

IL TEMA

adm

Text by  
Giovanni Damele

# Comunicare, valorizzare, tutelare

Il design per i beni culturali:  
un settore strategico capace  
di favorire lo sviluppo

*Communicating,  
promoting,  
preserving*

*Design for cultural  
heritage: a strategic  
sector that can  
foster development*

7 | Museo Storico Perugia  
Perugia 1997

Ph. courtesy of Gobetto

A metà degli anni Sessanta, Tomás Maldonado, il geniale architetto, teorico e pittore argentino, scriveva: "Bisogna smettere di occuparsi della creazione di oggetti esemplari ma isolati. Il progettista non ha la funzione di far accrescere l'irrazionale devozione per le merci, ma innanzitutto di conferire struttura e contenuto all'ambiente umano". C'è a ben vedere, in questa frase, molto di quel che abbiamo già cercato di affrontare parlando di etica del design, almeno nell'attenzione alla società e, oggi, nella necessità di una maggiore attenzione nei confronti dell'ambiente naturale. Ma per un paese come l'Italia, quest'attenzione ha almeno un altro importante obiettivo: il patrimonio artistico e culturale. Si tratta di un campo in cui il design va conquistando un ruolo sempre più rilevante, ma che ancora viene sottovalutato, nonostante non manchino pubblicazioni di valore sul tema, tra cui il testo di Eleonora Lupi, *Il design dei beni culturali* (Franco Angeli, Milano 2009), che recensiamo in questo numero. Ma quali sono le coordinate del design per i beni culturali? Jacques Derrida, del quale abbiamo presentato recentemente gli scritti sull'architettura, ha sottolineato "l'intersezione tra architettura, letteratura, musica e storia". Tale approccio multidisciplinare, indubbiamente rilevante in campo architettonico, sembra particolarmente calzante per l'applicazione ai beni culturali delle tecniche del design. Almeno, se queste tecniche vogliono tradursi, com'è necessario in questo caso, non in una comunicazione in sé, ma nella comunicazione di contenuti. Qui sta infatti il ruolo strategico del design per lo sviluppo di zone a forte concentrazione di beni culturali: la valorizzazione del territorio passa anche, anzi si potrebbe dire soprattutto, nel caso italiano, per una tutela e una gestione corretta dei beni culturali. E la lettura, l'analisi,

la comprensione, la comunicazione dei beni culturali costituiscono una sfida aperta, per quanto complessa, per il design. La complessità del compito, del resto, appare da sé. C'è anzitutto la necessità di mettere in campo interventi rispettosi del patrimonio storico artistico, non invadenti, quanto più e quanto meglio contestualizzati possibile. D'altro canto, occorre forse evitare un linguaggio citazionista o, peggio ancora, vernacolare. Ma, quel che più conta, è necessario che l'intervento presenti a prima vista, in maniera immediata, una sua capacità di analisi e, ancor di più, la capacità di fornire quante più informazioni possibili. Questo è, probabilmente, l'autentico valore aggiunto della declinazione in quest'ambito delle tecniche del design, e sicuramente costituisce il nocciolo delle loro potenzialità comunicative. Potenzialità che potranno essere ulteriormente sfruttate nel caso del cosiddetto patrimonio immateriale, la cui valorizzazione è tanto più complessa quanto più necessaria in un paese, come l'Italia, che ha perso molte posizioni in questo campo rispetto ai suoi diretti concorrenti. Ma l'approccio multidisciplinare, cui si accennava prima, mette in campo una flessibilità di azione che non si limita al confronto con discipline diverse, rispetto al design, ma che si estende a una capacità di agire in modo multisettoriale anche all'interno delle tecniche di progettazione. Ci sono, sicuramente, interventi vicini, per caratteristiche, al design industriale: progettazione di strutture e di strumenti di lettura. Ma occorrono competenze di interior design e, particolarmente, di info-grafica. Soprattutto, occorre saper interpretare in maniera corretta il proprio intervento, cercando di comprendere anzitutto che cosa occorra valorizzare e comunicare di un bene culturale, e rinunciare a imporre un proprio linguaggio, a scapito dell'individualità del bene culturale stesso ■

In the mid-Seventies, Tomás Maldonado, the talented Argentine architect, theorist and painter, wrote: "we need to stop concentrating on creating ideal but isolated objects. The job of designers is not to increase irrational attachment to merchandise, but first and foremost to confer structure to the human environment". If we analyse these words, there is a lot of what we have already tried to broach when talking about design ethics, at least when considering society and, today, in the need for greater attention to the natural environment. Yet in a country like Italy, this attention has at least one other important focus: the artistic and cultural heritage. This is an area where design is gaining an ever more important role, but one which is still underrated, despite the fact that there is no lack of first-class publications on the subject, including the work by Eleonora Lupi, *Il design dei beni culturali* (Cultural Heritage Design, published by Franco Angeli, Milan 2009), which we are reviewing in this issue. But what are the design coordinates for cultural heritage? Jacques Derrida, whose writings on architecture we have recently presented, has underlined "the intersection between architecture, literature, music and history". This multi-disciplinary approach, undoubtedly important in the architectural field, seems particularly apt when applying design techniques to cultural assets. At least, if these techniques are to be turned, as they need to be in this case, not into communication in itself, but into communication of contents. Indeed, this is the strategic role of design in the development of areas where there are high concentrations of cultural assets: promotion of the territory is also achieved, and in fact, in the case of Italy, it could be said that it is achieved above all by the correct preservation and management of the cultural heritage. And interpretation, analysis, understanding

and communication of the cultural heritage is a challenge, albeit a complex one, for design. The complexity of the task, however, is self-evident. In the first place there is the need to promote operations that are respectful of the artistic and historical heritage, but that are not invasive and are contextualised as far and as well as possible. On the other hand, such projects must avoid language that is citationist or, worse still, vernacular. Yet what is more important is that the operation should offer, at first sight and in an immediate manner, its capacity for analysis and, more importantly, that it should be able to provide as much information as possible. This is, probably, the real added value of the use of design techniques in this area, and undoubtedly forms the substance of their potentials for communication. Potentials that can be further exploited in the case of so-called immaterial assets, the promotion of which is as complex as it is necessary in a country, like Italy, that has fallen far behind its direct competitors in this field. The multi-disciplinary approach mentioned previously, however, brings into play a flexibility of action that is not limited to comparison with disciplines different from design, but that extends to a capacity to act in a multi-sector manner even when using design techniques. There are, certainly, operations whose characteristics are closely related to those of industrial design: design of structures and interpretation tools. Nevertheless, interior design and, in particular info-graphic skills are also needed. Above all, designers need to be able to correctly interpret their job, seeking to understand first and foremost what they have to promote and communicate in a cultural asset, and fighting all temptation to impose their own language, to the detriment of the individuality of the cultural asset itself.



Ph. courtesy of Light Years