflessione si concentra sulla città di Napoli, sottolineando il ruolo della cultura popolare del cibo nella costruzione di un'immaginario comune della città, e riportando l'analisi svolta su alcune invarianti tipologiche riconosciute nei sistemi di comunicazione degli esercizi commerciali e di ristorazione.

Cultura popolare, Identità, Gentrification, Invarianti tipologiche, Cibo bene culturale

Food as a cultural asset contributes to the construction of local identity. The paper analyzes the contrast between globalization and the opposite trend. The first tends to homologation recognizing something as typical always re-proposed it in the same way to mass tourism, while the other trend seeks an exaltation and enhancement of the authenticity of popular food cultures linked to the local dimension which, by their nature, are in constant transformation. The reflection focuses on the city of Naples, emphasizing the role of popular food culture in the construction of a common imaginary of the city, and reporting the analysis carried out on some typological invariants recognized in the communication systems of food shops and restaurants.

Popular culture, Identity, Gentrification, Typological invariants, Food as cultural asset

Il cibo popolare come bene culturale

Nella moderna accezione il concetto di “bene culturale” viene inteso come valore che comprende tutto ciò che attiene «alla storia della civiltà» (Battelli, Cortese, Gemma, Massaro, 2017). Sotto questo profilo il cibo, che è uno degli elementi di maggiore rappresentatività della cosiddetta cultura popolare, è certamente un bene culturale.

Il sistema alimentare rappresenta la sintesi di un insieme di valori, adottati in maniera prevalentemente acritica nel lessico comune – come patrimonio, autenticità e tradizione – che sono direttamente collegati ad aspetti di utilizzazione economica, quali tipicità, riscoperta e valorizzazione del territorio (Badii, 2012; Graeber, 2001; Herzfeld, 2004; Miller, 2008).

Come reazione al dilagare della globalizzazione alimentare, si è manifestata una tendenza all'esaltazione e valorizzazione delle culture agro-alimentari locali, minacciate nella loro diversità frutto delle identità locali.

L'interesse verso la cultura gastronomica locale, come risposta ai processi di globalizzazione del cibo, ha aperto diversi ambiti di ricerca soprattutto nei campi dell'antropologia, della sociologia, dell'urbanistica e dell'agricoltura.

Il focus di questo contributo alla ricerca sul tema, dal punto di vista del design, è incentrato intorno al rapporto che esiste tra natura identitaria del cibo e sua rappresentazione in un territorio di segni sempre più tendente alla multiculturalità e alla mediatizzazione. Da questo punto di vista è necessario sottolineare come si siano prodotti alcuni stereotipi che impediscono una lettura articolata di questo rapporto.

Così come, a partire dalla metà degli anni Ottanta, le teorie di management hanno portato le società multinazionali a uno spostamento dell'attenzione dalla produzione di merci alla costruzione dell'immagine del brand attraverso la proposta di valori immateriali e ideali (Klein, 2000), anche in ambito alimentare la globalizzazione ha utilizzato a fini economici il concetto di identità, che è dietro qualunque processo di valorizzazione delle culture alimentari locali, trasformandolo in una serie di stereotipi fissati in uno spazio evocativo di un passato illusoriamente immutabile.

La nascita di brand globali nel campo dell'alimentazione, che trovano nelle catene del *fast food* l'esempio più emblematico, introduce codici di standardizzazione che si espandono con la stessa logica in ogni settore della società: dal lavoro, ai viaggi, all'organizzazione del tempo libero, alla famiglia. McDonald's, nato come metafora dello stile di vita americano, si afferma con successo in ogni parte del mondo poiché offre un'idea di efficienza omologata,

esercitata attraverso il principio della prevedibilità e del controllo (Ritzer, 1993).

A questo processo prevalente di globalizzazione delle formule distributive si oppone una forma di resistenza, che trova nel cibo i suoi valori simbolici.

L'attenzione verso una cultura culinaria ereditata dal passato si amplifica a formare uno stretto legame con i luoghi che producono quella cucina, in un'esaltazione della dimensione locale attraverso uno stretto rapporto di prossimità tra territorio, paesaggio e salvaguardia ambientale (Fava, Guàrdia i Bassols, 2017).

Dagli anni Settanta cresce la consapevolezza che la cultura alimentare autoctona sia una parte importante del più generale modello culturale europeo, costruito nella storia attraverso la pratica della diversità territoriale. Si ingaggia una battaglia tra modelli culturali che si gioca sul piano gastronomico, attraverso il valore ideologico attribuito al cibo. Per il suo ruolo autentico e popolare, la "cucina di mercato" è riproposta in contrapposizione a quella standardizzata e industrializzata del *fast food*. Paul Bocuse, uno dei più grandi innovatori del XX secolo in campo gastronomico ed emblema della cucina francese, scrive nel 1976 il suo più noto libro *La cuisine du marché* (Bocuse, 1976) dove propone il ritorno al piccolo mercato di paese e agli alimenti sani e genuini, che rappresenta una fondamentale apertura alla cucina polare nella sua espressione culturale. L'anno dopo Manuel Vázquez Montalbán, pubblica il libro *L'art de menjar a Catalunya* (Montalbán, 1977) in cui esalta la cucina tradizionale catalana, collocandola in una nuova veste di patrimonio culturale vissuto. In Italia nel 1986 Carlo Petrini fonda il movimento *Slow Food* che dal Piemonte diffonderà a tutta Europa la forza identitaria del cibo regionale, associato a principi di qualità, benessere e identità, riassunti nel termine "etno-gastronomia" e veicolati attraverso i modi della moderna comunicazione sociale (Padovani, Petrini, 2005).

A sugello di una dimensione universale della qualificazione culturale del cibo, la cosiddetta dieta mediterranea viene dichiarata dall'Unesco nel 2010 Patrimonio culturale immateriale dell'umanità. Questo riconoscimento costituisce la rivincita di un sistema alimentare povero, rappresentativo di uno stile di vita in simbiosi con l'ambiente, su quello di paesi ricchi, che hanno fomentato cattive abitudini alimentari con esiti disastrosi sulla salute degli individui.

Il successo crescente di queste tendenze fa sì che l'attenzione verso i valori di una cultura culinaria ereditata dal passato, nel suo rapporto con le diversità locali, assuma i toni di un vero e proprio movimento ideologico che utilizza il



01

cibo come strumento per una nuova militanza di un particolare tipo di anticapitalismo ambientalista e salutista. Questa battaglia porta con sé alcuni equivoci, il primo dei quali è relativo all'uso improprio della parola "tradizione". Se da un lato, infatti, questo termine sintetizza la ricerca di autenticità che esalta il rapporto diretto tra storia, territorio e dimensione identitaria del cibo, esso costruisce nello stesso tempo la dimensione illusoria di una autenticità relegata in una atemporalità identificata con un passato nostalgico e, di fatto, inesistente. Si tratta di una "invenzione della tradizione" (Hobsbawm, Ranger, 1987) polemicamente definita come un processo opposto a quello che è da sempre stata la cucina popolare, frutto di una incessante selezione che tende a integrare e rinnovare continuamente i sistemi di identità, all'interno di necessità sociali sempre mutevoli. Identità non è solo la testimonianza di una originarietà perduta, ma la testimonianza di qualcosa in perenne divenire (Appiah, 2019). L'identità come elemento che distingue una fenomenologia dall'altra per essere definibile deve avere al tempo stesso una propria linea di frontiera e un contorno che presenta differenti gradi di permeabilità.

L'espressione del cibo nella sua trasformazione economica nello spazio urbano

La trasformazione del bene identitario, soprattutto gastronomico in qualcosa di immutabile, riferibile a un immaginario scontato e folklorico, ha una sua dimensione

01
Pescheria
azzurra,
spazio espositivo.
Mercato della
Pignasecca,
Napoli



02

invasiva e progressiva in aree urbane dove più forte è la presenza del turismo di massa e dove i luoghi del consumo del cibo presentano la sostituzione del precedente e autentico sistema sociale con qualcosa di finto fissato su modelli ad uso e consumo dell'immaginario turistico di massa (Scaffidi, 2018).

L'utilizzazione a fini economici delle "tipicità" alimentari all'interno dello spazio urbano, introduce il tema della visibilità e della valorizzazione di elementi identitari nella costruzione del valore aggiunto dell'offerta culturale (Ilie, Lelo, Stemperini, 2016). Si tratta di una "transizione di fase" in cui lo sfruttamento, soprattutto a fini turistici, dei sistemi di identità, corrisponde a una messa in scena in cui ciascuna realtà urbana deve "recitare" sé stessa (Goffman, 2003), costruendo un sistema identitario caricaturale (D'Eramo, 2017). Questo processo, parallelo al più generale fenomeno della *gentrification* – definita da Ruth Glass (1964) come la valorizzazione residenziale di aree centrali della città da parte di segmenti della classe media che porta con sé l'espulsione delle popolazioni precedenti – estende oggi la sua azione alla riorganizzazione dello spazio pubblico da parte di specifici attori e categorie sociali, in funzione delle necessità del turismo di massa nelle città d'arte (Semi, 2015).

L'alimentazione è una componente determinante della trasformazione profonda e della eccezionale espansione della dimensione "culturale" nel mondo del tardo capitalismo, nel quale la distinzione tra alta e bassa cultura

02
Pescheria
azzurra,
spazio della
preparazione.
Mercato della
Pignasecca,
Napoli

si è andata progressivamente riducendo, confluendo nel rapporto tra produzione e consumo.

Mentre l'alta cultura ha perso gran parte della sua centralità, nei sistemi di produzione culturale di massa i prodotti riferibili a una matrice sociale e identitaria hanno accresciuto il loro interesse.

Contro la presunta standardizzazione della produzione di beni, inevitabile conseguenza della globalizzazione, si assiste all'esaltazione del valore economico delle unicità locali e delle autenticità territoriali, in grado di generare reddito attraverso l'esaltazione delle "specificità" (Harvey, 2001). Questo meccanismo risulta particolarmente rilevante se i valori di esclusività derivano dalla unicità di un luogo, impossibile da riprodurre altrove. Un esempio tra i più evidenti è rappresentato dalla fenomenologia del turismo contemporaneo, sempre più alla ricerca di mete "autentiche" o di prodotti alimentari suscettibili di essere inseriti all'interno di esclusività geografiche, come la Denominazione di Origine Protetta o le Denominazioni di Origine di Qualità.

La "popolarità" di una produzione o di un'offerta assume, in questo processo, una particolare appetibilità economica, proprio perché ascrivibile a una costruzione sociale perfettamente sovrapponibile con un luogo o un'area geografica. In anni recenti l'offerta culturale delle città è stata rafforzata dalla pratica del *city branding* che è un processo di comunicazione che lavora sull'identità visiva delle città, amplificandone percezione e reputazione (Dinnie, 2010). L'obiettivo del *city branding* è mettere a fuoco tutti quegli elementi che identificano il buon vivere di un territorio, andando oltre i tradizionali contenuti del turismo culturale nella sua dimensione fisica, come spazi urbani e architetture, e integrando l'esperienza urbana con la dimensione sociale del luogo. Il *city branding*, o nella sua accezione maggiormente amplificata il *place branding*, è un approccio che prevede l'applicazione di strategie e tattiche di brand e marketing allo sviluppo economico, sociale, politico e culturale di luoghi come comunità, villaggi, città, regioni, paesi, istituzioni accademiche e altri luoghi per aiutarli a competere nei mercati globali, nazionali e locali (Govers, 2011). In questo rinnovato approccio al patrimonio culturale l'associazione *food & heritage* rappresenta la colonna portante dell'attrattività territoriale.

L'identificazione di alcuni quartieri nelle città, con aree vocate al "cibo locale" ricollega la storia urbana con l'*heritage tourism*.

Un primo aspetto, quello più macroscopico della presenza del cibo popolare nelle città è dato dai mercati, riconvertiti in enormi attrattori della tradizione gastronomica locale.

Molti sono gli esempi in Europa di mercati storici rivitalizzati con l'introduzione di ristoranti e luoghi di degustazione. Tra i tanti, si può richiamare il recupero del *Mercato di Ribeira* a Lisbona, nel 2012 [2]. Altri casi di integrazione della funzione commerciale con spazi di consumo alimentare, sono quelli del *Mercado del Ninot* a Barcellona e del *Mercato di San Lorenzo* a Firenze, dove in un edificio dei primi del Novecento è allestita una zona di mesquita e consumo e il mercato si rinnova e acquista attrattività come luogo noto e di qualità per il consumo di cibo da strada.

In alcuni casi interi quartieri urbani sono identificati con una specifica esperienza etnica del cibo, che la lega a circoscritte vicende storiche, spesso integrate a processi migratori avvenuti in un recente passato.

Uno degli esempi più noti di relazione della città con il *food heritage* è data da *Little Italy* a New York. Benché la presenza residenziale italiana nel quartiere si sia quasi totalmente persa negli anni, questa è stata sostituita nell'immaginario collettivo dalla presenza del cibo mediterraneo, che è una parte decisiva della costruzione stereotipata dell'italianità del quartiere e della sua attrattività ai fini turistici (Strangio, Tamborrino, 2016).

Identità collettiva e caratteri visivi della presenza del cibo a Napoli

All'interno dei processi di omologazione legati alla globalizzazione e, più in particolare, del ruolo giocato dal cibo nei meccanismi di utilizzazione economica dei processi identitari, Napoli presenta alcune peculiarità.

La città partenopea, assieme a poche altre in Italia, presenta un'identità sociale ancora autenticamente popolare, esprimibile nell'idea che Pier Paolo Pasolini secondo cui Napoli è una "tribù" che ha deciso di non arrendersi alla cosiddetta modernità, considerando questo suo rifiuto sacrosanto [3].

I luoghi in cui il cibo persiste come pratica quotidiana e popolare, sono prioritariamente quelli della dimensione domestica, ma anche di una ristorazione di prossimità, che si manifesta in piccole realtà di natura familiare che costituiscono una vera e propria rete, con una specifica identificazione urbana, sociale e di qualità della proposta gastronomica.

In questa sorta di resistenza popolare ai processi di omologazione legati alla globalizzazione, il cibo assume un ruolo particolare, che si manifesta attraverso una sua specifica connotazione visiva, confluendo in ciò che nel campo della storia dell'arte è stata riassunta sotto il termine di *Kunstwollen* [4]: la capacità di generazione di una



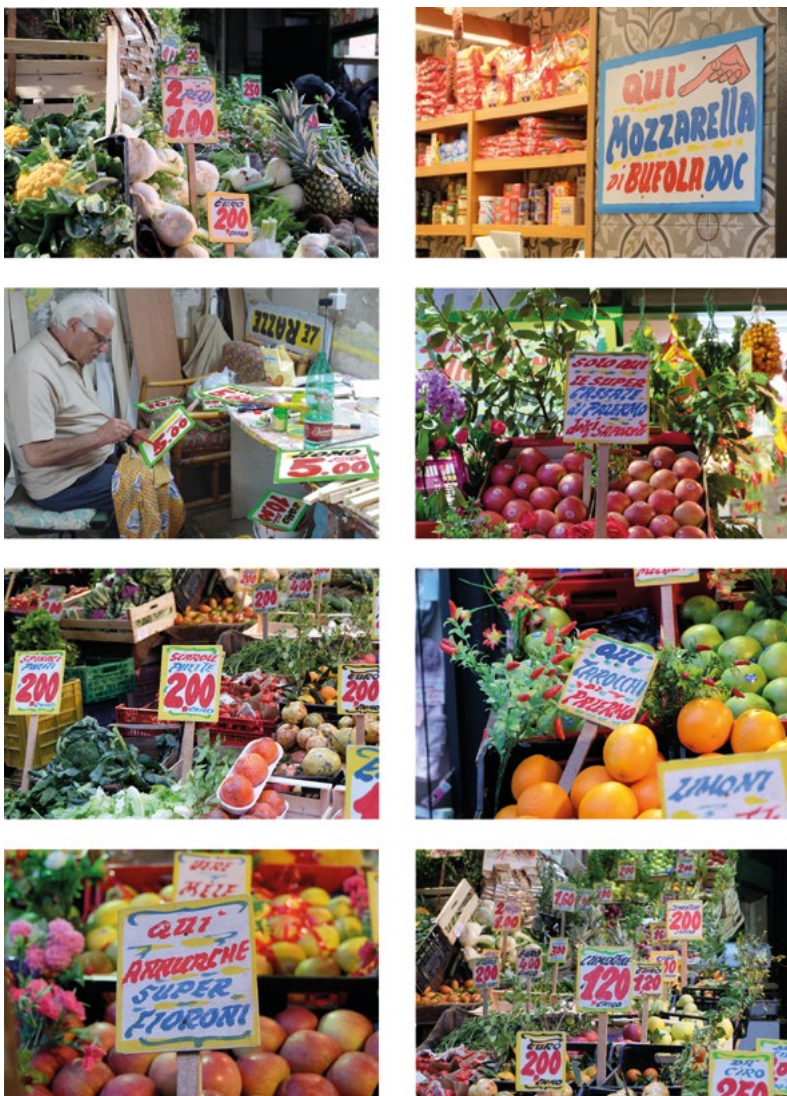
03

forma collettiva che è stata riconosciuta da molti studiosi e visitatori della città come uno dei tratti fondamentali della sua costruzione identitaria.

Uno degli aspetti che contribuiscono alla costruzione dell'immaginario collettivo di Napoli è la forma del cibo. La ricerca della qualità degli alimenti è fondata, oltre che sull'ovvio piano del gusto, anche su un piano multisensoriale per il quale assumono rilevanza aspetti quali l'apparenza, il colore, i pattern, che denotano un'attenzione specifica all'elaborazione visiva (Moro, Niola, 2017) [fig. 01] [fig. 02].

L'impatto che la presenza visiva del cibo ha avuto nel corso dei secoli nella costruzione di un'attrattiva specifica dell'esperienza della città è, del resto, testimoniato dalle cronache di tanti viaggiatori coinvolti nel Grand Tour (Sirago, 2018). Tra i tanti il più noto resta lo scrittore tedesco Johann Wolfgang von Goethe che si soffermò particolarmente a osservare gli usi e costumi napoletani in ambito gastronomico. Nel suo soggiorno a Napoli, nel 1787, descrisse con dovizia di particolari il più grande mercato ittico dell'epoca, che si svolgeva nel borgo marinaro di Santa Lucia, in cui quotidianamente era allestita una vera e propria scenografia del cibo, cui contribuivano le varie qualità di pesci – gamberi, ostriche, cannolicchi, piccoli crostacei – presentate in ceste e adagiate su strati di foglie verdi. E lo stesso era per la frutta, per le carni e per i "maccaroni", venduti a ogni angolo di strada insieme ai pesci fritti e frittelle, preparati dai friggitori.

03
Banco di
fruttivendolo,
Mercato del
Rione Sanità,
Napoli



04

04
 Fotografie riprese in diversi fruttivendoli e alimentari nel Rione Sanità al mercato del Borgo dei Vergini, Napoli

Una ricerca applicata alla cucina popolare e ai segni del cibo nella Napoli contemporanea

Il valore visivo del cibo all'interno del contesto identitario napoletano, contribuisce notevolmente ad accrescere quello che, con Pierre Bourdieu, potremmo definire il suo «capitale simbolico» (Bourdieu, 1979). La capitalizzazione della produzione culturale e simbolica del cibo nelle sue varie forme si afferma all'interno di sistemi visivi, che per quanto frutto di processi intuitivi, presentano caratteri ricorrenti, veri e propri codici, da riconoscere e descrivere [5]. Questi processi si allontanano dal concetto di autorialità a vantaggio di una progettazione di tipo anonimo che rappresenta un'integrazione tra la creatività di tipo artigianale e la pianificazione propria del progetto. A partire da una lettura territoriale del design è derivata una prima estensione del concetto di design verso nuovi ambiti di design spontaneo ad un "design di fatto", che agisce con modalità e attori non riconosciuti effettivamente come designer, ed è l'alterego di un "design palese" dove è riconoscibile e codificata la pratica del design [6]. L'approfondimento di questi aspetti ha trovato un'articolazione scientifica in altre dizioni, che nello specifico dell'argomento grafico trovano una sintesi efficace nel concetto di «progetto ignorante» (Manna, 2010). Questo termine definisce un processo pratico, istintivo che non segue le regole del progetto razionale, e che non si basa su una griglia o una struttura predeterminata. Si può ritrovare una declinazione di "design di fatto" nell'immagine dei mercati di Napoli e dei banchi dei fruttivendoli, macellai, pescivendoli, alimentari che sono accomunati da un elemento ricorrente, riconoscibile e identitario, i cartelli sui quali sono riportati i prezzi della merce o messaggi legati all'offerta delle attività commerciali [fig. 03]. Questi cartelli, tutti diversi e al tempo stesso fortemente caratterizzati e riconoscibili, sono pannelli di compensato di tre diversi formati, sui quali sono dipinti a mano testi e numeri con tratto spesso di pennello, intervallati da segni grafici che incorniciano, evidenziano e sottolineano. La produzione di questi cartelli è un vero e proprio mestiere, quello del "numeraio". Oggi è rimasto soltanto un artigiano, Pasquale De Stefano – ultimo della terza generazione della sua famiglia – che realizza i cartelli in una bottega del vico Finale nel Borgo di Sant'Antonio Abate. Il borgo è un rione popolare che mantiene la sua struttura urbanistica inalterata dal Quattrocento, nel quale è presente un mercato attivo tutti i giorni da allora [fig. 04].

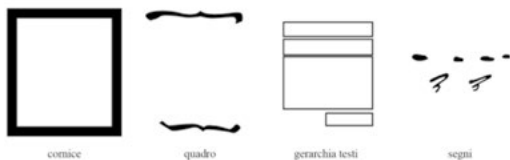
I cartelli hanno un ben riconoscibile cartiglio inserito in tre tipi di formato: quadrato, rettangolare in orizzontale o in verticale. Il sistema grafico adottato per la segnalazione

05



05

Estrapolazione grafica degli elementi compositivi dei cartigli del "numeraio"



dei prezzi presenta quale carattere dominante l'uso di un costante segno calligrafico, caratterizzato da una gerarchia dimensionale, il cui elemento prevalente è quello del prezzo disposto al centro della composizione grafica, in rosso primario. Contestualmente sono presenti delle parti scritte, descrittive dei prodotti, con andamento su più righe orizzontali. Il tratto calligrafico è accompagnato da pittogrammi che simulano, sintetizzandoli, alcuni frutti o introducono elementi di sottolineatura e richiamo.

Ne è un esempio l'uso dell'indice puntato per richiamare l'attenzione su un elemento del messaggio che si vuole evidenziare. In altri casi sono inserite figure riprese dalle carte da gioco napoletane che rimandano alla comune cultura popolare o cornici per circoscrivere meglio il campo grafico del testo.

Il sistema è completato da un abaco di segni di sottolineatura astratti, costituito da parentesi graffe allungate, tratteggi o puntini e da arricci isolati, che servono ad accentuare o circoscrivere parti della comunicazione visiva [fig. 05]. Questa manifestazione di grafica spontanea e intuitiva rimanda a quelle sperimentazioni che, a partire dagli anni Settanta, hanno testato i limiti della grafica imposta dal movimento razionalista moderno che annullando la griglia aggiungevano altri segni per rendere la comunicazione efficace: «The grid was demolished, while neo-classical and contemporary ornament, such as dots, blips and arrows, replaced the tidiness of the canonical approach» (Heller, 1993, s.p.). Si tratta di sperimentazioni ascrivibili allo stile vernacolare che prediligono la confusione alla semplicità, la frammentazione alla continuità. L'attrazione del mondo della grafica verso il vernacolare ha preso avvio dalla scena punk inglese che ha dato vita a un linguaggio *naïf* che rifiutava la tipografia razionale riprendendo le idee dadaiste e futuriste, ma l'idea di una casualità che guida la costruzione ha ispirato il lavoro di molti grafici

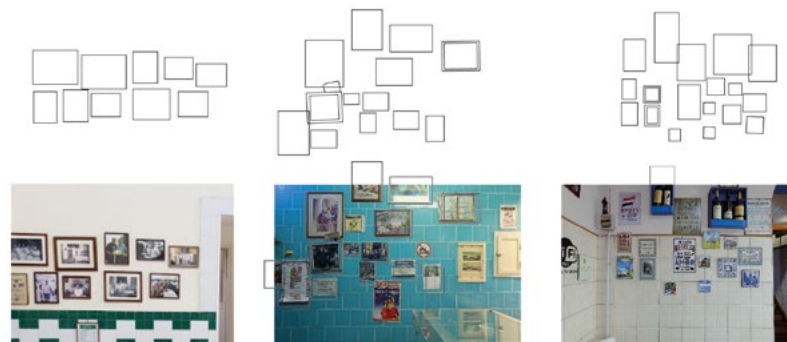
designer americani. Tra questi Ed Fella che con il suo lavoro ha tentato una sintesi tra vernacolare e scientificità dando vita a una casualità progettata. L'ordine caotico riconoscibile nei cartelli dei mercati di Napoli va a costruire un sistema visivo che si è trasformato nel tempo in una sorta di marchio popolare diffuso dai mercati, e dai banchi della frutta e verdura, è stato esportato nell'ambito della ristorazione e della comunicazione visiva. La struttura grafica dei cartelli è sempre più spesso adottata anche per insegne e indicazione dei prodotti di molte trattorie e pizzerie, fornendo ispirazione per altri linguaggi, come quelli dei *writers*, che per l'evento napoletano *Put your handz International Graffiti Jam* svolto a Napoli nel 2014, per il logo e la comunicazione dell'evento si rivolsero proprio al "numeraio". Tratti ricorrenti in grado di suscitare il riconoscimento di codici identitari si rilevano anche negli spazi della ristorazione a conduzione familiare, nella ristorazione di prossimità [7].

Selezionando un campione sufficientemente significativo di piccoli spazi di ristorazione a conduzione familiare, con una forte connotazione popolare, sulla base di aspetti ubicativi, scelte gastronomiche e fasce di prezzo sono emersi, pur nella varietà e spontaneità degli allestimenti interni, alcuni elementi ricorrenti che possono essere ricondotti a tre tipologie specifiche.

La prima è quella della memoria. La principale tematizzazione dello spazio è data da un richiamo costante alla memoria, ottenuta attraverso la riproposizione a parete di immagini che rimandano a un passato teatrale, cinematografico o urbano, come componente determinante dell'immaginario identitario del cibo nella città di Napoli. La disposizione casuale denuncia la loro stratificazione nel tempo, ogni elemento è riconducibile a un momento preciso, l'aggiunta di un tassello alla storia del luogo [fig. 06].

06

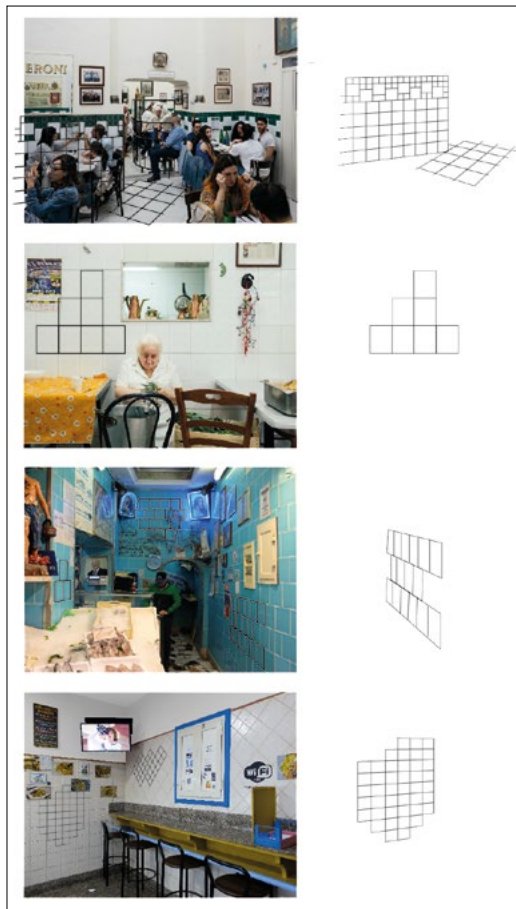
Cornici affisse sulle pareti dei locali che inquadrano immagini rappresentative di memorie



06

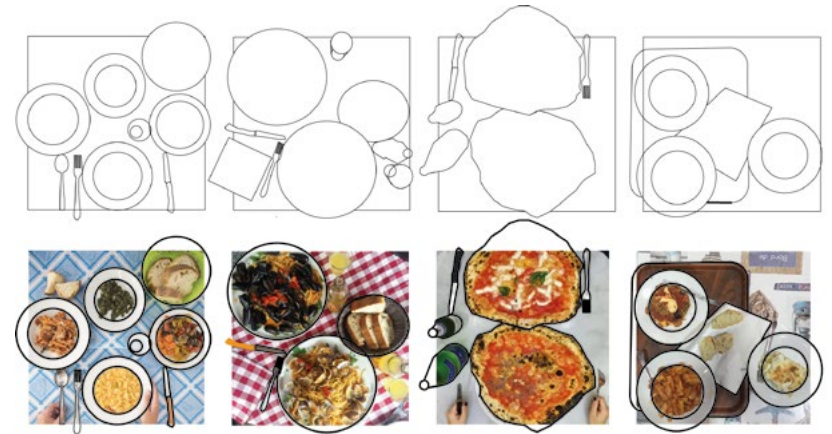
Una seconda è data dal nitore ottenuto attraverso un elemento di finitura architettonica, ossia la ricorrente presenza di un rivestimento maiolicato a mezza altezza alle pareti che ottiene un duplice scopo, funzionale e simbolico, facilitando le operazioni di gestione dello spazio e un suo facile richiamo a una delle principali evocazioni dello spazio decorativo mediterraneo, dato dai colori marezzati del materiale ceramico delle tradizionali riggole napoletane [fig. 07].

Un ultimo è quello della genuinità che, dal cibo, viene trasferita in una chiara identificazione simbolica a un allestimento della tavola che emula, nella sua semplicità, una ordinaria apparecchiatura familiare, senza alcun rimando ai consolidati codici della ristorazione [fig. 08].



07
Il rivestimento del pavimento in mattonelle risvolta a coprire anche le pareti nella ricerca del nitore

07



08

NOTE

[1] Benché il presente testo sia frutto di un lavoro condiviso da parte dei due autori, Alfonso Morone ha svolto la stesura dei paragrafi 2 e 4, Susanna Parlato dei paragrafi 1 e 3.

[2] Il grande spazio centrale del mercato, dove sono presenti tavoli e sedie disponibili liberamente, è destinato alla consumazione del cibo che può essere acquistato al banco nei tanti piccoli ristoranti disposti lungo il perimetro della sala pubblica.

[3] La posizione di Pier Paolo Pasolini circa i rischi di una progressiva omologazione dovuta all'affermazione del consumismo e degli strumenti di controllo di massa che a esso si accompagnano, con la progressiva scomparsa di una cultura autenticamente popolare, sono stati oggetto, come è noto, già dagli anni Settanta di prese di posizione attraverso articoli su varie testate nazionali, riassunti nel volume *Scritti corsari* (Pasolini, 1975). La frase qui riportata è tratta da un'intervista che il giornalista napoletano Antonio Ghirelli fece a Pier Paolo Pasolini durante le riprese a Napoli del Decameron. Pasolini ebbe modo in questa circostanza di osservare da vicino il popolo napoletano e di apprezzarne la tenacia con cui si opponeva al conformismo culturale imposto dalla modernità globalizzata. Il testo fu poi pubblicato dal giornalista napoletano in *Ghirelli* (1976).

[4] Uno tra gli studiosi che più recentemente ha richiamato il concetto di *Kunstwollen*, come quello più pertinente per descrivere il processo di costruzione nel tempo dell'identità urbana della città di Napoli, è stato Massimo Cacciari in un'intervista raccolta da Claudio Velardi (1992).

[5] L'insieme dei casi descritti in questo paragrafo sono parte di una ricerca in corso di svolgimento presso il DiARC Dipartimento di Architettura dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, tra i cui primi esiti si segnala la tesi di laurea in Scienze dell'Architettura condotta da Nicola Di Cicco (2018-19).

[6] *Sistema Design Italia. Risorse progettuali e sistema economico. Il ruolo del disegno industriale per l'innovazione di prodotto. Sviluppo delle risorse progettuali del Sistema Italia tra risorse locali e mercati globali*, finanziata dal Ministero della Ricerca Scientifica

08
L'allestimento della tavola casuale denota una spontaneità che rimanda alla dimensione domestica e familiare

e Tecnologica e coordinata dal Politecnico di Milano (1998-2000). I risultati della ricerca sono presentati in Maffei, Simonelli, 2002.

[7] L'analisi è stata svolta sulle seguenti trattorie collocate nell'area estesa del centro storico napoletano: Cibi Cotti "Nonna Anna", via Fernando Galiani, 30; Antica Pizzeria "Da Michele" via Cesare Sersale, 1; Pescheria Azzurra, via Portamedina 5; Spiedo d'Oro, via Pasquale Scura, 52.

REFERENCES

Glass Ruth, *London: aspects of change*, London, MacGibbon and Kee, **1964**, pp. 342.

Bocuse Paul, *La cuisine du marché*, Paris, Seuil, **1976**, pp. 209.

Ghirelli Antonio, *La napoletanità*, Napoli, Società Editrice Napoletana, **1976**, pp. 384.

Vazquez Montalban Manuel, *L'art del menjar a Catalunya*, Barcelona, Ediciones 62, **1977**, pp. 280.

Bourdieu Pierre, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, **1979**, pp. 670.

Hobsbawm Eric, *Ranger Terence, L'Invenzione della tradizione*, Torino, Einaudi, **1987**, pp. 173.

Velardi Claudio, *La Città Porosa. Conversazioni su Napoli*. Napoli, Cronopio Edizioni, **1992**, pp. 192.

Heller Steven, "Cult of Ugly", *Eye*, n. 9, **1993**, disponibile in <http://www.eyemagazine.com/feature/article/cult-of-the-ugly> [Dicembre 2019]

Ritzer George, *The McDonaldization of Society. An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life, Newbury Park, California*, Pine Forge Press, **1993**, pp. 221.

Klein Naomi, *No logo*, (ed. it. Milano, Baldini Castoldi, **2000**, pp. 490).

Graeber David, *Toward An Anthropological Theory Of Value*. New York, Palgrave, **2001**, pp. 337.

Harvey David "The Art of Rent: Globalization, Monopoly and the Commodification of Culture", pp. 93-110, in Panitch Leo and Leys Colin (a cura di), *Socialist Register 2002: A World of Contradictions*, London, Merlin Press, **2001**, pp. 308.

Maffei Stefano, Simonelli Giuliano, *I territori del design*, Milano, Il Sole 24 Ore, **2002**, pp.162.

Herzfeld Michael, *The Body Impolitic: Artisans and Artifice in the Global Hierarchy of Value*, Chicago, University of Chicago Press, **2004**, pp. 269.

Padovani Gigi, Petrini Carlo, *Slow food revolution. Da arcigola a terra madre. Una nuova cultura del cibo e della vita*, Milano, Rizzoli, **2005**, pp. 302.

Miller Daniel, "The Uses of Value", *Geoforum*, n. 39, **2008**, pp. 1122-1132.

Dinnie Keith (a cura di), *City branding: theory and cases*, London, **2010**, pp. 235.

Govers Robert, *International place branding yearbook 2010: Place branding in the new age of innovation*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, **2011**, pp. 213

Badii Michela, *Processi di patrimonializzazione e politiche del cibo. Un'etnografia nella Toscana contemporanea*, Perugia, Morlacchi, **2012**, pp. 281.

Semi Giovanni, *Gentrification. Tutte le città come Disneyland?*, Bologna, Il Mulino, **2015**, pp. 237.

Ilie Mihaela, Lelo Ketii, Stemperini Giuseppe, "Valorizzazione del patrimonio culturale e flussi turistici in Italia: come sfuggire alla trappola della città d'arte", *Città & Storia*, n. 1, **2016**, pp. 141-182.

Strangio Donatella, Tamborrino Rosa, "Patrimonio urbano e cibo etnico: la Little Italy di New York e la sua immagine per uno studio comparato. Aspetti preliminari di un progetto in itinere", *Città & Storia*, n. 1, **2016**, pp. 91-121.

Battelli Ettore, Cortese Barbara, Gemma Andrea, Massaro Antonella (a cura di), *Patrimonio culturale: profili giuridici e tecniche di tutela*, Roma, RomaTrE-Press, **2017**, pp. 265.

D'Eramo Marco, *Il selfie del mondo. Indagine sull'età del turismo*, Milano, Feltrinelli, **2017**, pp. 256.

Fava Nadia, Guàrdia di Bassols Manuel, "I territori del cibo: identità e trasformazioni", pp. 235-237, in Fontana Giovanni Luigi (a cura di), *Food and the City. Il cibo e la città*, Atti del VII congresso AISU, Venezia, Marsilio, **2017**, pp. 344.

Moro Elisabetta, Niola Marino, *Andare per i luoghi della Dieta Mediterranea*, Bologna, Il Mulino, **2017**, pp. 152.

Di Cicco Nicola, *Una riflessione progettuale intorno ai rischi e alle opportunità della cucina popolare a Napoli – Luoghi, prodotti, identità*, (tesi dia laurea Università degli Studi di Napoli Federico II, DiARC Dipartimento di Architettura, Corso di laurea in Scienze dell'Architettura, relatore Alfonso Morone), 2018-19.

Scaffidi Cinzia, *Che mondo sarebbe. Pubblicità del cibo e modelli sociali*, Bra, Slow Food Editore, **2018**, pp. 192.

Sirago Maria, "Il consumo del pesce e dei prodotti ittici a Napoli in età moderna (1503-1861)", pp.117-126, in *Archivio Storico delle Province Napoletane*, (Atti del Convegno "Cibo, Territorio e Socialità. L'alimentazione nel territorio Campano fra vita quotidiana e rappresentazioni, Napoli-Avellino, 22-24 giugno 2017"), Napoli, Società Napoletana di Storia Patria, **2018**, pp. 344.

Appiah Kwame Anthony, *La Menzogna dell'Identità*, Milano, Feltrinelli, **2019**, pp. 280.

Il design grafico come patrimonio

Una riflessione sullo statuto culturale degli artefatti grafici

Carlo Vinti Università di Camerino, SAAD
carlo.vinti@unicam.it

Il design grafico è caratterizzato da uno statuto culturale complesso. Concepiti spesso per non sopravvivere, gli artefatti grafici sono divenuti già nel XIX secolo oggetto di collezionismo, entrando a far parte di raccolte e collezioni pubbliche. Se nella vita quotidiana la loro presenza diffusa è data per scontata, all'interno di archivi e musei sono spesso custoditi ed esposti come pezzi rari. Una volta musealizzati, possono continuare a vivere all'interno di spazi sociali ed economici diversi. In questo contributo si analizzano alcuni esempi di progetti o artefatti già divenuti "patrimonio", per sostenere che lo statuto culturale specifico del design grafico rappresenta, in epoca digitale, una sfida difficile ma insieme anche un'opportunità.

Design grafico, Patrimonializzazione, Studi sul patrimonio, Musei e archivi del design, Archivi e collezioni digitali

The condition of Graphic design as cultural object is a complex one. Although not conceived for long duration, many graphic artifacts since the 19th century became collectable items, making their way also into public collections. Graphic objects are taken for granted in everyday life, but in archives and museums they are often preserved and displayed as rare pieces. Even once in museums, they can continue to live in multiple forms within different social and economic spaces. This paper analyze a number of well-known projects or artifacts that have already become "heritage", to argue that the peculiar status of graphic design as a cultural object represents, in the digital age, a difficult challenge but at the same time an opportunity.

Graphic Design, Heritage-making, Heritage Studies, Design Museums and Archives, Digital Archives and Collections

Nel 2012 il rinvenimento fortuito in una strada di Bari di alcuni manifesti politici e pubblicitari del secondo dopoguerra ha fatto parlare di «reperti archeologici» e ha suscitato appelli alle istituzioni locali affinché si prendessero carico urgentemente della loro conservazione. Qualcosa di simile è accaduto nel 2016 a Parigi: i lavori di rinnovo della stazione della metropolitana Trinité-d'Estiennes d'Orves hanno riportato alla luce una decina di manifesti degli anni Cinquanta, ancora affissi sui muri di una banchina, che sono stati poi recuperati e inseriti nelle collezioni storiche della RATP [1]. La folla di passanti degli anni Quaranta e Cinquanta del novecento probabilmente non aveva dedicato più di uno sguardo distratto a tali manifesti italiani e francesi. Tuttavia, una volta riapparso nel nostro tempo, questi artefatti hanno immediatamente attirato l'attenzione dei media e sono stati percepiti, anche da parte di un pubblico non specializzato, come beni culturali e come una testimonianza del passato da salvaguardare.

Gli artefatti grafici sono caratterizzati da uno statuto culturale complesso e problematico. Concepiti spesso per non sopravvivere, sono divenuti già nel XIX secolo oggetto di collezionismo (Iskin, 2014), entrando a far parte anche di raccolte e collezioni pubbliche. Se nella vita quotidiana la loro presenza diffusa è data per scontata, all'interno di gallerie, biblioteche, archivi e musei (quelle istituzioni che, in epoca digitale, si tende a unificare sotto l'acronimo inglese GLAM) sono spesso custoditi ed esposti come pezzi rari. Tenendo conto delle riflessioni già condotte sul tema nell'ambito degli studi sul design (De Smet, 2009; Bulegato, 2013; Dalla Mura, 2016), questo contributo prende alcuni spunti dalla letteratura recente sui fenomeni di patrimonializzazione, per sostenere che lo statuto culturale specifico del design grafico rappresenta – specie in epoca digitale – una sfida difficile, ma insieme anche un'opportunità per gli attori delle istituzioni patrimoniali e per tutti coloro che producono conoscenze specializzate (storici, critici e designer stessi). Nel testo si analizzano alcuni esempi noti di progetti o artefatti grafici già musealizzati o divenuti "patrimonio", soffermandosi in particolare su due aspetti peculiari: la loro relazione con il tempo e la durata, e la loro presenza molteplice e diffusa all'interno di spazi sociali, economici e culturali molto diversi.

Scomparse e riapparizioni: la durata degli artefatti grafici

Come ricordano Jérôme Denis e David Pontille, «la création d'objets graphiques, quel que soit leur succès



initial, demeure hantée par une forte incertitude quant à leur devenir. Disparition, longévité, oubli, réapparition sont autant de jalons possibles» (2011, p. 5) [2]. Se il libro, come molti altri prodotti editoriali, è concepito per una lunga durata ed è destinato idealmente agli spazi di conservazione delle biblioteche, i manifesti, gli annunci, gli imballaggi e tutta una serie di stampati per loro natura effimeri, non sono creati per rivolgersi alle generazioni future ma per veicolare un messaggio a breve termine (De Iulio, Vinti, 2019). Fra i due poli rispettivamente a lunga e a breve durata dell'editoria e della pubblicità, c'è poi il caso di creazioni grafiche come i caratteri tipografici, i pittogrammi, i logotipi e i sistemi di identità visiva che, una volta realizzati, possono continuare a circolare per lungo tempo attraverso spazi di iscrizione molteplici e in modo del tutto indipendente da una intenzione di salvaguardia e dalle condizioni materiali di conservazione. Anche i logotipi, certo, sono mortali. Come si ricorda in *Logo R.I.P.*, un libro del 2003 dedicato a questo genere di segni grafici caduti in disuso, «defunct logos that were once an integral part of our visual culture and our lives are worthy of commemoration, or even preservation» (p. 7) [3]. Prendiamo il caso noto del logo progettato da Massimo Vignelli per *American Airlines* nel 1967 [fig. 01] e rimasto in uso per più di 45 anni. Quando la compagnia aerea nel 2012 ha deciso di sostituirlo con un nuovo design, le proteste dell'autore e della comunità degli appassionati non sono riuscite a evitare che fosse messo da parte. In compenso, oggi che ha perso la sua funzione d'uso, quel marchio ha consolidato il proprio valore culturale e patrimoniale e la sua memoria è affidata a una serie di schizzi, disegni e materiali grafici custoditi presso il Vignelli Center for Design Studies (VCDS) di Rochester. È interessante notare, però, che i marchi, come molti altri segni grafici, dopo la loro scomparsa hanno spesso la possibilità di conoscere una vera e propria resurrezione. Accade infatti sempre più frequentemente in seguito a operazioni di riattualizzazione che sfruttano in termini di marketing il potere evocativo e nostalgico di una marca storica. Vecchi

01
Massimo Vignelli
(Unimark
International),
logotipo di
American Airlines,
1967

loghi già rimpiazzati da un nuovo design, vengono riabilitati e riappaiono nella sfera pubblica, ritrovando così – proprio grazie al valore storico e memoriale che gli viene riconosciuto – la loro funzione comunicativa e commerciale originaria.

Un lavoro grafico del passato, dunque, può continuare a vivere nel presente anche al di fuori di un archivio o di un museo. Prendiamo in considerazione un'altra celebre opera di Massimo Vignelli (realizzata con Joan Charvatsyn e Bob Noorda di Unimark International): la mappa per la metropolitana di New York del 1972. Com'è noto, questo progetto che oggi è considerato un classico del design ha avuto una vita piuttosto breve. La mappa, fortemente criticata dagli utenti dell'epoca perché ritenuta troppo distante dall'immagine "reale" della città, nel 1979 fu sostituita con una versione topograficamente più fedele. Recentemente due grandi copie originali risalenti agli anni Settanta sono state "scoperte" all'interno di due stazioni della rete newyorkese, ancora al loro posto sotto il plexiglass di protezione [fig. 02]. Come nel caso dei manifesti citati in apertura, siti e blog di appassionati hanno commentato tali "riapparizioni", suggerendo ai «design and transit nerds» di recarsi immediatamente a fare una visita ai luoghi prima della definitiva scomparsa di queste testimonianze originali [5]. Ora, indipendentemente dalla sorte delle due copie rinvenute nel loro luogo d'uso originario, il progetto di Vignelli non corre nessun rischio di cadere nell'oblio. Non solo la mappa è presente negli ar-

02



02
Massimo Vignelli,
Joan Charvatsyn,
Bob Noorda
(Unimark
International),
*New York Subway
Map*, 1972, copia
recentemente
fotografata in una
stazione della
metropolitana
di New York

chivi del VCDS e nelle collezioni del Museum of Modern Art di New York (MoMA), ma proprio grazie alla sua musealizzazione e al suo assurgere a oggetto di culto per il pubblico degli appassionati, si è meritata tutta una serie di riedizioni e riproduzioni, anche sotto forma di gadget e merchandising [fig. 03]. Il progetto del 1972 deve quindi la sua rinnovata diffusione nella sfera pubblica al processo di patrimonializzazione che ha conosciuto.

Se adesso si prende in esame il caso del famosissimo schema concepito da Henry Beck nel 1933 per il London Transport, si può osservare un esito per certi versi opposto. Com'è noto, si parla di una soluzione grafica che è all'origine di tutti i tentativi successivi, compreso quello di Vignelli, di adottare una soluzione diagrammatica per visualizzare una rete di trasporti pubblici. Al contrario di ciò che è accaduto con la proposta di Vignelli, nonostante qualche difficoltà iniziale, la novità introdotta da Beck negli anni Trenta fu rapidamente accettata dal pubblico. La mappa è entrata a far parte a tutti gli effetti dell'iconografia della città di Londra ed è considerata un classico del design inglese e internazionale per la larga influenza che ha esercitato. Il London Transport Museum conserva una serie di versioni diverse della mappa che consentono di documentarne l'evoluzione dall'idea iniziale a tutti gli aggiustamenti successivi [fig. 04]. Ma per quanto la mappa abbia conosciuto diverse variazioni nel tempo, è lecito dire che il design originale – il concetto elaborato da Beck – sia ancora oggi



03

03
Gadget e merchandising museale con la riproduzione della *New York City Subway Map* del 1972



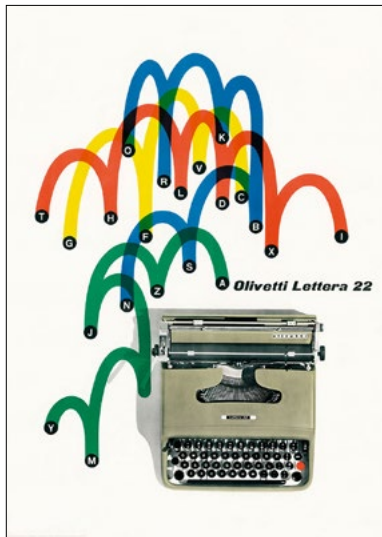
04

nelle mani dei londinesi e dei visitatori della città. Il progetto del 1933 continua a vivere, di fatto, anche al di fuori degli spazi museali: ha un'eredità (*Heritage*) concreta nel presente. In casi come questo, dunque, il valore patrimoniale del design grafico va al di là delle singole copie originali custodite all'interno di una collezione e risiede nel progetto, che è rinnovabile, capace di continuare a esistere ben oltre gli artefatti fisici nei quali si materializza di volta in volta.

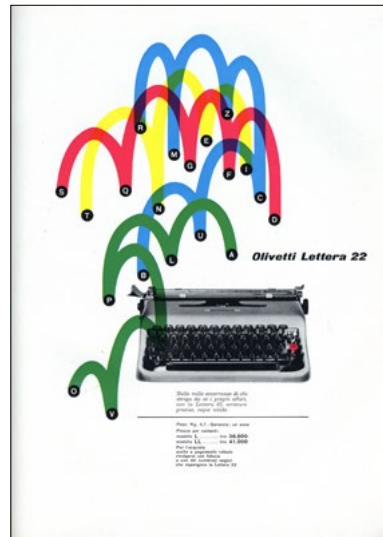
04
Henry Beck,
London Underground Map, 1933
(London Underground Museum online collections, <https://www.ltmuseum.co.uk/collections/>)

Molteplicità e circolazione: il design grafico in azione

Se oggi si prova a cercare on-line uno dei lavori più noti di Giovanni Pintori per la Olivetti Lettera 22 appaiono immediatamente varie copie conservate in collezioni diverse: da un manifesto del 1953 conservato al MoMA [fig. 05] fino a una pagina pubblicitaria apparsa nel 1954 su *Domus* [fig. 06]. Allo stesso modo, nella piattaforma on-line *Rinascenza Archives* (<https://archives.rinascente.it>) si possono trovare agevolmente, uno accanto all'altro, tre esemplari di un'opera del cartellonista Aldo Mazza sotto forma di manifesto, cartolina e francobollo [fig. 07], ognuno proveniente da un archivio diverso. Gli esempi simili potrebbero essere innumerevoli. Grazie alla digitalizzazione di massa e alla crescente presenza



05



06

di contenuti *user-generated* in rete, oggi abbiamo la possibilità di richiamare con relativa facilità le diverse copie generate da un progetto grafico, indipendentemente dal luogo in cui si trovano. Il digitale rende immediatamente percepibile il carattere ubiquo, molteplice e instabile del design grafico. Allo stesso tempo può rivelare quanto il suo valore storico-culturale non risieda unicamente nei pezzi *originali*.

È forse il caso, innanzitutto, di domandarsi cosa sia veramente un *originale* nel campo della grafica, perché non sempre si tratta di una domanda scontata. Prendiamo in considerazione, ad esempio, i caratteri tipografici. Come ha notato Robin Kinross (2011), in quanto artefatti fortemente diffusi e naturalizzati nella nostra cultura, tutti sappiamo che esistono ma dove esistono veramente? Nel disegno iniziale (con qualsiasi strumento lo si realizzi)? Nei punzoni? Nelle matrici fisiche o digitali destinate a moltiplicare la loro immagine? E ancora negli *specimen* o nei cataloghi on-line? Di solito i musei e gli archivi dedicati alla tipografia conservano tutti questi oggetti diversi e li espongono come pezzi *originali* di una determinata epoca. Ma è pur sempre vero – come ricorda Kinross (pp. 124-125) – che a questo stadio un carattere tipografico non ha ancora cominciato a vivere e che solo quando è composto o stampato sotto forma di testo e riprodotto in contesti molteplici [6], comincia a prendere un'identità riconoscibile.

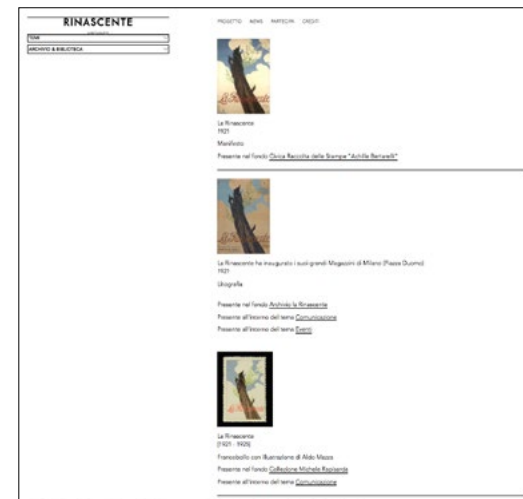
05
Giovanni Pintori,
Olivetti Lettera
22, manifesto,
1953 (Museum of
Modern Art, NY)

06
Giovanni Pintori,
Olivetti Lettera
22, pagina
pubblicitaria,
in *Domus*, 1954

Prendiamo ora il caso dei logotipi, partendo ancora una volta da una semplice ricerca on-line. Se cerchiamo un logo famoso come quello disegnato nel 1955 da Herbert Matter per New Haven Railroad o quello realizzato nel 1964 da Design Research Unit per British Rail, otterremo come primo risultato una serie di immagini che li presentano come segni grafici decontestualizzati [fig. 08]. Se però si prova a insistere, con un po' di fortuna e cambiando leggermente le chiavi di ricerca, si riuscirà certamente a trovare anche un altro tipo di immagini: quelle che li ritraggono applicati a supporti vari, a scale diverse, in situazioni appartenenti a luoghi e a tempi differenti [fig. 09]. In altre parole, è relativamente facile ottenere uno spaccato della loro esistenza (a volte lunga, come si è visto) e circolazione negli spazi della vita quotidiana. Ciò è vero non soltanto per i logotipi. Immagini fotografiche che documentano, ad esempio, l'affissione di un determinato manifesto in diversi spazi urbani abbondano negli archivi municipali, in quelli di impresa e delle concessionarie pubblicitarie [fig. 10] [fig. 11].

Il design grafico del passato sopravvive nel presente non soltanto sotto forma di copie originali di una determinata tiratura – un manifesto, la copertina di un libro, un pieghevole ecc. – ma anche grazie ad altri tipi di tracce documentarie. Quelle che riguardano, a monte, il processo di progettazione e di produzione – studi, schizzi, disegni esecutivi, prove di stampa, bozzoni, maquettes, prototipi ecc. – e quelle che registrano, a valle, gli usi e

07

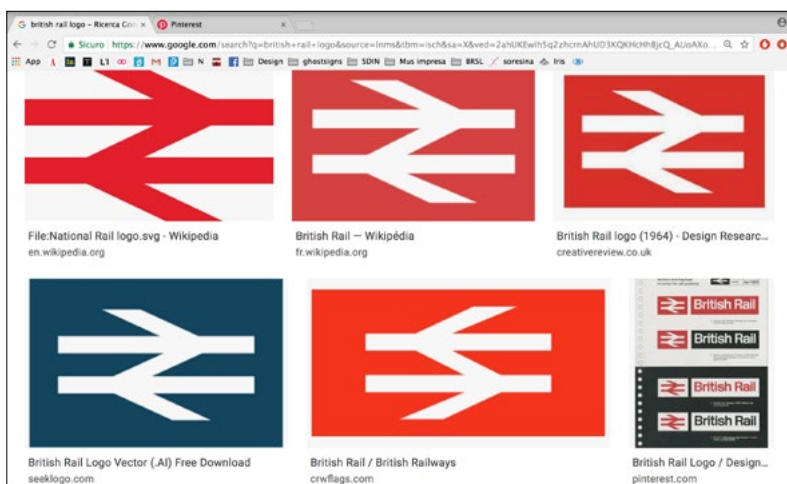


07
Aldo Mazza,
La Rinascente,
1921: manifesto
(Civica Raccolta
Bertarelli);
cartolina (La
Rinascente);
Francobollo
(Collezione
M. Rapisarda).
(*Rinascente*
Archives, [https://
archives.
rinascente.it](https://archives.rinascente.it))

la circolazione in una varietà di contesti. I curatori di istituzioni come archivi della grafica e musei del design sembrano ormai convenire con Deyan Sudjic sulla necessità di raccogliere, conservare ed esporre «l'ensemble du processus de création, depuis les premières ébauches jusqu'au produit fini» (King, 2010, p. 15). Al contrario, se si escludono alcune recenti e significative eccezioni (Armand, 2019; Christensen, 2019), le tracce che documentano l'uso e la diffusione degli oggetti della grafica sono ancora molto poco utilizzate sia nel contesto museale sia dagli storici.

Il lavoro dei progettisti grafici è generalmente studiato e presentato al pubblico sotto forma di oggetto isolato, del tutto distaccato dal suo contesto d'uso e di ricezione. Per valorizzare il design grafico come bene culturale – e dunque per sottolineare la sua importanza nella nostra cultura materiale – sarebbe invece fondamentale documentare gli artefatti e i segni grafici *in azione*. In altre parole, nelle pratiche di acquisizione, archiviazione, catalogazione e soprattutto in quelle di mediazione (negli spazi espositivi come in quelli digitali), occorrerebbe prendere in considerazione non soltanto la *dimensione autografica* dei disegni e delle copie originali (Goodman, 1968), ma anche «le mode d'existence tout à fait allographique d'objets qui sont saisissables principalement à travers des traces» [5]. Si è citato qui intenzionalmente un passaggio di una conferenza di Jean Davallon (2014, p. 9) sul concetto di patrimonio immateriale.

08
Design Research
Unit, logo di
British
Rail, 1964
(www.google.com
Immagini)



08



09

Un patrimonio tangibile e insieme immateriale

Sebbene spesso conoscano processi di «auratizzazione» e artificiazione (Heinich e Shapiro, 2012), gli artefatti grafici si integrano solo forzatamente in una visione tradizionale del patrimonio artistico-culturale. Come si è visto, dopo essere scivolati nella dimensione del passato e della memoria, e anche dopo essere stati musealizzati, essi hanno la possibilità di riapparire in diverse forme e di continuare a vivere e ad agire al di fuori della sfera patrimoniale. Hanno la capacità di essere molteplici e ubiqui e conservano questa caratteristica una volta entrati nelle collezioni. Sono concepiti per essere riprodotti in diversi spazi di iscrizione, ma pochissime tracce dei loro usi e della loro circolazione nella sfera pubblica sono utilizzate nelle iniziative di mediazione da parte delle istituzioni museali e archivistiche.

Il caso del design grafico inteso come patrimonio si presta ad essere collocato in una sorta di spazio intermedio fra un approccio tradizionale – quello applicato ai beni materiali e a opere selezionate sulla base di criteri consolidati e specialistici – e una prospettiva che includa una dimensione dinamica e immateriale: il carattere vivente, in evoluzione e radicato nella società della grafica. Certo, puntare tutto sugli aspetti immateriali significherebbe spostare drasticamente l'attenzione (e il valore

09
Logotipi di British
Rail (Design
Research Unit,
1964) e di New
Haven Railroad
(Herbert Matter,
1955) in una serie
di immagini
fotografiche
disponibili on-line



Amaro Averna.
Ben Centrato per
tutti i gusti, 1963,
manifesto
originale
(Archivio Averna,
Caltanissetta)

patrimoniale) dagli oggetti alla pratica, dalle “opere” al cosiddetto *saper fare*. Da questo punto di vista, prendere come modello i patrimoni considerati “non tangibili” può generare legittime perplessità. Basti pensare che il tentativo recente di inserire la grafica e la tipografia svizzera fra i patrimoni intangibili Unesco ha prodotto l’effetto quantomeno straniante di associarla a tradizioni come la transumanza alpina e lo yodeling [7]. Tuttavia, sarebbe forse utile un cambio di prospettiva che, pur non mettendo da parte la necessità di documentare, esporre e raccontare i singoli oggetti – le “opere” e i loro autori – tenga in considerazione anche i meccanismi contemporanei di produzione di “nuovi patrimoni” (Heinich, 2009; Tardy, 2014; Tardy, Debodei, 2014). Nell’ambito di fenomeni più recenti di patrimonializzazione riguardanti paesaggi, territori, tradizioni o artefatti minimi largamente diffusi nella vita quotidiana, prevale ad esempio una certa vocazione a far percepire *l’inaperçu*: ciò che si tende a dare per scontato e che è necessario innanzitutto *riconoscere* (Andrieux, 1998). Ma soprattutto c’è da sempre un accento forte sulla memoria collettiva

e sui processi di appropriazione e riuso da parte del pubblico (oggi, con il digitale, divenuti centrali in tutto il mondo dei beni culturali).

Secondo molti studi sui meccanismi di patrimonializzazione, un oggetto culturale diventa *patrimonio* soltanto quando conosce una riappropriazione a livello sociale (Jeanneret, 2008; Davallon, 2014). Ebbene, nel caso del design grafico tale processo è già in atto da tempo. Appassionati di ogni genere raccolgono e condividono l’immagine digitale di diversi artefatti grafici all’interno di blog, siti e social network, partecipando di fatto allo sviluppo della documentazione e alla valorizzazione della grafica. Ciò avviene non soltanto per le “opere” attribuite ad autori noti o di oggetti il cui valore culturale è certificato da esperti, ma anche nel caso di una produzione più anonima, popolare e diffusa che va dalle carte da gioco, i calendari o le figurine fino ai gadget con la riproduzione di un brand cui i consumatori attribuiscono un forte valore memoriale. L’attività di questo largo pubblico di collezionisti più o meno dilettaanti apre forse opportunità interessanti anche per chi – da una prospettiva professionale e specialistica – lavora per una maggiore considerazione del design grafico nel mondo dei beni culturali. Si pensi solo a quanto le pratiche di *crowdsourcing* siano ancora inesplorate nel mondo del design. Prima ancora, però, bisognerebbe cominciare seriamente a conservare, esporre, riprodurre, raccontare e discutere il design «non come un oggetto concluso ma piuttosto come un processo che è parte di un sistema vivente di relazioni» (Dalla Mura, 2016) [8].

Amaro Averna.
Ben Centrato
per tutti i gusti,
1963, giustificativi
di affissione
(Archivio Averna,
Caltanissetta)



NOTE

[1] <https://bari.repubblica.it/cronaca/2012/03/08/foto/manifesti-31134862/1/>; <http://bigbrowser.blog.lemonde.fr/2016/03/04/des-affiches-des-annees-1950-dans-le-metro-parisien/> [10 gennaio 2020]

[2] «La creazione di oggetti grafici, indipendentemente dal successo che essi ottengono inizialmente, è condannata a fare i conti con una forte incertezza riguardo al futuro. Scomparsa, longevità, oblio e riapparizione sono esiti tutti possibili» (traduzione nostra).

[3] «I loghi defunti che un tempo erano parte integrante della nostra cultura visiva e della nostra vita meritano di essere commemorati e preservati» (traduzione nostra).

[4] <https://ny.curbed.com/2017/10/11/16461458/new-york-subway-map-massimo-vignelli-midtown> [10 gennaio 2020]

[5] «Il modo di esistere del tutto allografico di oggetti che riusciamo a cogliere e ad apprezzare principalmente attraverso delle tracce» (traduzione nostra).

[6] Sulla documentazione dei caratteri tipografici in uso e in azione, vedi l'interessante sito: web <https://fontsinuse.com/> [10 gennaio 2020]

[7] <https://www.houseofswitzerland.org/swisstories/history/swiss-traditions-unescos-cultural-heritage> [10 gennaio 2020]

[8] L'autrice si riferisce in particolare a un caso in cui il design acquisito da un'istituzione museale (il Cooper-Hewitt National Design Museum di New York) è un'applicazione digitale. Significativo che i curatori del museo, sulla base di questo esempio, facciano esplicito riferimento al campo dell'*intangible heritage* (Chan e Cope, 2014).

REFERENCES

Goodman Nelson, *Languages of Art*, Indianapolis, Bobbs-Merrill, **1968**, pp. 277.

Andrieux Jean Yves, *Patrimoine et société*, Rennes, PUR, **1998**, pp. 324.

The Stone Twins, *Logo R.I.P.: A Commemoration of Dead Logotypes*, (2003), Amsterdam, BIS Publishers, 2012, pp. 193.

De Smet Catherine, "Visible/invisible. Design graphique: archives et collections", *Graphisme en France 2007*, **2007**, pp. 2-15. <http://www.cnap.graphismeenfrance.fr/> [10 gennaio 2020]

Jeanneret Yves, *Penser la trivialité. La vie triviale des êtres culturels*, Paris, Hermès Lavoisier, **2008**, pp. 266.

Heinich Nathalie, *La fabrique du patrimoine: "De la cathédrale à la petite cuillère"*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, **2009**, pp. 286.

Denis Jerome, Pontille David, "Les espaces de variation des objets graphiques", *Graphisme en France 2010-11. À l'épreuve du temps*, **2010**, pp. 5-8. <http://www.cnap.graphismeenfrance.fr/> [10 gennaio 2020]

King Emily, "Constituer une collection", *Graphisme en France 2010-11. À l'épreuve du temps*, **2010**, pp. 13-15. <http://www.cnap.graphismeenfrance.fr/> [10 gennaio 2020]

Kinross Robin, "What is a Typeface?", pp. 113-130, in *Unjustified Texts*, London, Hyphen Press, **2011**.

Heinich Nathalie, Shapiro Roberta, *De l'artificiation. Enquêtes sur le passage à l'art*, Paris, CNRS éditions, **2012**, pp. 335.

Bulegato Fiorella, "La grafica italiana negli archivi", *Progetto Grafico* n. 24 (*Grafica, Storia, Italia*, a cura di M. Dalla Mura e C. Vinti), **2013**, pp. 92-104.

Chan Sebastian, Cope Aaron, "Collecting the present: digital code and collections", *MW2014: Museums and the Web 2014* (annual conference proceedings), **2014**. <https://mw2014.museumsandtheweb.com/paper/collecting-the-present-digital-code-and-collections/> [10 gennaio 2020]

Davallon Jean, "À propos des régimes de patrimonialisation: enjeux et questions", pp. 29, in *Patrimonialização e sustentabilidade do património: reflexão e prospectiva*, (Università Nuova di Lisbona, 27-29 novembre), **2014**, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-0112390> [10 gennaio 2020]

Iskin Ruth, *The poster art. Advertising, design and collecting, 1860s-1900s*, Hannover, Dartmouth College Press, **2014**, pp. 408.

Tardy Cécile (a cura di), *Les médiations documentaires des patrimoines*, Paris, L'Harmattan, **2014**, pp. 212.

Tardy Cécile, Dodebei Vera (a cura di), *Mémoire et nouveaux patrimoines*, Marseille, OpenEdition Press, **2014**, pp. 246.

Dalla Mura Maddalena, "Storia digitale e design / 3 – Design digitale", *maddamura notes about design*, **2016**. <http://www.maddamura.eu/blog/language/it/storia-digitale-e-design-3/#> [10 gennaio 2020]

Christensen Line Hjorth, "Curating the Poster: An Environmental Approach", *Design Issues*, vol. 35, n. 2, Spring **2019**, pp. 28-45.

De Iulio Simona, Vinti Carlo (a cura di), "La publicité qui reste: usages et réactualisations des artefacts publicitaires du passé", (dossier thématique), *Études de communication* n. 51, **2019**, pp. 231.

Armand Cécile, "Sonder les vestiges photographiques: une archéologie de la publicité urbaine à Shanghai (début du XXe siècle)", *Études de communication* n. 51, **2019**, pp. 115-148.

Tracce dal passato

Attualizzare processi tipografici tradizionali
attraverso le pratiche del design

Maria D'Uonno *mduonno@iuav.it*

Nello Alfonso Marotta *namarotta@iuav.it*

Federico Rita *frita@iuav.it*

Università Iuav di Venezia, Dipartimento di Culture del progetto

Il focus del seguente articolo è relativo alla valorizzazione dell'impressione tipografica, dei processi e degli elementi progettuali del prodotto-libro. Nell'ambito di un progetto di un anno sono state avanzate delle linee di ricerca che si muovono su più fronti: organizzazione e fruizione del patrimonio tipografico conservato attraverso pratiche di catalogazione specifiche e *user experience design*; riproduzione di caratteri tipografici grazie a tecnologie di "fabbricazione digitale"; analisi della filiera editoriale artigianale con lo scopo di comprenderne i processi e le possibili evoluzioni. Dalla ricerca emergono importanti riflessioni di tipo storico-filologico legate a temi produttivi, in equilibrio tra conservazione e innovazione.

Processi editoriali, Archivio vivo, Tipografia, Ri-uso

The article is focused on the purpose of adding value to the letterpress process, its production chain and the elements of the book. Research issues have been carried out in one-year study project addressing several aspects: organization and fruition of the typographic heritage through specific cataloging practices and user experience design; reproduction of typefaces by "digital fabrication" technologies; analysis on the letterpress process in order to preserve and find new ways of use them. The insights are both on the historical-philological level and on the productive one, combining conservation together with innovation.

Editorial processes, Living archive, Typography, Re-use

Con l'avvento delle tecnologie più avanzate, le tecniche obsolete vengono "fisiologicamente" abbandonate dall'industria commerciale e presto dimenticate dal grande pubblico. Nel caso di tecnologie con una consolidata tradizione accade però che ci sia un ritorno da un "ingresso secondario". È il caso della stampa tipografica. I «predatori di tipi perduti» (Passerini, 2016, p. 32) rappresentano oggi dei paladini del salvataggio tipografico. Questo fenomeno, che va oltre il mero collezionismo, coinvolge nuovi stampatori, designer, esperti o semplici appassionati di tipografia che portano avanti progetti che «non inseguono un'onda nostalgica, ma usano tecniche antiche per riportare l'attenzione sulla riscoperta della ricchezza qualitativa ed espressiva del *letterpress*» (Bonini, Bulegato, Farias, 2019, p. 152).

Istituzioni come i musei della stampa, spesso nati sulla base di una collezione privata per celebrare la memoria di un'azienda locale o di una tradizione industriale, assolvono il compito di promozione culturale o di specifiche tecniche di stampa tipografica. Si tratta quasi sempre di una narrazione a margine della museologia industriale oppure referente al campo prettamente umanistico della bibliografia. Alcuni musei come l'Hamilton Wood Type o la Tipoteca Italiana Fondazione si pongono oggi come *hub* culturali per la divulgazione della conoscenza tipografica. Il riutilizzo dei materiali per piccole produzioni o in workshop formativi, rappresenta la peculiarità di questo tipo di musei. Tuttavia la mancanza di sistemi di catalogazione condivisi, la dispersione delle fonti, la natura ambigua di alcuni materiali, il tema dell'accessibilità delle informazioni conservate e del restauro, restituiscono la fotografia di un ambito della cultura del design ancora da mettere a punto. Parte di tali questioni sono state approfondite nell'ambito del progetto di ricerca sulla filiera editoriale veneta che ha coinvolto l'Università Iuav di Venezia, l'Università Ca' Foscari di Venezia, soggetti attivi nel campo dell'editoria e Tipoteca Italiana Fondazione, contenitore e museo attivo dei processi di stampa storici, realtà pressoché unica nell'ambito della "museologia tipografica" in Italia.

Digitalizzazione e accessibilità dei materiali tipografici

Una prima questione riguarda il "trasferimento" digitale dei materiali analogici, che risponda a meccanismi di conservazione e fruizione *open access* tipici delle *digital humanities*. Prendendo in esame il caso studio Tipoteca, l'obiettivo è stato realizzare un'analisi approfondita di fattibilità di archivio digitale, che non si fermi a finalità illustrative, ma che fornisca un contributo significativo alla

cultura del design nel settore della stampa tipografica. In un ambito come la tipografia, in cui un'aura quasi mistica e corporativa ha sempre condizionato la diffusione delle conoscenze, una piattaforma digitale potrebbe porsi oggi come strumento di diffusione della cultura tipografica *tout-court*. Uno degli aspetti spesso trascurati nella progettazione di archivi digitali riguarda l'interfaccia-utente. Essa svolge una funzione fondamentale di traduzione e mediazione nonché di facilitazione dei processi di comunicazione. Per proporre un modello di interfaccia grafica che promuova la fruizione dell'archivio bisogna affrontare le seguenti questioni: tipologie di linguaggio per descrivere le riproduzioni (i metadati), modalità di riproduzione digitale di un'opera, artefatto o documento.

Questioni di descrizione

La costruzione di un linguaggio descrittivo è un tema fondamentale su cui basare l'archivio digitale. Sono i metadati, ovvero il corredo di informazioni associate al documento, che permettono la costruzione di collegamenti semantici tra le varie riproduzioni digitali. La mancanza di dati strutturati e di una catalogazione standard riferita ai materiali tipografici può tuttavia offrire l'opportunità per definire un linguaggio appropriato, che risponda alle esigenze di progetto realmente orientato all'usabilità. Come punto di partenza di questa indagine si è deciso di concentrarsi sull'elemento che ha una sua centralità nella stampa tipografica e di cui Tipoteca conserva un elevato numero di esemplari: il carattere tipografico.

«Type is something that you can pick up and hold in your hand» sosteneva Harry Carter (1969, p. 5), in contrapposizione agli studiosi bibliografi che vedevano il carattere soltanto nella sua dimensione di immagine impressa sul foglio di carta. Un primo elemento da considerare in questa indagine è quindi la dimensione ambigua di questo elemento: oggetto da una parte e segno alfabetico dall'altra. Come evidenziato da Moret (2002) ci sono due strade possibili da intraprendere nell'ambito della classificazione di materiale storico tipografico: un sistema classificatorio documentale e un sistema classificatorio morfologico. «Le classificazioni documentarie sono caratteristiche dell'ambito tecnico museologico: esse consistono, nel senso rigoroso, all'identificazione di singoli pezzi attraverso la descrizione dell'oggetto. Pertanto costituiscono un'opzione classificatoria basata sull'oggettività» (Moret, 2002, pp. 7-8).

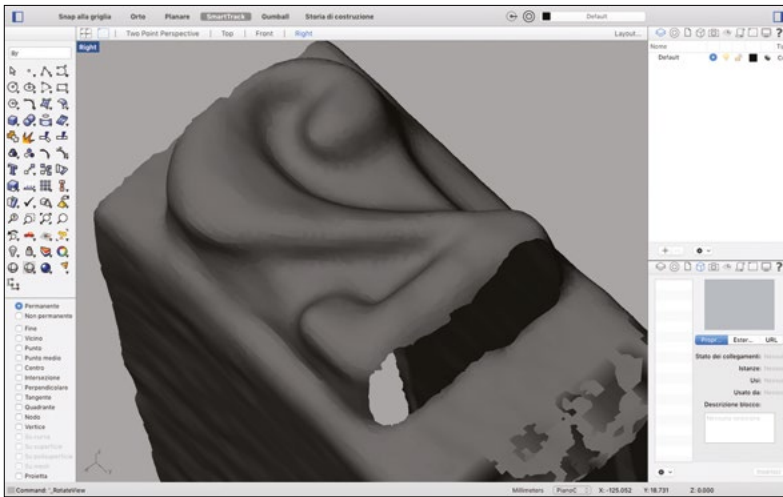
Il limite di questo tipo di classificazione è dovuta al fatto che difficilmente prende in considerazione l'aspetto della progettazione e i vocaboli afferenti al mondo del design.

Numero di schede	Tipologia di sistema	Area cartografica	Intensità	Strutturazione	Collocazione
1	Caratteri in lega metallica	2019	Caratteri		
Famiglia					
	Identificazione design originale	Caratteri di Francesco Griffo per Aldo Manuzio	Nome di carattere	Prograta	Nome di carattere
	Provenienza	Aldo Manuzio, Francesco Griffo da Bologna	Prograta	Officina Bodoni	Officina Bodoni
	Descrizione / Paternità ideativa	Aldo Manuzio, Francesco Griffo da Bologna	Descrizione / Paternità ideativa	Officina Bodoni	Officina Bodoni
	Designer / Esecutore	Francesco Griffo da Bologna	Designer / Esecutore	Charles Malin	Charles Malin
	Data di produzione	Metà 1500	Data di produzione	1900	2000
	Data di vendita		Data di vendita		
	Luogo di origine	Venezia, Italia	Luogo di origine	Venezia, Italia	Venezia, Italia
	Funzione	Funzione	Funzione	Funzione	Funzione
	Tecnica di produzione	Incisione e fusione manuale	Tecnica di produzione	Incisione e fusione manuale	Incisione e fusione manuale
	Produzione puntione	Francesco Griffo da Bologna	Produzione puntione	Charles Malin	Charles Malin
	Produzione analitica		Produzione analitica	Charles Malin	Charles Malin
	Produzione fusione		Produzione fusione		
	Materiali	Metallurgico	Materiali	Legge metallica	Legge metallica
	Altezza tipografica		Altezza tipografica		
	Tag stilistiche	Classicali, Veneziani, Romanzi (Rinascimento), Rinascimento antico, Antico	Tag stilistiche	Classicali, Veneziani, Romanzi (Rinascimento), Rinascimento antico, Antico	Classicali, Veneziani, Romanzi (Rinascimento), Rinascimento antico, Antico
	Tag di utilizzo	Carattere da testo	Tag di utilizzo	Carattere da testo	Carattere da testo
	Note		Note		
Fonte					
	Descrizione stile	Quattro serie di caratteri in lega fonda, prima attribuita nel Dr. Antico di Pietro Dondi	Descrizione stile	Tondo	Descrizione stile
	Corpo		Corpo	14 punti	Corpo
	Origine		Origine	Milano	Origine
	Tono		Tono	Regolare	Tono
	Larghezza		Larghezza	Regolare	Larghezza
	Specie linguistica	Latino	Specie linguistica	Latino	Specie linguistica
	Note	Per uno studio morfologico del carattere da Antico di Manuzio, vedere il titolo di GRIFFO, De Latina Veneta, Padova, Trucchi vedova	Note	A la una prima versione con vertice acuto + una seconda versione con vertice tronco	Note
	Descrizione quantitativa		Descrizione quantitativa	Letto: FontBook Additional 1000-1000 Nota: Non completo	Descrizione quantitativa
	Authority line	Francesco Griffo Aldo Manuzio	Authority line	Bodoni Monotype	Bodoni Monotype
	Documentazione amministrativa	Riproduzione di pagina di Bot	Documentazione amministrativa	Specimen Monotype + 1 set in Griffo	Polizze stampate
	Collegamenti esterni	Bibliografia	Collegamenti esterni	Bibliografia	Bibliografia

tab. 01

Dall'altra parte il sistema classificatorio morfologico ha una lunga storia di erudite ricerche che inizia già dai primi anni del XX secolo, che si basano sulle caratteristiche formali del segno alfabetico dividendo l'universo delle lettere in gruppi o classi con caratteristiche morfologiche identificative [1]. Questa metodologia presenta dei limiti, tra i quali quello della soggettività del classificatore, che può attribuire nomi e definizioni difficilmente decodificabili da parte di utenti neofiti o provenienti da culture differenti. Inoltre, essendo le definizioni astratte (es. stile transizionale, moderno, lineare), come tali sono instabili nel tempo. Proprio per questo, numerose proposte di classificazione sono state presentate nel corso degli anni, senza però giungere a una unificazione dello standard –

tab. 01
Scheda descrittiva a matrice realizzata per il carattere Griffo



01

per non parlare della diversificazione della produzione, che ha comportato l'ingresso di ulteriori variabili descrittive. La questione rimane spinosa e complessa anche considerando una prospettiva di standardizzazione dei sistemi descrittivi per i patrimoni tipografici.

Nella scelta del *dataset* è ad ogni modo necessario tener conto dei sistemi classificatori esistenti. Come ci ricorda Indra Kupferschmid «We cannot abandon all old systems [...], We have to come up with a way to integrate all this and explain it comprehensibly» (2012, s.p.).

Tra gli innumerevoli modelli realizzati, di particolare interesse per lo scopo del progetto è apparso quello realizzato dalla stessa Kupferschmid in collaborazione con Nick Sherman. Il progetto di ricerca indipendente *TypeRecord*, rappresenta una piattaforma per catalogazione e ricerca di caratteri analogici e digitali che, attraverso una matrice descrittiva, riesce a rappresentare i diversi livelli d'identità di un carattere tipografico.

Lavorando sulla struttura a matrice di *TypeRecord* è stato ottenuto un prototipo di scheda descrittiva per i caratteri della Tipoteca [tab. 01]. La gerarchia orizzontale dello schema analizza il carattere secondo tre livelli di astrazione: il manufatto custodito in Tipoteca, il design originale da cui deriva la riproduzione conservata, l'archetipo (la fonte accreditata) da cui deriva il design. Ognuno di questi tre livelli è analizzato prendendo in considerazione l'intera famiglia, la declinazione seriale e il glifo specifico. Ogni scheda presenta delle informazioni specifiche che evidenziano sia gli aspetti formali che documentali inclu-

01
Risultato
del rilievo con
scanner a luce
strutturata

endo laddove possibile nelle note le fonti delle informazioni [2]. L'elaborato proposto si presenta come un inizio di un lavoro da approfondire ed è giusto dichiararlo come un *work in progress*.

Riproduzioni digitali: sperimentazione con rilievo 3D

Un'altra questione riguarda il tipo di immagini riprodotte digitalmente a corredo dei metadati. Anche in questo caso si è scelto di prendere in considerazione principalmente il carattere tipografico che, considerando soltanto l'elemento alfabetico, presenta numerose opzioni da valutare. Come campione si è scelto di utilizzare il Griffone dell'Officina Bodoni, un carattere da testo in corpo 16 pt presente in Tipoteca in una polizza ristretta e incompleta. I primi rilievi del Griffone sono stati effettuati con la scansione tridimensionale a luce strutturata e la fotogrammetria, solitamente utilizzate per il rilievo di oggetti di piccole e medie dimensioni. Il rilievo del carattere tipografico di dimensioni così piccole non ha dato però i risultati sperati: la peculiare forma dell'oggetto e la ricchezza dei dettagli ha reso impraticabile un'acquisizione fedele delle sue superfici [fig. 02]. Esistono inoltre dei problemi rappresentati dalla scelta dell'inquadratura più adatta e del posizionamento delle luci. Infatti, la combinazione di questi due parametri influisce molto nella valutazione di forme in piccole dimensioni. I riflessi dei metalli con cui sono fabbricati alcuni "tipi" e i sottosquadri delle forme delle lettere incise al vertice rendono la valutazione suscettibile di soggettività.

Riproduzioni digitali: rilievo del carattere stampato

Un'ulteriore serie di tentativi di rilievo è stata condotta sulla riproduzione del carattere stampato. Per una valutazione morfologica del segno bisogna valutare anche la forma incisa sul punzone che rappresenta il vero archetipo del carattere. Per ricostruire la forma del punzone si usa la tecnica del nerofumo [3]. Non avendo a disposizione il punzone, la forma è stata riprodotta con una stampa ben inchiostrata del carattere su carta perfettamente liscia. In questo modo si ha un'impronta del carattere nel suo archetipo originale. L'impronta ottenuta però non è quella che appare nel libro, poiché nel processo di stampa l'inchiostro si espande.

La seconda soluzione per il rilievo della lettera ha previsto quindi l'impressione del carattere su carta semiruvada. Per acquisire questi ultimi rilievi è stato utilizzato lo scanner ottico e la fotografia digitale. Per quanto riguarda la scansione, le variabili per ottenere immagini ad alta risoluzione dipendono dalle dimensioni del documento/



02

oggetto da riprodurre. Esistono inoltre diversi vincoli relativi alle dimensioni del piano di lettura ottico e quelle del file riprodotto. La riproduzione fotografica appare più flessibile ma produce necessariamente distorsioni dovute all'effetto dell'obiettivo [4].

02
Macro-fotografia
della lettera D
appartenente
al carattere Griffio

Archivio vivo

Preso atto della necessità di una metodologia per la conservazione, classificazione e riproduzione in ambiente digitale, si pongono delle questioni riguardo alla fruizione dei materiali conservati. La *user research* effettuata sul pubblico della Tipoteca ha consentito di avviare considerazioni riguardo al possibile utilizzo dei materiali digitalizzati. Sono stati individuati quattro possibili scopi: consultazione, utilizzo a scopo didattico, utilizzo per ispirazione da parte di designer e artisti, utilizzo dei materiali per produzioni commerciali di Tipoteca. L'analisi sperimentale si è focalizzata sul possibile riuso dei caratteri tipografici per nuove produzioni o workshop. Come spesso accade, questi materiali di "archeologia industriale" presentano delle mancanze (ad esempio dei glifi), delle usure o dei particolari che ne possono limitare l'utilizzo. Per questo motivo ci si è riproposti l'obiettivo di realizzare singoli caratteri tipografici con materiali

alternativi. A partire dal carattere Griffio dell'Officina Bodoni si sono testate le potenzialità offerte dalla fabbricazione digitale. Il carattere tipografico in metallo [fig. 02] è stato ridisegnato digitalmente, viste le precedenti considerazioni, per realizzare dei modelli tridimensionali da adoperare nell'esecuzione di nuovi caratteri con i macchinari presenti nei FabLab. I primi prototipi del Griffio sono stati costruiti con legno multistrato mdf e legni duri (pero, noce e frassino) lavorati con la fresa a controllo numerico e il taglio laser.

Ulteriori prototipi sono stati realizzati utilizzando una stampante SLA. I prototipi ottenuti sono stati testati – in termini di resistenza e restituzione del carattere – in una sessione di stampa. Gli esiti ottenuti differiscono al variare della dimensione del carattere: dai 10 ai 16 punti tipografici [fig. 03], nessuna delle lavorazioni utilizzate riesce a replicare adeguatamente le forme del carattere di partenza. I caratteri realizzati con la stampante SLA si dimostrano i migliori sotto l'aspetto visivo, ma presentano scarsi esiti sul piano della resistenza nel tempo, mentre i caratteri di dimensioni comprese tra i 24 e i 48 punti tipografici risultano più resistenti durante la stampa. Tra le lavorazioni, la riproduzione con stampante SLA ha ottenuto i migliori risultati. Attualmente la riproduzione di un carattere tipografico con la stereolitografia a controllo numerico si limita ai caratteri con una dimensione maggiore i 24 pt: al di sotto di questa dimensione i materiali prodotti perdono la definizione dei profili e la robustezza [fig. 04].

03



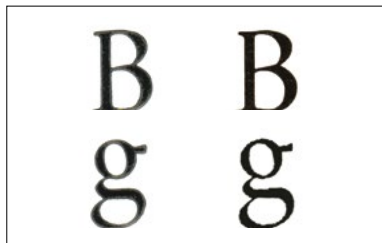
03
Caratteri in legno di pero
con taglio laser. Da sx verso dx:
12 pt, 16 pt, 24 pt, 48 pt

Il recupero della produzione artigianale

Se, come afferma De Fusco (1985, p. 8), il disegno del carattere rappresenta – insieme all’impaginato – il fattore maggiormente progettuale della stampa tipografica, esso costituisce soltanto uno degli elementi che compongono il recupero di un sapere. Gli elementi materici del libro e i processi di produzione editoriale sono stati oggetto di un’ulteriore sperimentazione sviluppata nell’ambito della ricerca, finalizzata a riattualizzare le tecniche di stampa tipografica pre-digitali per mezzo di materiali nuovi.

Le motivazioni che spingono oggi designer e artisti ad utilizzare queste tecniche possono essere ricondotte alla volontà di produrre una serie di oggetti *unic*, frutto di una tecnica secolare eseguita alla perfezione o re-interpretata, producendo volumi che abbiano anche un valore materiale intrinseco. Questo implica scelte progettuali che si traducono nella volontà di utilizzare tecniche di stampa che prevedano l’azione sapiente dell’uomo, di carte che durino a lungo nel tempo e che non ingialliscano, di inchiostri viscosi con una resa che contribuisca a imprimere le forme dei caratteri in maniera nitida e chiara. L’analisi dei processi produttivi ha mostrato un rilevante problema relativo alle risorse: la carta di pura cellulosa è poco sostenibile dal punto di vista ambientale e costosa; l’inchiostro tipografico è sempre più difficile da reperire e presenta componenti a base di oli minerali e metalli pesanti nocivi per la salute. Coerentemente con lo scopo della ricerca, che combina tutela della memoria storica con la riattualizzazione di tali pratiche, sono state avviate ulteriori sperimentazioni. Una prima linea di intervento ha riguardato le carte, osservando la resa delle carte *upcycling* [5] in sostituzione delle carte di pura cellulosa. Le prove di stampa sono state eseguite utilizzando le carte Crush, Remake e Shiro Carta con caratteri tipografici in metallo, in legno e in polimero. Anche se non tutte le carte *upcycling* hanno dato un esito positivo, i risultati finali si sono dimostrati soddisfacenti: le lettere stampate sono nitide e non presentano sbavature [tab. 02] [tab. 03].

04



04
Confronto tra la lettera (B) con stampante SLA e lettera (g) in pero con taglio laser. A dx ingrandimento del Griffone

	Letterpress printability (metal type)	Notes
Favini Crush Kiami, 120 g/m²	<input checked="" type="checkbox"/>	Good results
Favini Crush Corn, 120 g/m²	<input type="checkbox"/>	It doesn't work
Favini Remake - Oyster, 120 g/m²	<input checked="" type="checkbox"/>	Not bad. It works with more ink
Favini Remake - Carpaccio OR Oyster, 120 g/m²	<input type="checkbox"/>	Too porous
Favini Shiro Tree free - Natural, 120 g/m²	<input checked="" type="checkbox"/>	Clear letters
Favini Shiro Echo - White, 120 g/m²	<input checked="" type="checkbox"/>	Clear letters

tab. 02

	Letterpress printability (wood type)	Notes
Favini Crush Kiami, 120 g/m²	<input checked="" type="checkbox"/>	Clear letters
Favini Crush Corn, 120 g/m²	<input checked="" type="checkbox"/>	Clear letters
Favini Remake - Oyster, 120 g/m²	<input checked="" type="checkbox"/>	Clear letters
Favini Remake - Carpaccio OR Oyster, 120 g/m²	<input checked="" type="checkbox"/>	Clear letters
Favini Shiro Tree free - Natural, 120 g/m²	<input checked="" type="checkbox"/>	Clear letters
Favini Shiro Echo - White, 120 g/m²	<input checked="" type="checkbox"/>	Clear letters

tab. 03

Un’ulteriore serie di sperimentazioni è stata condotta utilizzando con le carte *upcycling* un inchiostro “Nero tipografico” prodotto da Hubergroup in base alla formulazione dell’inchiostro tipografico Etelia del 1960. Partendo dunque da un campione di originario, i chimici di Hubergroup hanno analizzato la composizione e riprodotto un nuovo inchiostro dalle caratteristiche meccaniche vicine al campione. Le materie prime utilizzate in questo caso sono a base di oli vegetali e prodotte seguendo gli standard di produzione attuali, nel rispetto dei principi dell’economia circolare. L’inchiostro nella fase di stampa ha avuto una buona prestazione, sia con i caratteri in metallo che con quelli in legno e polimero.

07-08
Stampe tipografiche con caratteri in metallo, carte *upcycling* ed inchiostro tipografico

Conclusioni

Lo studio e le sperimentazioni condotte sottolineano la necessità di una conservazione strutturata e organizzata del materiale che riguarda l’intero processo tipografico e pone nuovi spunti nell’ambito della ricezione culturale del design – si veda ad esempio la necessità di adottare *tools* e vocaboli specifici sia sul versante archivistico che su quello divulgativo.

La ricerca ha dimostrato come un contenitore di collezioni come Tipoteca abbia dunque le potenzialità per esprimere al meglio un’idea di museo tipografico che combini aspetti archivistici – nella doppia veste di esposizione di “pezzi” in loco e di piattaforma digitale – con quelli di officina progettuale.

Il mondo del progetto può contribuire alla costruzione di nuove modalità di presentazione e fruizione del bene, attraverso l'uso degli strumenti del contemporaneo e la condivisione di conoscenze e competenze con storici ed esperti artigiani. L'archivio o la collezione museale possono assumere quindi anche la conformazione di piattaforma, dove le funzionalità sono molteplici e orientate – oltre che a una classica divulgazione *top-down* – alla messa a disposizione di un patrimonio materiale in cui l'uso orientato alla produzione rappresenta una caratteristica intrinseca. Inoltre, oltre alla possibilità per i progettisti di accedere a una *moodboard* di riferimenti dei materiali digitalizzati, è auspicabile una fruizione attiva e contributiva dei contenuti, grazie anche a nuove produzioni. Nonostante il limite tecnologico della riproduzione digitale ponga questioni filologiche importanti, l'operazione di *revival* sperimentata ha offerto una riflessione sulla commistione di conoscenze legate al contesto storico-tecnologico in cui è stato realizzato il carattere tipografico originale con pratiche progettuali contemporanee. I risultati delle sperimentazioni relative ai processi produttivi sono volti, più che al perpetuare produzioni passate, alla realizzazione di sperimentazioni e ibridazioni contemporanee. La stampa tipografica e la sua progettualità acquisiscono così valori e significati sempre nuovi custodendo, attraverso il fare, un patrimonio da non disperdere.

NOTE

[1] Per citarne alcune: Thibaudeau (1921), Novarese (1957), Vox (1961), Panose (1990), Bringhurst (1992), Blackwell (1995), Dixon (2001).

[2] Si precisa, per una maggiore comprensione, che gli elementi centrali della scheda ricalcano quelli della cassa tipografica. Ovvero la famiglia del carattere (il nome) e lo stile (esclusa l'ortografia). Nei caratteri in legno dove quasi sempre è assente un nome della famiglia si potrebbe dare maggior rilevanza agli aspetti formali (le *tag* stilistiche). A tal proposito si propone di consultare la classificazione operata dal Rob Roy Kelly Museum per i caratteri in legno (Dixon, 2018, pp. 120-121).

[3] La tecnica del *nerofumo* (o *fumè*) consiste nel riprodurre un'impronta del punzone su carta, dopo averlo rivestito di fuliggine prodotta dal contatto con una fiamma viva.

[4] A questo proposito si rimanda al metodo sviluppato da Riccardo Olocco (2018, pp. 1-19).

[5] Carte ottenute dalla miscela della pasta di cellulosa con gli scarti agro-alimentari, di pelle ecologica o di sostanze vegetali.

REFERENCES

Carter Harry, *A view of early typography up to about 1600*, Hyphen Press, Londra, [1969] 2002, pp. 208.

Steinberg, Sigfrid Henry, *Cinque secoli di stampa*, Torino, Einaudi, 1982, pp. 379.

De Fusco Renato, *Storia del design*, Roma-Bari, Editori Laterza, 1985, pp. 324.

Moret Oriol, "El fondo de la Fundición Tipográfica Bauer. Un modelo metodológico para la clasificación del material tipográfico", *Box*, 2002, s.p.

De Pasquale Andrea, "I progetti di digitalizzazione del Museo Bodoniano di Parma", *Digitalia*, n. 2, 2010, pp. 135-143.

Kinross Robin, "What is a Typeface?", pp.113-130, in Robin Kinross (a cura di), *Unjustified Texts*, Londra, Hyphen Press, 2011.

Dixon Catherine, "Systematizing the platypus: a perspective on type design classification", pp 89-133 in Eric Kindel (a cura di), *Typeform dialogues*, London, Hyphen Press, [2012] 2018, pp.134.

Kupferschmid Indra, "Type classifications are useful, but the common ones are not", 2012 disponibile in <http://kupferschrift.de/cms/2012/03/on-classifications/> [30 settembre 2019]

Eucalipto Davide, *Metamorfosi tipografiche, Analisi storica, stilistica e metrica dei caratteri da stampa pubblicati dalla Nebiolo dal 1900 agli anni '40* (tesi di Diploma di secondo livello in Design, editoria e comunicazione, Isia Urbino, relatore Luciano Perondi), 2016, pp. 635.

Passerini Lucio, "I predatori dei tipi perduti", *Progetto Grafico* n. 28, 2016, p. 32.

Olocco Riccardo (a cura di), *A methodology for analysis of 15th-century roman type*, (research seminar of the Department of Typography & Graphic Communication, University of Reading, 11 gennaio 2018), 2018, pp. 19.

Bonini Lessing Emanuela, Bulegato Fiorella, Farias Priscila Lena, "Tipografia come New Craft. Riflessioni storiche e pratiche di riattualizzazione", *MD Journal*, n. 7, 2019, pp. 146-158.

Libri e Booktrailer accessibili

Il design editoriale come bene culturale per tutti

Dina Riccò Politecnico di Milano, Dipartimento di Design
dina.ricco@polimi.it

Il testo declina il tema del design come bene culturale applicato al prodotto editoriale libro, stampato e digitale, e alla sua comunicazione audio/video (booktrailer), per sostenere l'importanza sociale della progettazione di artefatti comunicativi accessibili a tutti. Discute la funzione della traduzione, intersemiotica e sinestesica, come uno dei modi che il progettista può applicare per rendere i contenuti accessibili in presenza di disabilità sensoriali. Sono presentati i risultati di un'esperienza didattica, condotta con studenti della Scuola del design del Politecnico di Milano [1].

Accessibilità, Traduzione, Booktrailer, E-book, Audiolibri

The text declines the theme of design as a cultural asset applied to the editorial product book, printed and digital, and to its audio / video communication (booktrailer), to support the social importance of the design of communicative artefacts accessible to all. It discusses the function of translation, intersemiotic and synaesthetic, as one of the ways the designer can apply to make content accessible in the presence of sensory disabilities. The results of a didactic experience are presented, conducted with students of the Design School of the Politecnico di Milano [1].

Accessibility, Translation, Booktrailer, E-book, Audiobooks

Il libro come bene culturale accessibile

La valorizzazione del libro come bene culturale, inteso nell'accezione di Di Franco (2008) – quale testimonianza storico-culturale portatrice sia di un messaggio scritto, sia di un messaggio espresso con la fisicità delle componenti strutturali e materiali – rende necessaria una particolare attenzione alle possibilità e ai limiti del fruitore. *Valorizzare*, nel senso di diffonderne la conoscenza e agevolare l'accesso ai singoli beni, come definito dal *Codice dei beni culturali e del paesaggio* (2004), di un bene culturale come il libro, significa, tra le altre cose, consentirne a tutti l'accessibilità. Un libro, e più in generale un bene culturale, è accessibile quando il suo uso non incontra barriere, fisiche ed economiche, così come culturali, linguistiche, percettive. Un bene culturale è pertanto accessibile quando è capace di comunicare con le persone, quando permette una facile riconoscibilità, fruibilità, comprensibilità.

Il Ministero per i beni e le attività culturali, nel *Piano della performance 2019-2021*, indica fra gli obiettivi da perseguire quello di «innalzare i livelli di accessibilità del patrimonio culturale al fine di ampliare la fruizione dei luoghi della cultura a favore dei fruitori con esigenze specifiche» (p. 25). I luoghi della cultura per i libri – le biblioteche *in primis* – possono essere resi accessibili, com'è ovvio, eliminando le barriere architettoniche, ma anche prevedendo servizi che diversificano le modalità di accesso al patrimonio librario, disponendo di cataloghi on line (Opac) nel rispetto dei requisiti WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), includendo altresì il progetto di libri e documenti, dai diversi formati digitali, accessibili con modalità sensoriali differenti, dall'ebook all'audiolibro.

Significativo in tal senso il progetto nazionale “Libro parlato. Audiolibri su web per disabili visivi e dislessici, rete Biblioteche Statali”, realizzato dall'Associazione Libro Parlato dei Lions in collaborazione con la Direzione generale Beni Librari del Ministero per i Beni e le Attività culturali e le Biblioteche Statali, un servizio che rende disponibili oltre 7.000 audiolibri realizzati da “donatori di voce” (MiBAC, 2007, p. 24; www.libroparlatolions.it), coinvolgendo oltre all'Istituto per i beni sonori e audiovisivi, 23 biblioteche statali.

Valorizzare rendendo accessibile il bene culturale libro, significa pertanto assicurargli quelle «adeguate forme di godimento pubblico» che gli *Atti della Commissione Franceschini* (Dichiarazione XVII, 1967) indicavano come azione necessaria per tutti i beni culturali.

Il tema dell'accessibilità, non solo al libro, ma più in generale al patrimonio culturale, è intrinseco ai fini della valorizzazione, come dichiarato dallo stesso Ministero (MiBAC, 2017, p. 9) che istituisce nel 2016 il profilo del

01a



01a

Frame dal
booktrailer:
Italo Calvino,
*Il Cavaliere
inesistente*.
Studenti:
Allegra Colombo,
Martina Giordano,
Gianluca Misto

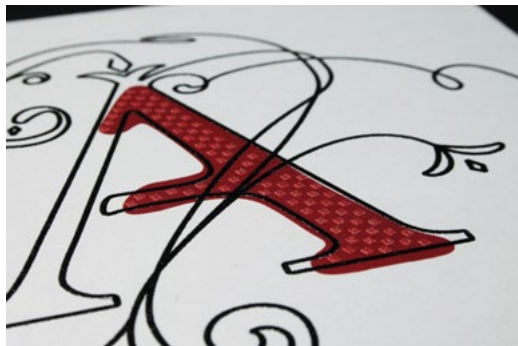
responsabile sui temi dell'accessibilità presso i luoghi della cultura statali (MiBAC, 2017, p. 33).

L'accessibilità ai contenuti

La Commissione al Parlamento Europeo in una Comunicazione relativa alla strategia europea sulla disabilità 2010-2020 per un'Europa senza barriere, definisce il termine *accessibilità* nel modo seguente: «“Accessibility” is defined as meaning that people with disabilities have access, on an equal basis with others, to the physical environment, transportation, information and communications technologies and systems (ICT), and other facilities and services» (Bruxelles, 2010).

Il concetto di accessibilità nasce in concomitanza con la diffusione e la moltiplicazione dei contenuti sul web ed entra nella normativa per garantire, innanzitutto alle persone con disabilità, l'accesso alle informazioni e ai contenuti digitali. In Italia è con la Legge 4/2004 – “Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici” – che s'introducono obblighi di accessibilità per le pubbliche amministrazioni e si definiscono, con i decreti

01b



01b

Traduzione tattile
dettaglio e scena
dal booktrailer:
Italo Calvino,
*Il Cavaliere
inesistente*.
Studenti:
Allegra Colombo,
Martina Giordano,
Gianluca Misto

attuativi successivi, i requisiti di accessibilità che i siti web pubblici devono rispettare.

In tale legge il concetto di accessibilità è così definito: «si intende per: a) “accessibilità”: la capacità dei sistemi informatici, nelle forme e nei limiti consentiti dalle conoscenze tecnologiche, di erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o configurazioni particolari».

La centralità dei contenuti digitali non può tuttavia essere intesa come “esclusività”, ovvero l'accessibilità è da intendere requisito fondamentale alla base del *design for all* riguardante ogni progetto, quindi non limitabile alla tecnologia digitale e neppure alle sole persone con disabilità. Questo per due principali motivi:

- tutte le persone, in determinate circostanze, periodi della vita, nella malattia, in età avanzata, si trovano ad avere limiti fisici e/o percettivi. Come affermano Persson, et al. (2014): «All persons have different abilities and disabilities, making it impossible to decide who is and who is not disabled, which taps into the ethical stance of equality formulated in the UN Human Rights convention»;
- gli impedimenti all'accesso riguardano – oltre alle barriere fisiche o percettive – le barriere linguistiche e culturali, ovvero la comprensibilità di un contenuto, pensiamo alla fruizione in un differente contesto geografico o territoriale, coinvolgono tutti, indipendentemente dalle abilità.

La recentissima Direttiva Europea 882/2019 sui requisiti di accessibilità dei prodotti e dei servizi, che ha come riferimento la precedente convenzione ONU (13.12.2006) sui diritti delle persone con disabilità, dimostra la grande attualità e l'urgenza di studiare soluzioni innovative per pervenire a un design accessibile, evidenziandone i benefici per tutti.

La necessità di prodotti e servizi accessibili è ovvia per persone con disabilità, ma non a queste esclusiva. La Direttiva introduce un importante concetto che scinde i limiti di accesso da una specifica categoria di soggetti, ovvero parla di “persone con limitazioni funzionali” intendendo con esse in generale le limitazioni delle prestazioni connesse con il corpo umano, permanenti o temporanee – che possono coinvolgere un'ampia gamma di soggetti, dalle persone anziane alle donne in gravidanza, alle persone che viaggiano con bagaglio – tali da richiedere il progetto, o l'adeguamento, di prodotti e servizi a specifiche esigenze.

Nell'Allegato I della Direttiva, intitolato “Requisiti di accessibilità per prodotti e servizi”, troviamo indicazioni ricorrenti, richieste in più condizioni, importanti da applicare anche nel design dei prodotti editoriali:

- le informazioni devono essere rese disponibili attraverso più di un canale sensoriale;
- le informazioni devono essere presentate in modo comprensibile;
- le informazioni devono essere presentate in modalità percepibili.

In sostanza un bene culturale è accessibile quando è anche pluriregistro, comprensibile, percepibile.

Tradurre per rendere un contenuto accessibile

Rendere accessibile un bene culturale, e nello specifico un prodotto editoriale, significa renderlo leggibile con modalità sensoriali differenti, tradurre quel contenuto per far sì che funzioni su dispositivi e formati, grafici e tecnologici, differenti. Possiamo così trovare uno stesso libro a stampa disponibile in versione ebook, a sua volta in formati e per piattaforme differenti, leggibili e ascoltabili con uno *screen reader* – in cui il testo è tradotto in voce sintetica o in impulsi su una barra Braille – o ancora in audiolibro.

Il tema della traduzione, innanzitutto linguistica, ha da sempre avuto un ruolo fondamentale per la circolazione delle idee. Tullio Gregory afferma che «La storia della civiltà è sempre un tradurre, per rendere accessibili testi che altrimenti rimarrebbero ignoti» e non solo testi, ma anche «esperienze, miti, valori, modelli» (Gregory, 2015).

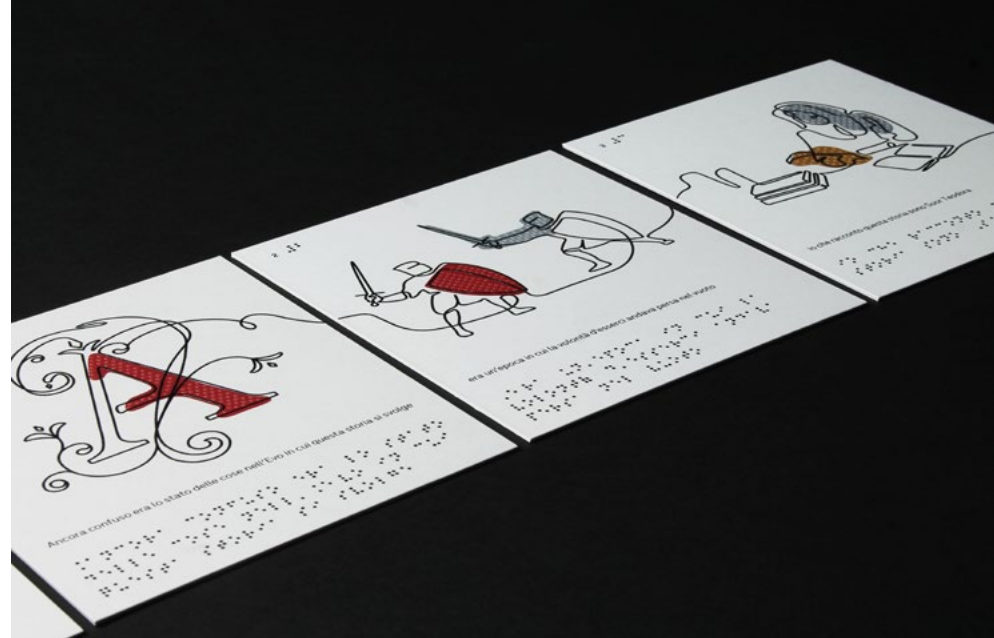
A fondamento della funzione principale della traduzione troviamo quindi proprio il concetto di accessibilità a un testo, o più genericamente a un contenuto che, se non tradotto, rimarrebbe ignoto.

Un libro, e più in generale un contenuto può rimanere inaccessibile, e pertanto sconosciuto, a vari livelli:

- a livello informativo, perché non ne supponiamo neppure l'esistenza;
- a livello interlinguistico, perché non disponiamo degli strumenti per tradurle (comprenderne) i contenuti;
- a livello percettivo, per la presenza di barriere percettive.

È quest'ultimo aspetto in particolare che affronteremo nel seguito. I modi per tradurre un libro stampato e renderlo percettivamente accessibile sono oggi tecnicamente possibili – in particolare con ebook e audiolibri – e da alcuni anni anche con servizi che guidano e promuovono la cultura dell'accessibilità ai contenuti.

Da citare in particolare il progetto LIA (Libri Italiani Accessibili), nato nel 2014 e finanziato dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali e del Turismo, una piattaforma online che raccoglie 20.000 titoli di ebook accessibili, ovvero ebook in formato EPUB che seguono le linee guida internazionali sull'accessibilità: «Un ebook accessibile», si legge sulla piattaforma, «è un ebook il cui contenuto può essere



01c

adattato a diverse esigenze di lettura utilizzando anche le tecnologie assistive normalmente usate dalle persone non vedenti e ipovedenti (ad esempio *screen reader* e software di videoingrandimento)» [2].

La traduzione e resa accessibile dei contenuti è relativamente semplice per testi di narrativa privi di immagini, più complessa e difficilmente generalizzabile nelle soluzioni quando il libro è articolato, nella struttura, ma soprattutto nell'apparato iconografico.

Libri e Booktrailer accessibili

I requisiti di accessibilità che chiediamo ai prodotti editoriali, sono altresì necessari nella comunicazione degli stessi. Ovvero: se un libro è progettato per essere accessibile a non vedenti, ma non lo è la sua comunicazione, sia essa visiva o audiovisiva, stampata o digitale, è evidente che lo stesso libro diviene inaccessibile, in quanto rimane sconosciuto.

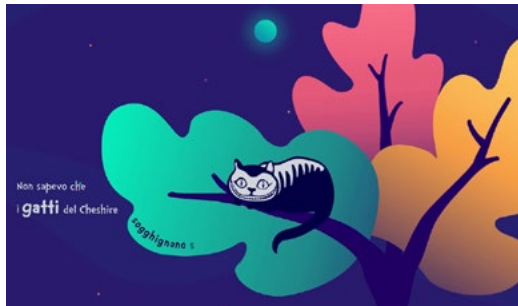
La comunicazione visiva sul libro, in particolare digitale, è facilmente traducibile: un sito web che segue le linee guida WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), o un semplice file pdf, sono leggibili da qualsiasi smartphone, disponiamo di utility appositamente progettate per favorire l'accessibilità dei contenuti in cui una voce parlante descrive quanto appare sullo schermo (vedi *VoiceOver*, Apple Inc).

La comunicazione audiovisiva del bene culturale libro, considerandone l'accessibilità, è nel contempo più semplice e più complessa. Più semplice perché offrendo contenuti su due registri sensoriali, l'uno può farsi vicario dell'altro;

01c

Traduzione tattile dettaglio e scena dal booktrailer: Italo Calvino, *Il Cavaliere inesistente*.
Studenti: Allegra Colombo, Martina Giordano, Gianluca Misto

02a



02a

Frame dal
booktrailer:
Lewis Carroll,
*Alice nel paese
delle meraviglie*.
Studenti: Federica
Campanelli,
Chiara Fabretti,
Valentina Verderio

più complessa perché non disponiamo di esperienze consolidate sulla comunicazione audiovisiva breve accessibile. Il confronto possibile è con l'accessibilità al prodotto audiovisivo cinematografico, con le tecniche di audio-descrizione per non vedenti e la trascrizione del parlato per non udenti. Tuttavia forme audiovisive brevi e lunghe hanno finalità comunicative differenti, necessitano pertanto di tecniche specifiche.

Il *booktrailer* – la forma di artefatto audio/video con la funzione di comunicare e promuovere la lettura di un libro – è definibile, come ben esprime Carlotta Niccolini, un «minifilmato che in pochi secondi dovrebbe riassumere il “sapore” di un libro» (Niccolini, 2007, p. 15).

Come restituire, comunicare, tradurre in immagini e suoni i contenuti di un saggio, di un romanzo, di un libro illustrato? Come comunicarne l'essenza in forma sintetica, e nel contempo espressiva, non didascalica, esprimendone appunto il “sapore”? Come poi tradurre tale contenuto per far sì che sia accessibile in diverse condizioni e limiti sensoriali?

In una intervista Paolo Ambrosi (Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti), in occasione del *BookTrailer Film Festival* (2014) [3] precisa che ci sono due modi per rendere accessibile un booktrailer ai disabili visivi: integrando al booktrailer una componente audio aggiuntiva che commenta le immagini con testi o suoni significativi, una traccia – da trasmettere, ad esempio, in cuffia – da ascoltare anche con strumenti personali, uno smartphone o un pc; integrando al booktrailer un documento in Braille, con la traduzione delle informazioni solo visive, che un non vedente può leggere in concomitanza alla proiezione.

Un'esperienza didattica

Sollecitati da queste indicazioni, abbiamo proposto agli studenti del nostro laboratorio, presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano, di sperimentare soluzioni non

convenzionali per rendere accessibili, o comunque leggibili, brevi filmati in forma di booktrailer. Per accessibilità abbiamo inteso la possibilità di comprendere, e apprezzare esteticamente, il messaggio, anche in quelle condizioni personali o ambientali che non consentono la percezione di una delle due componenti, audio o video.

Tutti i progetti sono stati realizzati nel Laboratorio di Artefatti e sistemi complessi (docenti: Dina Riccò e Gian Luca Balzerano, cultori della materia: Alberto Barone, Giulia Martimucci, Alessandro Zamperini), nel Corso di laurea magistrale in Design della comunicazione, Politecnico di Milano, a.a. 2018-19 [4].

Metodo

Materiale di partenza una selezione, fatta dalla docenza, di audiolibri presenti nel canale “Ad Alta Voce” di Rai Radio 3, una raccolta che si autodefinisce la «più grande biblioteca di audiolibri italiana» [5]. Nel canale sono presenti racconti e romanzi di autori e titoli molto conosciuti, letti da attrici e attori italiani. Sono quindi stati utilizzati testi già in formato accessibile.

Il percorso di progetto è stato distinto in due fasi. Nella prima i gruppi di studenti sono stati invitati a studiare il libro assegnato e a realizzare sullo stesso un booktrailer, traducendo il contenuto del libro in motion graphic con un breve filmato della durata di circa 120 secondi, in cui perseguire una relazione sinestesica fra il parlato, i tempi della lettura e la sua espressività, e il progetto di grafica cinetica.

02b

Traduzione
tattile scena
dal booktrailer:
Lewis Carroll,
*Alice nel paese
delle meraviglie*.
Studenti: Federica
Campanelli,
Chiara Fabretti,
Valentina Verderio



02b

In questa fase non è stato fatto alcun riferimento al requisito dell'accessibilità.

Nella seconda fase gli studenti, dopo l'analisi critica del booktrailer realizzato in fase 1, fatta ipotizzando una fruizione solo audio o solo video seguendo il metodo delle mascherature di Michel Chion (1990), sono passati al riprogetto del booktrailer, integrato da altri artefatti in funzione dei requisiti di accessibilità.

Nella valutazione e nel progetto dell'accessibilità due sono stati i principali obiettivi:

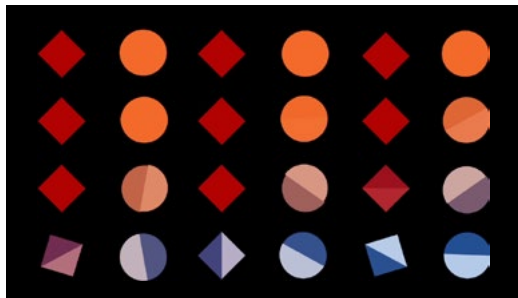
- considerare il progetto nella sua totalità, ovvero intendere l'accessibilità non un elemento aggiuntivo, ma integrante del booktrailer;
- rivolgere il progetto alla totalità dei soggetti, ovvero non limitarne l'uso a una categoria di abilità/disabilità sensoriale, quindi fruibile e apprezzabile da tutti nella sua interezza.

Queste scelte sono state dettate dall'analisi propedeutica di casi di audiovideo accessibili. Uno dei principali limiti riscontrati nei filmati che fanno uso di audiodescrizione per non vedenti o di sottotitolazione per non udenti, è proprio l'esclusività dell'utenza di riferimento, rivolta cioè solo al disabile visivo, pensata come componente aggiuntiva e postuma al progetto.

A ciò si accostano limiti nella qualità estetica della componente accessibile, incentrata soprattutto sulla funzione informativa, tralasciando l'espressività, l'immersività, la coerenza grafica (nel caso della sottotitolazione), l'integrazione dei diversi livelli linguistici (figurale, verbale orale e tipografico, musicale, ecc.).

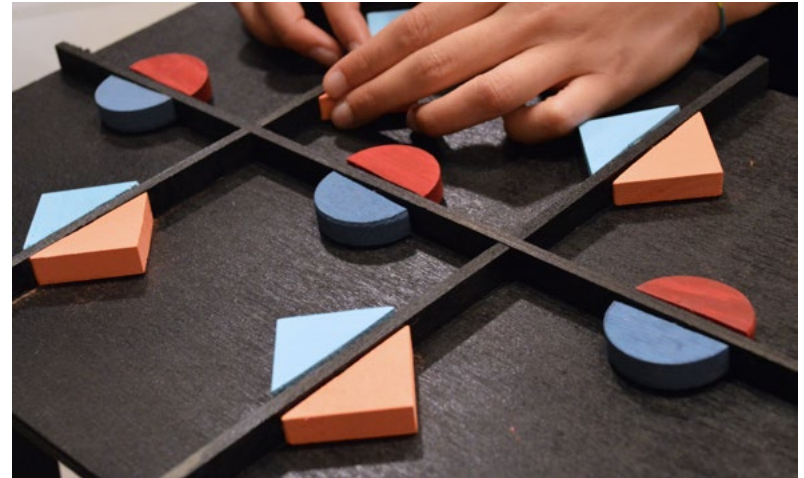
Un interessante studio condotto da Cómित्रe Narváez e Sedano Ruiz (2019) dell'Università di Malaga, legge in modo critico l'uso standardizzato dei sottotitoli attualmente in uso (Norma UNE 153010, "Subtitulado para personas sordas y personas con discapacidad auditiva"), rilevando come l'uniformità talvolta ostacoli la comprensibilità. Le

03a



03a

Frame dal booktrailer: Italo Calvino, *Il Visconte dimezzato*.
Studenti: Alice Cassanmagnago, Teresa Cremonesi, Valentina Pagano



03b

due autrici propongono, in particolare per i bambini che hanno problemi d'udito, il progetto di sottotitoli in cui il parlato sia tradotto in modo espressivo, dove cioè sia progettata la relazione fra i caratteri sonori del parlato e il loro corrispettivo tipografico. La sinestesia esplicita, pur non dichiarata, di questa proposta è stata anch'essa fonte ispiratrice per le soluzioni di progetto [6].

Agli studenti è stato richiesto di ricercare una congruenza sinestesica audio/video/aptica, intervenendo su due registri comunicativi: lavorando sull'intonazione del carattere (nell'accezione di Bellantoni, Woolman, 1999), di tutta la tipografia, ovvero non solo della traduzione del parlato (sottotitoli); lavorando sulla traduzione audio/tattile della grafica cinetica.

Risultati

Quest'ultimo punto ha portato a soluzioni classificabili in quattro diverse scale spaziali, con un livello di traduzione della grafica del booktrailer che procede progressivamente dalla bidimensionalità del foglio, alla spazialità ambientale:

- la grafica tradotta come superficie esplorabile tattilmente;
- la grafica tradotta come stratificazione di sagome;
- la grafica tradotta come modello tridimensionale;
- la grafica tradotta come spazio ambientale.

Nel seguito alcuni esempi rappresentativi realizzati dai gruppi di studenti.

Nella [fig. 01a] un frame dal booktrailer sul libro di Italo Calvino *Il Cavaliere inesistente* e in [fig. 01b] [fig. 01c] la traduzione tattile in dodici tavole corrispettive di altrettan-

03b

Traduzione tattile scena dal booktrailer: Italo Calvino, *Il Visconte dimezzato*.
Studenti: Alice Cassanmagnago, Teresa Cremonesi, Valentina Pagano

04a



04a

Frame dal
booktrailer:
Hermann Hesse,
*Il giuoco delle
perle di vetro*.
Studenti:
Francesca Cicala,
Diego Morra,
Elena Ricagno

te scene, pensate per una fruizione in libreria nei momenti di promozione della lettura del libro. Ogni tavola consente letture a più livelli tattili: la linea in rilievo consente di accostare le tavole nella corretta sequenza, così come la doppia numerazione alfabetica/Braille; le campiture colorate sono tradotte in texture a rilievo a seguito della definizione di un codice di corrispondenze fra i sette colori utilizzati nel video e altrettante texture in rilievo con stampa UV.

Nella [fig. 02a] un frame dal booktrailer sul libro di Lewis Carroll, *Alice nel paese delle meraviglie* e in [fig. 02b] la traduzione esplorabile tattilmente di una stratificazione di sagome, ad indicarne la diversa relazione prossemica, racchiuse in cofanetti in corrispondenza ad ogni scena.

Nella [fig. 03a] un frame dal booktrailer sul libro di Italo Calvino, *Il Visconte dimezzato* e in [fig. 03b] la traduzione tridimensionale delle figure geometriche presenti sullo schermo, in una versione ludica sul concetto di divisibilità/unificazione.

Nella [fig. 04a] un frame dal booktrailer sul libro Hermann Hesse, *Il giuoco delle perle di vetro*, organizzato su un doppio schermo che ha nella parte superiore la configurazione grafica e nella parte inferiore la traduzione in LIS (Lingua dei Segni Italiana) della voce narrante, e in [fig. 04b] un'installazione che si sviluppa in nove ambienti con l'intento di tradurre la narrazione con una trasposizione e un coinvolgimento della totalità del corpo.

Questi sono solo alcuni degli esempi realizzati che nell'insieme costituiscono una sorta di campionario di possibilità traduttive a testimonianza della varietà di possibilità a sostegno di una diversificazione delle soluzioni che variano in relazione al contesto, alle funzioni comunicative, all'utenza di riferimento, al fine di favorire una migliore comprensibilità del messaggio e un maggiore coinvolgimento del lettore.

Conclusioni

Sul libro come bene culturale accessibile non disponiamo di linee guida che possano costituire riferimento fondativo del progetto o della sua valorizzazione. Le indicazioni esistenti, anche normative, riferibili all'accessibilità riguardano essenzialmente – se consideriamo con Di Franco (2008) sia la fisicità dell'oggetto, sia i contenuti – da un lato le piattaforme, dall'altro la componente verbale del testo. Rimangono escluse oltre alle componenti figurali, l'articolazione dei contenuti interni ed esterni di ciò che chiamiamo “libro”.

L'esperienza didattica descritta ha preso come oggetto di studio e di progetto una componente editoriale che Genette (1987) chiamerebbe epitetuale del libro, ovvero informativa e promozionale, esterna al libro, ma integrante al suo contenuto; gli esiti documentano le categorie di possibilità tecniche ed espressive per la comunicazione e la valorizzazione del libro nella sua totalità testuale/paratestuale. Punti di forza sono: il coinvolgimento sensoriale ampliato, e con esso il tentativo di rispondere ad una funzione sociale inclusiva e rispettosa delle diversità; la categorizzazione dell'articolazione di soluzioni possibili, tecniche, linguistiche, espressive, che variano in relazione alle funzioni comunicative specifiche e ai contesti d'uso.

I limiti, o comunque il passo successivo da compiere, richiede la definizione di uno strumento di verifica delle soluzioni proposte, una fase di test su un campione significativo di soggetti, per poterne valutare l'efficacia comunicativa, l'effettiva leggibilità – in particolare per gran parte dei lavori che prevedono una lettura tattile – e la comprensibilità dei contenuti da parte di soggetti con differenti abilità. Lo studio di una componente epitetuale del libro (il booktrailer), in un percorso didattico in cui l'analisi è successiva, segue la fase di progetto, offre allo studente il vantaggio dell'acquisizione di una consapevolezza della problematicità, unita al valore sociale che il tentativo di soluzione si propone. La valorizzazione del libro come bene culturale, ed in particolare accessibile, si compie se affrontato nella sua totalità.

04b



04b

Traduzione
spaziale scena
dal booktrailer:
Hermann Hesse,
*Il giuoco delle
perle di vetro*.
Studenti:
Francesca Cicala,
Diego Morra,
Elena Ricagno

NOTE

[1] Tutti i progetti sono stati realizzati nel Laboratorio di Artefatti e sistemi complessi, proff. Dina Riccò e Gian Luca Balzerano, cultori della materia: Alberto Barone, Giulia Martimucci, Alessandro Zamperini, corso di laurea magistrale in Design della comunicazione, Politecnico di Milano, a.a. 2018-19.

[2] <https://catalogo.fondazioneia.org/> (Settembre, 2019). Sulla piattaforma sono elencate le caratteristiche – sia relative la struttura dei contenuti, sia il progetto grafico – che rendono accessibile un ebook.

[3] https://www.booktrailerfilmfestival.eu/learn_single_video.php?id=7 (Settembre, 2019).

[4] Una selezione di progetti relativi a più A.A. è pubblicata nel canale YouTube Sinestesie.it (<https://www.youtube.com/user/Sinestesieit/>) (Settembre, 2019).

[5] <https://www.raiplayradio.it/programmi/adaltavoce/archivio/audiolibri/> (Settembre, 2019).

[6] Una sperimentazione sul progetto di sottotitoli in congruenza sinestesica con le emozioni è stata condotta in Fernandez (2019).

REFERENCES

Genette Gérard, *Seuils*, Paris, Éditions du Seuil, **1987** (tr. it. *Soglie. I dintorni del testo*, Torino, Einaudi, 1989, pp. 451).

Chion Michel, *L'audio-vision. Son et image au cinéma*, Paris, Nathan, 1990 (tr. it. *L'audiovisione. Suono e immagine nel cinema*, Torino, Lindau, **1997**, pp. 264).

Bellantoni Jeff, Woolman Matt, *Type in Motion: Innovations in Digital Graphics*, Thames & Hudson, 1999 (tr. it. *Moving type: progettare per tempo e spazio*, Milano, Progetto Editrice, **2001**, pp. 160).

Niccolini Carlotta *Corriere della sera*, Cronache, 22 aprile **2007**, p. 15. Cit. in voce "minifilmato", Enciclopedia Treccani online, disponibile in <http://www.treccani.it> [Settembre 2019]

MiBAC, *I beni culturali per il cittadino*, Roma, Edizioni MP Mirabilia, **2007**, pp. 168.

Erlanson Robert F., *Universal and Accessible Design for Products, Services, and Processes*, Boca Raton (FL), CRC Press / Taylor & Francis Group, **2008**, pp. 288.

Di Franco Maria Chiara, "La tutela del bene culturale libro", *Economia della Cultura*, n. 2, **2008**, pp. 291-296.

Riccò Dina, *Sentire il design. Sinestesie nel progetto di comunicazione*, Roma, Carocci, **2008**, pp. 220.

Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, European Disability Strategy 2010-2020: A Renewed Commitment to a Barrier-Free Europe, Brussels, 15.11.2010, disponibile in <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX:52010DC0636>. [Settembre 2019]

Perego Elisa, Taylor Christopher, *Tradurre l'audiovisivo*, Roma, Carocci, **2012**, pp. 277.

Riccò Dina, Caratti Elena, Bustamante Cibebe, "Synaesthetic access to Visual contents: audio description of films for visually impaired people", pp. 600-611, in *Senses & Sensibility in Lisbon*. (Proceedings of the UNIDCOM/IADE's, 6th International Conference, Lisbon, 6th, 7th, 8th October 2011), IADE-Creative University International Conference, Portugal, **2012**.

Persson Hans, Ahman Henrik, Yngling Alexander Arvei, Gulliksen Jan, "Universal design, inclusive design, accessible design, design for all: different concepts one goal? On the concept of accessibility, historical, methodological and philosophical aspects", *Universal Access in the Information Society*, n. 14/4, May **2014**.

Levi Fabio, *L'accessibilità alla cultura per i disabili visivi. Storia e orientamenti*, Torino, Zamorani Editore, **2015**, pp. 166.

Gregory Tullio, "Traduzione/Translation", Conferenza magistrale, *Festival Filosofia*, Carpi (Modena), 19 Settembre **2015**.

Riccò Dina, "Traduzioni sinestesiche. Teorie e pratiche per il progetto dell'accessibilità ai contenuti", pp. 151-172, in Giovanni Baule, Elena Caratti (a cura di), *Design è traduzione*, Milano, Franco Angeli, **2016**, pp. 278.

Cetorelli Gabriella, Guido Manuel R. (a cura di), *Il patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*, MiBAC, Quaderni della valorizzazione – NS4, Direzione generale Musei, Roma, **2017**, pp. 202.

MiBAC, *Piano della performance 2019-2021*, disponibile in http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1554220382749_Piano_della_performance_2019.pdf [Dicembre 2019]

Direttiva (UE) 2019/882 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 aprile **2019** sui requisiti di accessibilità dei prodotti e dei servizi, *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*, 7.6.2019, disponibile in <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0882&from=EN> [Settembre 2019]

Fernandez Alicia Paule Gonzalez, *Eyes to hear. A study about an accessible way to translate music in film* (tesi di laurea magistrale in Design della comunicazione, relatore Dina Riccò, Politecnico di Milano), **2019**.

Cómitre Narváez Isabel, Sedano Ruiz Esther, "Sous-titrage créatif pour enfants sourds et malentendants: les contes au cinéma", *Palimpsestes. Revue de traduction*, n. 32, **2019**, pp. 203-222, disponibile in <https://journals.openedition.org/palimpsestes/3635?lang=en> [Settembre 2019]

