



**Politecnico  
di Torino**

Doctoral dissertation  
Doctoral Program in Production,  
Management and Design (35th Cycle)

# IL PATRIMONIO CULTURALE COME MEZZO DI IDENTITÀ E DIALOGO INTERCULTURALE

FUTURI SCENARI E STRUMENTI DELLA RICERCA IN DESIGN:  
UN CASO APPLICATIVO PER LO SVILUPPO DI UN NUOVO  
CENTRO CULTURALE A TORINO

di Irene Caputo

Politecnico di Torino, 2023



Politecnico  
di Torino

**ScuDo**  
Scuola di Dottorato – Doctoral School  
WHAT YOU ARE, TAKES YOU FAR

Doctoral dissertation  
Doctoral Program in Production, Management and  
Design (35th Cycle)

## **IL PATRIMONIO CULTURALE COME MEZZO DI IDENTITÀ E DIALOGO INTERCULTURALE**

FUTURI SCENARI E STRUMENTI DELLA RICERCA IN DESIGN:  
UN CASO APPLICATIVO PER LO SVILUPPO DI UN NUOVO  
CENTRO CULTURALE A TORINO

Candidata  
**Irene Caputo**

Supervisors

**Prof. Marco Bozzola**  
Dipartimento di Architettura e Design  
Politecnico di Torino

Co-tutor

**Prof.ssa Claudia De Giorgi**  
Dipartimento di Architettura e Design  
Politecnico di Torino

**Prof.ssa Giulia Maria Cavaletto**  
Dipartimento di Culture, Politica e Società  
Università degli Studi di Torino

Politecnico di Torino  
Aprile 2023



## Dichiarazione

Dichiaro che i contenuti e l'organizzazione di questa tesi costituiscono un mio lavoro originale e non compromettono in alcun modo i diritti di terzi, compresi quelli relativi alla sicurezza dei dati personali.

Irene Caputo  
Aprile 2023

\*La presente dissertazione è presentata in parziale adempimento dei requisiti per il conseguimento del **Dottorato di ricerca (Ph.D. degree)** presso la Graduate School del Politecnico di Torino (ScuDo).



## Ringraziamenti

Tra le righe di questa tesi è raccontato un percorso che ha rappresentato un periodo di crescita personale e professionale. Devo certamente molto a tutti coloro che, grazie al loro costante confronto e agli stimoli apportati, mi hanno permesso di elaborare riflessioni, porre domande e mettermi in discussione.

Ringrazio la disponibilità all'ascolto e al confronto dei miei tutor Marco Bozzola e Claudia De Giorgi. Ringrazio inoltre tutte le figure professionali che mi hanno supportato nel tempo, aiutato a implementare le mie conoscenze e a elaborare nuove riflessioni: la mia co-tutor Giulia Maria Cavaletto, i membri della Confederazione Islamica di Torino (in particolare Walid e Ghoufran), Davide Tomatis e Gabriele Fumero di Archivio Tipografico e il Professor Alessandro Colizzi (a nome del gruppo di ricerca Nebiolo History Project).

Un grazie speciale a Monica, essenziale supporto morale in questo percorso di Dottorato, naturalmente scandito da molti momenti di incertezza.



## Abstract

Il presente lavoro si propone di esplorare l'ambito di ricerca relativo al design per i beni culturali applicato a contesti sociali caratterizzati da un alto livello di multiculturalità. All'interno di tali scenari, infatti, il patrimonio si presta a dei processi di reinterpretazione progettuale del proprio ruolo in quanto "soggetto-attore" di un territorio e potenziale "interlocutore" proattivo nella ridefinizione delle dinamiche relazionali territoriali.

Gli attuali processi di globalizzazione non portano con sé solo radicali cambiamenti nei modelli economici e politici, ma determinano anche un ingente "movimento umano", legato a migrazioni di ampia portata e a importanti cambiamenti sociali.

In una società sempre più multiculturale, caratterizzata da un'ampia varietà di stili di vita e *background* culturali - dove l'intreccio di vite e storie plasma il territorio e la sua cultura materiale - le questioni relative all'integrazione e alle relazioni tra gruppi etnici e comunità diverse sono oggetto di grande attenzione nel dibattito sociale e scientifico.

Di conseguenza, si pone la necessità di incentivare una modalità di pensiero proattiva in grado di creare canali di comunicazione che diano valore alle esperienze delle persone in relazione ai territori che abitano e alla loro identità culturale soggettiva. Identità che si riflettono in una moltitudine di esperienze collettive, memorie e riferimenti culturali in continua evoluzione (UNESCO, 2009). In una realtà territoriale ad alto tasso di immigrazione,

come quella italiana, le sfide interconnesse della conservazione dell'identità culturale e della promozione del dialogo interculturale assumono una rinnovata importanza e urgenza e portano a nuove prospettive e nuove riflessioni in diversi ambiti culturali, come l'istruzione, le agende politiche e di ricerca, i musei (Nemo, 2015), l'arte e i settori progettuali. Contestualmente, il ruolo socialmente attivo delle realtà culturali (musei, biblioteche, fondazioni) e del patrimonio stesso si è nel tempo intrecciato con queste stesse tematiche (Parrino, 2014) e la ricerca e la pratica del design sono diventate sempre più interessate ad affrontare questioni sociali legate a questo tema (Burns et al. 2006).

All'interno di questo scenario il patrimonio svolge un ruolo fondamentale in quanto veicolo di identità e potenziale strumento di dialogo tra culture. In Italia esso rappresenta un asset rilevante sia in termini quantitativi che economici: prendendo come riferimento la UNESCO *World Heritage List*<sup>1</sup>, nel nostro Paese risultano essere presenti ben 58 siti di interesse culturale e naturalistico, a cui è necessario aggiungere i numerosi beni immateriali, anch'essi riconosciuti e tutelati. Già nel rapporto "Io sono cultura 2019", pubblicato da Fondazione Symbola e Unioncamere, è stato accuratamente analizzato il valore economico diretto del Sistema Produttivo Culturale e Creativo in Italia, il quale nel 2018 risultava aver sfiorato i 96 miliardi di euro, ovvero il 6,1% del PIL, grazie all'impiego di 1,55 milioni di occupati – 6,1% sul totale economia (Symbola, 2019). Dalla lettura di questi dati risulta evidente come una buona strategia progettuale applicata a questo settore di analisi potrebbe ottimizzare e incrementare in maniera significativa le ricadute anche a livello economico e sociale.

In questo contesto, quindi, la disciplina del design, già attiva da alcuni anni nei processi di valorizzazione del patrimonio culturale, può ulteriormente sviluppare e aprirsi può sviluppare e aprirsi a diversi campi di sperimentazione e di sfida, con l'obiettivo di contribuire attraverso un'azione consapevole e culturalmente evoluta in grado di raccontare le diversità, preservare le identità e trasferire la conoscenza attraverso prodotti, servizi e strategie di comunicazione.

In tale scenario, la presente ricerca mira a individuare e a sviluppare **nuovi contesti di azione, metodologie e strumenti di intervento, propri della disciplina del design, per la valorizzazione del patrimonio culturale come mezzo di identità e dialogo interculturale**. L'obiettivo è quello di andare a definire una serie di policies di intervento che possano affiancare e guidare i progettisti nello sviluppo di progetti di natura interculturale, in contesti di azione in cui memoria storica e nuove prospettive di ricerca si legano per rafforzare e valorizzare le identità di un deter-

minato territorio.

A partire da queste riflessioni, il presente percorso di Dottorato si è strutturato intorno a tre principali **domande di ricerca**:

1. Quali sono i principali strumenti e strategie (prodotti, servizi o sistemi di comunicazione integrati) che la disciplina del design può elaborare per facilitare il reciproco scambio tra il background culturale di un determinato territorio e la sua crescente società multiculturale? È quindi possibile strutturare un approccio metodologico che supporti i progettisti nello sviluppo di progetti interculturali?
2. Possono essere definite delle linee guida design-oriented da implementare all'interno delle istituzioni culturali per stimolare lo scambio culturale e l'accessibilità?
3. È quindi possibile "delineare" un nuovo campo di ricerca, derivante da una convergenza dei filoni del design per i beni culturali e del design sociale, che trovano un terreno comune nel design interculturale, o design per l'intercultura, giustapponendo aspetti teorici, metodologie e prassi? Con quali limiti e potenzialità?

L'analisi della letteratura di riferimento ha reso evidente come, ad oggi, una relazione strutturata tra la disciplina del design e le tematiche legate all'intercultura sia ancora fortemente limitata e come, inoltre, le attuali considerazioni siano prevalentemente applicate al settore della progettazione grafica (Lipton, 2002; McMullen, 2016; Radtke, 2021).

In seguito a quest'analisi, è stata avviata una fase di mappatura e approfondimento di casi studio in cui il design propone azioni virtuose per l'**accessibilità culturale**, in modo tale da cercare di evidenziare ed estrarre nuovi possibili approcci progettuali per la fruizione del patrimonio, tramite i quali l'azione progettuale si pone come "traduttrice" di valori e identità per le comunità che coabitano un territorio. L'analisi dei singoli casi di studio è raccolta all'interno di un capitolo di mappatura e comprende numerosi esempi sviluppati principalmente in Europa. Questa mappatura è stata condotta attraverso interviste, analisi di documenti e report e osservazione diretta. Nello specifico, il sistema di casi studio più rilevante analizzato è stato quello delle azioni di accessibilità culturale sviluppate dal Museo Egizio di Torino, che ha offerto l'opportunità di identificare alcuni margini di miglioramento delle azioni di progettazione e la delineazione puntuale di alcune linee guida di intervento.

A seguito quindi dello sviluppo di un sistema di linee guida è stata delineata una **strategia metodologica** da implementare all'interno di un processo progettuale su

<sup>1</sup> Patrimonio italiano iscritto nella World Heritage List.  
Fonte: UNESCO

diverse scale di azione (prodotto, grafica, servizio...) e che consente ai designer di sviluppare progetti interculturali efficaci.

In contemporanea con la definizione di questa metodologia è stata avviata una **sperimentazione pilota**, parte rilevante del presente lavoro, che segue il quadro progettuale proposto. Il progetto di ricerca è nato nell'ambito di una collaborazione tra Politecnico di Torino e la Confederazione Islamica Italiana con il fine di sviluppare un nuovo Centro Culturale nella Città di Torino, che sarà collocato all'interno di un edificio dismesso - Ex Fonderia Nebiolo - che è stato una delle più importanti fonderie di caratteri tipografici in Italia e che è di fatto un patrimonio culturale storico della Città. Come output di questa sperimentazione è stato prodotto un documento di indirizzo sul sistema di identità del Centro che include una serie di linee guida di intervento che guidino le decisioni future per garantire che le scelte progettuali siano sempre controllate e coerenti. Queste linee attuative comprendono approcci a diverse scale di azione, come il linguaggio visivo da adottare, il tono di voce, gli approcci comunicativi (esterni o nel rapporto con le istituzioni territoriali), le tipologie di eventi, le attività di gestione quotidiana, e più in generale tutto ciò che crea l'immagine veicolata del Centro stesso.

Avere consapevolezza delle ripercussioni culturali nella progettazione è sicuramente un'attenzione fondamentale dell'azione del design. E in questa prospettiva possiamo riflettere sulla necessità, in determinati contesti caratterizzati da una notevole complessità culturale, di delineare una sorta di nuova figura di designer a supporto della definizione di azioni critiche: un designer mediatore-interculturale, in grado, collaborando anche con professionisti delle scienze sociali, di navigare nelle complessità culturali e di creare spazi di interazione tra le culture che coabitano i territori.

#### References

- Burns, C., Cottam, H., Vanstone, C., Winhall, J. (2006). *Red paper 02. Transformation Design*. Londra: Design Council.
- Lipton, R. (2002). *Designing Across Cultures: How to Create Effective Graphics for Diverse Ethnic Groups*. Ohio: HOW Design Books.
- McMullen, M. (2016). Intercultural Design Competence: A Guide for Graphic Designers Working Across Cultural Boundaries. *The International Journal of Visual Design*, 10(3), pp.19-30.
- NEMO (2016). *Museums, migration and cultural diversity: Recommendations for museum work*. Berlino: Network of European Museum Organisations.
- Parrino, L. (2014). *Museums for the intercultural city. Designing for/through local museums and heritage in multicultural towns*

- and cities*. Doctoral dissertation. Politecnico di Milano.
- Radtke, S. (2021). *Intercultural Design Basics*. Amsterdam: BIS Publishers.
- UNESCO (2009). *Investing in Cultural Diversity and Intercultural Dialogue*. UNESCO Publishing. United Nations High Commissioner for Refugees (2022). *Global trends. Forced displacement in 2021*.
- Symbola, Unioncamere (2019). *Io Sono Cultura 2019: L'Italia della Qualità e Della Bellezza Sfida la Crisi*. Report 2019, Books of Symbola.



## Indice dei contenuti

### 1 Contesto della ricerca

1.1	Introduzione .....	29
1.2	Overview: il design per i beni culturali in una società multiculturale .....	32
1.3	Domande di ricerca .....	38
1.4	Obiettivi ed esiti attesi .....	39
1.5	Struttura della tesi .....	41
	References .....	43

### Sezione 1

Literature  
review

### 2 Il patrimonio culturale, simbolo di identità e veicolo di conoscenza

2.1	Inquadramento del tema .....	47
2.1.1	Un concetto in divenire .....	48
2.1.2	Definire il patrimonio culturale .....	50
2.1.3	Oltre i bisogni primari .....	52
	Box 01: La piramide di Maslow .....	54
2.2	Valore e valorizzazione del patrimonio culturale .....	56

Box 02: Un excursus normativo .....	58
2.2.1 "Il valore è solo un potenziale" .....	65
References .....	65

### 3 Il design per la valorizzazione del patrimonio culturale

3.1 Una progettazione culturale integrata .....	67
3.2 Letteratura .....	69
Box 03: Il supporto della Comunità Europea .....	72
3.3 Approcci .....	75
3.4 Le azioni del design .....	76
3.4.1 Criteri interpretativi .....	77
3.4.2 Strumenti metodologici .....	78
3.5 Una prospettiva di ricerca .....	81
Box 04: Analisi delle azioni del design applicate ad un progetto di valorizzazione del patrimonio culturale: il caso studio del nuovo sistema di segnaletica per il Castello del Valentino (Torino) .....	84
References .....	88

### 4 Progettare per l'accessibilità culturale

4.1 Spostamenti umani .....	91
4.2 Il patrimonio culturale come <i>medium</i> .....	94
Box 05: Le variabili culturali .....	95
4.3 Definire l'accessibilità culturale .....	96
4.4 Approcci del design per l'accessibilità culturale .....	99
4.5 Esperienze di accessibilità culturale rivolte a persone con background migratorio .....	102
4.5.1 Metodologia di indagine .....	103
Casi studio .....	104
4.5.2 Riflessioni conclusive .....	119
References .....	120

## Sezione 2

Design per l'intercultura

### 5 Design e intercultura

5.1 Definire il rapporto tra design e intercultura .....	125
--	-----

5.2 Le discipline coinvolte e le azioni del design .....	129
5.3 Casi studio di design per l'intercultura .....	132
5.3.1 Metodologia di indagine .....	133
5.3.2 Schedatura dei casi studio .....	135
Casi studio .....	136
5.3.3 Analisi dei casi studio .....	166
5.3.4 Riflessioni conclusive .....	170
References .....	171

### 6 Output metodologico

6.1 Messa a fuoco di linee guida metodologiche .....	173
6.1.1 Markers interculturali .....	175
6.1.2 Approccio relazionale .....	177
6.2 Integrazione all'approccio metodologico .....	179
6.2.1 Schema integrato .....	181
References .....	183

## Sezione 3

Ricerca-azione: un nuovo Centro (inter) culturale per la Città di Torino

### 7 La ricerca-azione come strumento di validazione

7.1 La ricerca-azione: inquadramento semantico .....	187
7.2 Mappatura e definizione delle opportunità di intervento .....	190
7.2.1 La Master Class "Il museo: caso studio per progetti accessibili e inclusivi" .....	190
Box 06: Master Class 2020. Progetto "Io c'entro. Esperienza a Palazzo" .....	192
7.2.2 Il Museo Egizio di Torino e le azioni di accessibilità culturale .....	196
Box 07: Mappatura di attività di accessibilità culturale promosse dal Museo Egizio .....	197
7.3 Un nuovo Centro culturale per la città di Torino .....	210
References .....	211

### 8 La nascita di un nuovo Centro culturale

8.1 Il Centro culturale e il Centro islamico .....	213
8.2 La Confederazione Islamica Italiana .....	214

8.3	La comunità musulmana in Italia	216
8.3.1	Una panoramica torinese	217
8.3.2	La partecipazione della comunità musulmana a Torino	218
	Box 08: Principali associazioni islamiche attive sul territorio torinese	219
8.3.3	La necessità di luoghi di aggregazione	221
8.4	La definizione del brief di progetto	223
8.4.1	Il Centro culturale come luogo di conoscenza e valorizzazione del patrimonio territoriale	224
	References	226

## 9 Analisi del contesto

9.1	Prospettive di rigenerazione e riqualificazione urbana nel territorio torinese	229
9.2	Barriera di Milano e Aurora: storia e trasformazione dei quartieri	235
9.2.1	Due quartieri: una storia comune	237
9.2.2	Dati demografici delle Circoscrizioni 6 e 7	242
9.2.3	Le ricadute sul progetto	245
9.3	L'Ex Fonderia caratteri Nebiolo: una storia sociale, industriale e artistica	247
9.3.1	La fonderia caratteri e lo Studio Artistico	256
	References	268

## 10 Il progetto scientifico del nuovo Centro culturale

10.1	Obiettivi progettuali	271
10.2	La Ex-Nebiolo allo stato attuale	273
10.3	Linee guida fornite dalla C.I.I.	278
10.4	Elementi identitari	283
10.5	Analisi e linee guida sulla fruizione degli spazi	288

## 11 Il nuovo Centro culturale: sviluppo del progetto

11.1	Sistemi comunicativi di Centri culturali: casi studio	309
------	---	-----

11.2	Sviluppo del concept progettuale	316
11.2.1	Moodboard concept grafico	319
11.3	Soggetti coinvolti e possibili stakeholder	328
11.3.1	Obiettivi del coinvolgimento degli stakeholder	330
11.4	Comunicare l'identità del Centro	332
11.5	Il progetto di massima del sistema di comunicazione	334
11.5.1	Naming	334
11.5.2	Logo	336
11.5.3	Font	338
11.5.4	Pattern	342
11.5.5	Colori	345
11.6	Declinazioni del sistema di identità	346
11.6.1	Immagine esterna: l'insegna	346
11.6.2	Immagine esterna: banner	348
11.6.3	Identificazione degli accessi	352
11.6.4	Sistema di segnaletica	356
11.6.5	Sistema informativo	359
11.6.6	Comunicazioni ufficiali	361
11.6.7	Comunicazione digitale	362
11.6.8	Merchandising	363
11.6.9	Materiale di uso quotidiano	366
11.7	Il manuale di brand policy per il Centro	368
11.8	Il rapporto col progetto architettonico	369
11.9	Azioni partecipate e sperimentazione pratica	375
11.9.1	La validazione del progetto e le azioni sperimentali	375
11.9.2	La strutturazione di eventi di coinvolgimento della cittadinanza	378
11.10	Roadmap delle azioni progettuali	384

## 12 Discussione dei risultati e riflessioni conclusive

12.1	Discussione sullo sviluppo del progetto	387
12.1.1	Implementazione del progetto	391
12.2	Conclusioni	394
	References	395

## 13 Limiti e potenzialità del design per l'intercultura

13.1 Future prospettive della ricerca	397
---------------------------------------	-----

---

Riferimenti bibliografici	401
---------------------------	-----

Elenco delle pubblicazioni	413
----------------------------	-----

Allegati progettuali	417
----------------------	-----

## Elenco delle figure

- 01 Quadro delle competenze del design dei beni culturali (Franzato, 2008)
- 02 Sintesi grafica del contesto della ricerca
- 03 Sintesi grafica del processo di ricerca
- 04 Il patrimonio culturale: categorizzazione dei beni culturali e paesaggistici
- 05 Mappa tipologica di beni culturali (Lupo, 2005)
- 06 La piramide dei bisogni di Maslow, 1954
- 07 Concetti chiave nella progettazione del valore culturale
- 08 Design come sistema di mediazione tra contesto, beni, comunità (Lupo, 2009)
- 09 Visualizzazione del capitale territoriale (Castelli et al., 2004)
- 10 Chiavi interpretative del design per la valorizzazione del patrimonio culturale (Lupo, 2009. Adattamento da Celaschi, 2006)
- 11 I criteri interpretativi del design per i beni culturali (adattamento da Dal Palù et al., 2017)
- 12 Scale di intervento dei design per i beni culturali (adattamento da Bozzola & De Giorgi, 2017)
- 13 Alcuni paradigmi relazionali da indagare nella costruzione di progetti culturali che mettono in

- relazione comunità e patrimonio culturale / sistema di valori
- 14 Castello del Valentino, Torino
  - 15 Sintesi della simbologia raccolta durante l'esplorazione del contesto di intervento (*reference points*)
  - 16 Estrazione dell'elemento generatore e del concept per lo sviluppo del sistema di segnaletica
  - 17 Alcuni pannelli del nuovo sistema di segnaletica per il Castello del Valentino. In ordine: pannello di orientamento principale; landmark e accesso all'ingresso C (blocco Aloisio); accesso all'ingresso A (blocco Castello); pannello direzionale
  - 18 La composizione dell'esperienza individuale di fruizione del patrimonio: tra accessibilità fisica, economica e culturale
  - 19 Categorizzazione dei casi studio selezionati di accessibilità culturale
  - 20 Le discipline coinvolte nel campo della progettazione culturale
  - 21 Alcune delle possibili azioni del design per favorire il dialogo interculturale
  - 22 Locandina dell'iniziativa "Fortunato chi parla arabo" (2015-2018), promossa dal Museo Egizio di Torino
  - 23 Parlamentarium di Bruxelles. Script grafico sviluppato dallo studio Integral Ruedi Baur. Ogni segno grafico è composto da diverse lingue dell'Unione Europea sovrapposte l'una all'altra al fine di evidenziare l'idea espressa dal motto "unita nella diversità"
  - 24 UWC Robert Bosh College. Sistema di wayfinding sviluppato dallo studio Gourdin & Müller. Inglese, tedesco e una terza lingua - alternata e rappresentativa delle nazionalità degli studenti - si sovrappongono con continuità per trasmettere informazioni di orientamento
  - 25 Schema processuale e metodologico adottato dal Politecnico di Torino nel Corso di Laurea in Design e Comunicazione
  - 26 Mappatura delle aree sulla diversità culturale e design. (Diehl, 2006)
  - 27 Sintesi delle linee guida metodologiche integrative per lo sviluppo di progetti interculturali
  - 28 Approccio metodologico integrato
  - 29 Il processo dell'Action Research. Rielaborazione da Gjoko Muratowsky, 2016
  - 30 Estrapolazione di alcune delle slides di presentazione dell'analisi progettuale
  - 31 Panoramica e catalogazione delle azioni di accessibilità culturale promosse dal Museo Egizio
  - 32 Elenco dei Centri islamici presenti sul territorio torinese che hanno preso parte all'iniziativa "Moschee Aperte" nell'anno 2019. Fonte: dépliant informativo dell'edizione "Moschee Aperte 2019"
  - 33 Una foto scattata durante la seconda edizione di IftarStreet, 2015. Fonte: "Islam Torino. Il portale dell'Islam torinese"
  - 34 Interni del birrificio - laboratorio EDIT (2015-2017), acronimo di EAT DRINK INNOVATE TOGETHER, è un format ideato da *lamatilde* in collaborazione con l'acceleratore d'impresa *The Doers*
  - 35 Mappatura delle iniziative culturali promosse all'interno dello spazio di Via Baltea 3 (2014)
  - 36 Docks Torino Dora (2004-2016). L'opera di restauro del velario e dei magazzini è stata realizzata dallo studio di Architettura Vairano
  - 37 Complesso della Nuvola Lavazza (2018). Progetto dello studio Cino Zucchi Architetti. Foto realizzata da Andrea Guermani
  - 38 Mappa di sintesi dei progetti vincitori del bando ToNite (2020-2023). Il progetto nasce dalla volontà di affrontare i fenomeni sociali urbani derivanti da una percezione di insicurezza attraverso soluzioni multidisciplinari
  - 39 Quartieri e circoscrizioni amministrative della Città di Torino
  - 40 Mappa di Torino con la sua cinta daziaria nel 1845. (Atlante di Torino, 2021. Sezione "Mappe interattive")
  - 41 Nazionalità stranieri per residenza e Circonscrizione: Rielaborazione dati Archivio Anagrafico della Città di Torino
  - 42 La mappa dei redditi a Torino. Dati MEF dichiarazione dei redditi 2020, anno fiscale 2019
  - 43 Storia della Nebiolo, estratto da un numero di Archivio Tipografico del 1930. Fonte: Marta Bernstein
  - 44 Specimen e pubblicità macchine da stampa, nel numero di aprile 1890 di Archivio Tipografico. Credits: Alessandro Colizzi
  - 45 Copertine di due numeri di Archivio Tipografico del 1909 e del 1913. Credits: Alessandro Colizzi
  - 46 Officine Nebiolo, ingresso principale di via Bologna

- angolo via Padova nel 1925, sede della fonderia caratteri.  
Fonte: Gaetano Donato
- 47 Officine Nebiolo viste da Corso Novara (ex Fonderie Subalpine) nel 1925, in cui erano collocate fonderie ghisa e fabbrica macchine. Fonte: MuseiTorino
- 48 Fotografia dei dipendenti Nebiolo scattata durante l'apertura del nuovo stabilimento di Via Bologna, nel 1923. Fonte: Gaetano Donato. Foto di Marianelli Francesca Aurelia
- 49 La fonderia caratteri di Via Bologna nel 1926. Fonte: Gaetano Donato
- 50 Lavoratori della Nebiolo in corteo, 1950. Fonte: Archivi Polo del '900
- 51 Lavoratori della Nebiolo in corteo, 1977. Fonte: Archivi Polo del '900
- 52 Sintesi degli ampliamenti (in rosso) e delle demolizioni (giallo) a cui è stato soggetto il complesso Nebiolo di Via Bologna. Fonte: Chirico, 2019
- 53 A sinistra: alcune copertine di Archivio Tipografico di inizio '900. Fonte: MEAT collettivo grafico  
A destra: pagina pubblicitaria dello Studio di incisione fotomeccanica, Archivio Tipografico del 1900. Foto: Alessandro Colizzi
- 54 Lo Studio Artistico della Nebiolo alla fine degli anni '60. Fonte: Qui Nebiolo!, n.7 (1968)
- 55 Definizione dei profili con l'inchiostro a tempera. Fonte: Tipografia Tallone
- 56 Accostamento manuale delle lettere per verificare gli avvicinamenti. Fonte: Tipografia Tallone
- 57 Incisione della matrice. Fonte: Tipografia Tallone
- 58 Compilazione delle polizze. Fonte: Tipografia Tallone
- 59 Caratteri Juliet (A. Butti, 1955) e Slogan (A. Novarese, 1952). Foto: Riccardo De Franceschi
- 60 Stop, A. Novarese, 1970. Fonte: Tipoteca Italiana, Archivio Tipografico
- 61 Forma, Studio Artistico Nebiolo, 1968. Fonte: Archivio Tipografico
- 62 Dattilo, Studio Artistico Nebiolo, 1973. Fonte: Archivio Tipografico
- 63 Matrici Semplicità, A. Butti, 1933. Fonte: Archivio Tipografico
- 64 Matrici Veltro, G. Da Milano, 1934. Fonte: Archivio Tipografico
- 65 Matrici Neon, G. Da Milano e A. Butti, 1935. Fonte:

- Archivio Tipografico
- 66 Matrici Augustea, A. Butti, 1951. Fonte: Archivio Tipografico
- 67 Il complesso Nebiolo allo stato attuale
- 68 Area destinata al Centro Islamico
- 69 Area destinata al Centro culturale
- 70 Area esterna pubblica e privata
- 71 Planimetria del complesso, con evidenziato il lotto di progettazione
- 72 Prospetti dell'area del futuro Centro culturale, visti da Corso Novara e Via Bologna
- 73 Panoramica del sistema delle attività che avranno luogo all'interno del Centro. La disposizione spaziale qui presentata è frutto di un'ipotesi progettuale non definitiva, ma utile per dare una visione di insieme della complessità del progetto ed evidenziare alcuni dei principi descritti nelle pagine seguenti
- 74-82 Sotto e pagina a destra: suggestioni visive
- 83 Assonanza formale con i fregi geometrici intagliati degli edifici di architettura islamica e le matrici dei caratteri tipografici Nebiolo
- 84 *Arabic for all* (Galleria Franco Noero, 2018-2019) è un'opera d'arte murale dell'artista Rayyane Tabet che deriva proprio dal foglio di prova del carattere Arabo Stretto. A destra: prove di allineamento di caratteri arabi sul calibro del fonditore, realizzati dalla società Nebiolo di Torino. Foto: Ottavio Atti
- 85 Approfondimento sul rapporto culturale tra stampa tipografica e calligrafia araba
- 86 Sintesi del processo di estrapolazione delle lettere e di creazione dei pattern
- 87 Alcuni esempi di selezione dei caratteri, estrapolazione delle lettere e prime bozze di configurazione
- 88 Costruzione di alcuni pattern e riflessioni sulle variabili applicative
- 89 Il punto di collocazione in cui potrebbe essere più idoneo posizionare l'insegna
- 90 Alcuni possibili approcci grafici da adottare per i banner esterni
- 91 Una visualizzazione di possibili atteggiamenti per l'applicazione dei banner su via Bologna. Nell'immagine sono evidenziati l'uso del gradiente cromatico, le parole chiave e i pattern
- 92 Accesso al Centro culturale da Corso Novara - possibili

atteggiamenti

- 93 Nella pagina successiva: acceso al Centro islamico dall'interno di Corso Novara - possibili atteggiamenti
- 94 Alcuni principi per lo sviluppo del sistema di segnaletica
- 95 Una possibile configurazione dei pannelli descrittivi
- 96 Una possibile ipotesi grafica da adottare sui social
- 97 Alcune categorie di prodotti di merchandising che potrebbero essere valutati per la distribuzione e vendita all'interno del Centro
- 98 Alcuni esempi di prodotti brandizzati con i pattern del sistema di identità visiva del Centro
- 99 Alcuni elementi caratteristici del progetto architettonico dello spazio di culto. Immagine a opera dell Studio De Ferrari Architetti
- 100 Riflessioni sul complesso architettonico del Centro Islamico sviluppate dal gruppo di lavoro del Politecnico di Torino
- 101 Una selezione di alcuni dei progetti sviluppati dagli studenti
- 102 Suggerimenti per lo sviluppo di possibili azioni ed eventi da promuovere all'interno del Centro culturale



## Elenco delle tabelle

- 01 La scala dei bisogni dei visitatori. Rielaborazione da Knudson, Cable, Beck (1995) e Brunelli (2014)
- 02 Scomposizione degli approcci alla valorizzazione dei beni culturali (Celaschi, 2009)
- 03 Analisi dei criteri interpretativi applicati al progetto del sistema di segnaletica per il Castello del Valentino
- 04 Sintesi di alcuni degli approcci del design per l'accessibilità culturale
- 05 Distribuzione dei progetti in base alla tipologia di azione di accessibilità culturale adottata
- 06 Modalità di coinvolgimento delle persone con background migratorio all'interno dei progetti analizzati
- 07 Distribuzione dei casi studio in base alla tipologia di bene culturale oggetto di intervento
- 08 Matrice riassuntiva dei progetti analizzati
- 09 Strumenti e tecniche del Participatory Design organizzate per tipologia di azione e scopo (sintesi da Binder et al., 2012)
- 10 Panoramica di alcune delle principali industrie che hanno impattato sulle trasformazioni demografiche e urbanistiche di Aurora e Barriera di Milano
- 11 Indicatori demografici. Fonte: Archivio Anagrafico della

Città di Torino. Elaborazione a cura del Servizio Statistica della Città

- 12 Azioni di comunicazione da implementare all'interno del progetto
- 13 Sintesi dei progetti sviluppati dagli studenti del corso di Design per i Beni Culturali, a.a. 2021/2022. L'analisi qui presentata evidenzia anche i diversi target individuati, i valori proposti e le categorie di azione espresse nei singoli progetti

# 1

## Contesto della ricerca

### 1.1 Introduzione

*“Ma la città non dice il suo passato, lo contiene come le linee d'una mano, scritto negli spigoli delle vie, nelle griglie delle finestre, negli scorrimenti delle scale, nelle antenne dei parafulmini, nelle aste delle bandiere, ogni segmento rigato a sua volta di graffi, seghettature, intagli, svirgole.”*

Italo Calvino, *Le città invisibili*, 1972

I processi di globalizzazione che caratterizzano l'attuale periodo storico non portano con sé unicamente modifiche radicali dei modelli economici e politici, ma determinano anche un ingente “movimento umano”, legato a migrazioni di ampia portata e di cambiamenti sociali importanti. Davanti a questi grandi eventi è necessario stabilire un senso del confronto, dello scambio e dell'incontro sul piano politico e nel dibattito culturale: le competenze del design possono essere rese disponibili come strumento per mettere a sistema questa molteplicità, favorendo un'innovazione rispettosa della diversità, del confronto e dell'incontro tra persone e culture.

All'interno di una società sempre più multiculturale, caratterizzata dai più innumerevoli intrecci di vite, di storie tra loro anche lontane ma legate da quelle che sono le dinamiche che plasmano il territorio e il valore stesso del suo patrimonio, ci troviamo a confrontarci con una varietà di pubblici sempre maggiore con i quali diven-

ta necessario creare dei canali comunicativi concreti in grado di dar valore alle esperienze delle persone e dei territori con i quali queste dialogano.

Questo tema di ricerca è per me di notevole interesse sia personale che professionale e ritengo che la relazione tra patrimonio e contesti culturali multietnici sia un settore ancora da esplorare fino a fondo e che le risposte a queste nuove esigenze comunitarie<sup>2</sup> debbano essere ancora costruite e consolidate anche attraverso le competenze del design.

L'analisi parte anzitutto dal prendere in considerazione l'importanza sociale ed economica del **patrimonio culturale italiano**: un settore da valorizzare attraverso strategie mirate, ma anche da mettere in qualche modo in discussione, soprattutto in merito a quelle che sono le attuali interpretazioni e approcci di valorizzazione dello stesso. Questo interesse nasce per me in seguito ad un approfondimento in sede di tesi di laurea magistrale in Design Sistemico (Politecnico di Torino) incentrata sul tema della valorizzazione dei territori in contesti antropizzati protetti dal programma MAB UNESCO, nello specifico il Parco Naturale del Ticino<sup>3</sup>.

La lettura si basa sul principio che il patrimonio culturale svolge un ruolo fondamentale come **veicolo di identità e di dialogo tra culture**: nel tempo sono stati molti gli atti di intolleranza culturale che hanno visto i beni storici al centro del mirino (si vedano casi anche molto recenti come la distruzione del Tempio di Palmira e della città di Hatra da parte dell'Isis) in quanto portatori di messaggi di forte pregnanza sociale, di memoria storica e di simbologie spesso "scomode" e per questo motivo di soggezione.

Il patrimonio culturale si rende necessariamente "silenzioso interprete" della storia che porta sulle sue spalle, diventa esso stesso il narratore del suo passato: Paul Ricoeur nel 1993 sottolineò la distinzione tra identità sostanziale (il sé che dice: "io sono") e identità narrativa (il sé che dice: "io c'ero")<sup>4</sup>. L'identità sostanziale è rigida, statica: continuando a dire "io sono", non si aggiunge nulla di determinante alla propria esperienza. Sottolineando invece il senso dell'"io c'ero" ci si pone all'interno di un discorso che si dipana temporalmente: ne ho memoria, e in questa mia memoria mi ritrovo nel passato e nel presente, e mi proietto nel futuro. Ecco, quindi, come il patrimonio culturale porta con sé questa enorme potenzialità troppo poco spesso sfruttata e valorizzata.

La necessità è quella di creare una **visione dialogica e processuale dei beni**: da condividere, ricostruire nei si-

<sup>2</sup> La comunità - o più in generale i sistemi comunitari portatori di identità nate dai movimenti umani, dalle sinergie col territorio, dalle conoscenze tramandate e acquisite - viene delineata come quel tipo di collettività "i cui membri condividono un'area territoriale come base di operazioni per le attività giornaliere" e che quotidianamente ridefiniscono il concetto stesso di cultura (Parsons, 1951).

<sup>3</sup> Il Programma "L'uomo e la biosfera", Man and the Biosphere-MAB è un programma scientifico intergovernativo avviato dall'UNESCO nel 1971 che mira a migliorare le relazioni tra le persone e l'ambiente in cui vivono promuovendo approcci innovativi allo sviluppo economico che siano adeguati dal punto di vista sociale e culturale e sostenibili dal punto di vista ambientale.  
Fonte: UNESCO

<sup>4</sup> Ricoeur P., *Soi-même comme un autre*, Editions du Seuil, Paris, 1990; trad. it., *Sé come un altro*, Jaca Book, Milano, 1993.

gnificati e ricollocare in uno spazio sociale di scambio così da promuovere la partecipazione culturale di tutti, comprese le categorie a rischio di esclusione sociale, e migliorare l'interazione tra cittadini autoctoni e migranti - o con chi è solo "di passaggio" - creando relazioni sinergiche, di dialogo e confronto. Ciò è possibile attraverso l'esplorazione e la costruzione di modalità, strumenti, competenze e pratiche innovative tali da rendere il patrimonio culturale accessibile e fruibile, nonché tramite la definizione di linguaggi e canali comunicativi destinati ai nuovi pubblici.

Identifichiamo dunque nel **dialogo interculturale** un processo di scambio aperto e rispettoso tra individui, gruppi e organizzazioni con diversi background culturali e visioni del mondo al fine di promuovere la diversità culturale e lo sviluppo di competenze interculturali: è la comunicazione interpersonale tra realtà umane che hanno percorso un processo di acculturamento diverso. L'accessibilità culturale si delinea dunque come un processo, non un fine. La formulazione di strumenti e strategie che aiutino a superare le barriere socio-culturali - che generano un senso di inadeguatezza culturale - sono legate alla volontà di superare quell'autoreferenzialità culturale che troppo spesso caratterizza l'attuale approccio nella strutturazione di statiche dinamiche di fruizione del patrimonio culturale.

E in questo contesto sociale in costante divenire il **ruolo del design** può essere quello di definire strategie, servizi, sistemi di comunicazione integrata in grado di agevolare il dialogo tra il bene culturale e la comunità stessa che amplifica la propria funzione di *medium* e non solo *totem* culturale.

Obiettivo del designer può dunque essere quello di creare strumenti diversi di comunicazione e narrazione del patrimonio culturale in grado di incidere significativamente su un piano sociale, sviluppando linguaggi e modalità relazionali utili a creare una percezione più quotidiana del concetto stesso di intercultura.

La metodologia progettuale tipica del design non solo è in grado di offrire nuovi strumenti di progettazione, elaborazione e sviluppo di azioni, ma può anche offrire nuove letture a quello che è il patrimonio, sia esso tangibile o intangibile, e la cultura in divenire con cui esso si rapporta.

## 1.2 Overview: il design per i beni culturali in una società multiculturale

Nei prossimi capitoli verranno approfonditamente analizzati il rapporto tra patrimonio e sistemi di identità territoriale; saranno descritti alcuni dei filoni di ricerca che caratterizzano, in particolare nel contesto accademico italiano, il design per la valorizzazione del patrimonio culturale; infine troverà spazio una riflessione in merito al ruolo che una coerente progettazione interculturale possa avere nell'arricchire ulteriormente questo campo di ricerca.

Vengono qui introdotti alcuni di questi concetti, che, come anticipato, troveranno maggiore spazio all'interno del capitolo 2.

La scelta di concentrare l'interesse di ricerca nel **contesto italiano** nasce in seguito ad alcune osservazioni principali:

- la prima è legata alla ricchezza - in termini quantitativi e qualitativi - del patrimonio culturale presente sul territorio, il che lo rende un ottimo ambito di analisi e sperimentazione di possibili azioni implementabili anche in altri contesti territoriali di intervento;
- il secondo motivo riguarda i dati sull'immigrazione. L'Italia, infatti, è il principale punto di ingresso sulla rotta del Mediterraneo centrale: il che non significa che sia il Paese europeo col maggior numero di richiedenti asilo<sup>5</sup>, tuttavia questo dato e la narrazione dei media portano ad un sovradimensionamento da parte degli italiani della percezione del numero di migranti sul territorio<sup>6</sup>. Lavorare su normative e azioni di integrazione è un obiettivo culturale ancora prima che politico.

Il patrimonio culturale, in quanto espressione di appartenenza, è interprete degli stili di vita sviluppati da una comunità e trasmessi di generazione in generazione, tra cui costumi, pratiche, luoghi, oggetti, espressioni artistiche e valori. In quanto parte dell'attività umana, esso produce rappresentazioni tangibili ed intangibili di sistemi di valori, credenze, tradizioni e stili di vita. Pertanto si presenta come un concetto ampio e - secondo la definizione data dal Decreto Legge n. 42/2004 "Codice dei beni culturali e del paesaggio" - comprende beni artistici, storici, architettonici, archeologici ed etnoantropologici, ma anche beni librari, archivistici, museali, naturali o trasformati dall'uomo e beni paesaggistici ambientali. Nel prossimo capitolo verranno approfonditi alcuni aspetti che permettono di andare ad inquadrare maggiormen-

te il tema all'interno del contesto italiano sia da un punto di vista socio-culturale che normativo.

In Italia, il patrimonio culturale rappresenta un **asset significativo sia in termini quantitativi che di potenziale economico**: prendendo come riferimento la Lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO, in Italia sono presenti 58 siti<sup>7</sup> di interesse culturale e naturalistico, a cui si aggiungono i numerosi beni immateriali, anch'essi riconosciuti e tutelati. Nel rapporto "Io Sono Cultura 2020", pubblicato da Fondazione Symbola e Unioncamere, è stato analizzato con attenzione anche il valore economico diretto del Sistema produttivo culturale e creativo in Italia. Nel 2019, esso sfiorava i 91 miliardi di euro, pari al 5,7% del PIL, con l'impiego di 1,5 milioni di lavoratori (Symbola, 2021, pag. 76).

Nonostante la crisi pandemica abbia avuto forte impatto sul sistema produttivo culturale e creativo, il contributo della filiera alla creazione di ricchezza e occupazione del Paese è ancora elevato, attestandosi rispettivamente al 5,6% e al 5,8% (Symbola, 2022, pag. 78).

Per quanto riguarda le progettualità specificatamente rivolte al patrimonio culturale, citiamo due iniziative approvate nell'anno 2022: il Piano Strategico Grandi Progetti Culturali<sup>8</sup> - promosso dal Ministero della Cultura italiano (MiC) - che prevede il rafforzamento della crescita economica del paese attraverso un investimento di 106 milioni di euro che verranno destinati al recupero e alla valorizzazione di 28 siti di intervento in tutta Italia, tra cui monumenti e siti archeologici, oltre che all'avvio della digitalizzazione degli archivi audiovisivi della RAI; rilevanti sono anche gli strumenti predisposti nell'ambito delle iniziative del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), che coinvolgono giardini storici, paesaggi rurali e borghi, attraverso bandi specifici (Symbola, 2022, pag. 220).

Leggendo questi dati e tenuto conto delle progettualità avviate, appare chiaro come una buona strategia di pianificazione a livello nazionale che include anche la disciplina del design applicata a questo settore di analisi possa avere importanti ripercussioni a livello economico, sociale e culturale.

Questo campo di ricerca e azione (ampiamente sperimentato e discusso<sup>9</sup>) comprende l'insieme di teorie, metodologie, strumenti e tecniche di progetto che hanno come ambito di applicazione il sistema dei beni culturali inteso nella sua accezione più ampia, di dimensione cognitiva, sociale e simbolica di un territorio e di una comunità.

<sup>7</sup> Di questi 58, 5 sono siti naturali e, nell'ambito dei rimanenti 53 siti del Patrimonio Mondiale, 8 sono paesaggi culturali. Fonte: Commissione Nazionale Italiana per l'UNESCO.

<sup>8</sup> Grazie a questo stanziamento, verranno sostenuti in tutto 28 interventi in 17 regioni riguardanti archivi, siti archeologici, musei, palazzi storici, rocche, sistemi fortificati, teatri e complessi monumentali di valore storico, artistico e architettonico. Le principali tipologie di intervento previste saranno di restauro, adeguamento impiantistico, ampliamento e valorizzazione volti alla tutela e allo sviluppo economico e sociale dei territori. Fonte: Ministero della Cultura, "MiC, Piano Strategico Grandi Progetti Culturali".

<sup>9</sup> Per quanto relativamente nuovo, le prime riflessioni risalgono già al 2003, anno in cui Alberto Seassaro nel saggio "Il design dei beni culturali come estetica della città nella "Milano capitale del design" coniò il concetto "design dei beni culturali".

<sup>5</sup> Il cui primato spetta anzi a Germania e Francia. Fonte: UNHCR (2021), *Global trends forced displacement in 2021*.

<sup>6</sup> In un recente saggio viene descritto come gli italiani tendano a sovradimensionare di ben 16 punti la percentuale di migranti sul territorio, ad oggi ferma circa al 10%, a fronte del 26% stimato. Fonte: Alesina A., Miano A., Stantcheva S. (2018), *Immigration and Redistribution*, NBER Working Paper.

<sup>10</sup> Articolo 9 della Costituzione della Repubblica italiana: "La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Proteggerà il paesaggio naturale e il patrimonio storico e artistico della Nazione".

L'Italia inserisce la salvaguardia del patrimonio culturale tra i pilastri fondanti della Costituzione<sup>10</sup>: la funzione della tutela del bene culturale è quindi di competenza dello Stato e comprende tutte le prescrizioni, le misure, gli interventi diretti a riconoscere, proteggere e conservare un bene affinché esso possa essere offerto alla conoscenza e al godimento collettivi. Al fine però di garantire la piena dimensione culturale, è indispensabile favorirne la fruibilità e l'accessibilità (fisica e cognitiva) a tutti i cittadini. Risulta dunque chiaro che il patrimonio non possa essere sottoposto unicamente ad un programma di salvaguardia, per quanto di primaria importanza. Ad esso si affianca la necessità di intraprendere percorsi consapevoli di valorizzazione, in modo da allargare e qualificare le potenzialità fruibili e comunicative del bene culturale a tutta la collettività.

Questo ampliamento di prospettiva genera dunque la possibilità di creare relazioni innovative tra lo sviluppo di un territorio e il godimento di beni localizzati sullo stesso, e la progettazione di dinamiche evolute per la loro fruizione (Bistagnino, 2009). E in questo processo di generazione di nuove dinamiche relazionali e fruibili, la disciplina del design "propone una visione sistemica" della valorizzazione, in grado di trasformare le scelte strategiche di tutela, gestione e valorizzazione in azioni progettuali concrete di conoscenza, organizzazione ed esperienza del bene e sua incorporazione e contestualizzazione nel contemporaneo" (Lupo, 2011, pag. 32). Al contempo la disciplina progettuale si pone come mediatrice tra i contesti territoriali a cui il bene (o il sistema di beni) appartiene e i fruitori o la comunità di riferimento attraverso "modelli e processi sostanzialmente relazionali e transcalari, capaci di mediare tra emergenze puntuali e contesti territoriali o distrettuali in un continuo movimento di messa a fuoco delle diverse scale e esigenze di progetto" (Lupo, 2011, pag. 33).

<sup>11</sup> Nel 2020 una persona su 30 risultava vivere in un paese diverso da quello di nascita. Nello stesso anno il numero di persone in fuga da guerre, violenze, persecuzioni e violazioni dei diritti umani nel mondo ammontava, nonostante la pandemia, a quasi 82,4 milioni, tra rifugiati, richiedenti asilo e sfollati interni: un numero più che raddoppiato in soli dieci anni, per quasi metà costituito da minorenni. Fonte: Save the Children, 2022.

Numerosi fenomeni sociali mutano rapidamente lo scenario culturale contemporaneo. Le migrazioni internazionali, *in primis*, portano migliaia di persone a spostarsi alla ricerca di condizioni di vita migliori, spinte dalle ragioni più differenti. Non si tratta certamente di un fenomeno nuovo: le migrazioni fanno da sempre parte della storia dell'umanità. Tuttavia nell'epoca storica attuale gli squilibri socioeconomici, politici e climatici risultano diffusi e, in alcune aree del mondo, sono in deciso incremento, tant'è che negli ultimi dieci anni vi è stato un aumento delle migrazioni in tutte le aree del mondo, soprattutto in Asia e in Europa<sup>11</sup>. Sorgono così realtà sociali multiculturali sia nei contesti

		Valorizzazione							T*	G*
		Museografia	Allestimento	Illuminotecnica	Grafica	Disegno industriale	Movie e photo design	..	Tech. per fruizione e com.	Competenze orizzontali T
Valorizzazione	Design della comunicazione									
	Design della fruizione									
	Design dell'esperienza									
	Design dei servizi									
	Design strategico									
	...									
	Promozione									
	Marketing dei beni culturali									
T*	Competenze orizzontali T									
G*	Competenze orizzontali G									

Fig.01 Quadro delle competenze del design dei beni culturali (Franzato, 2008)

T\*: tutela G\*: gestione

urbani sia in quelli extra-urbani. Inoltre, a seguito del fenomeno della globalizzazione, gli orizzonti culturali delle persone si aprono a una sempre maggiore diversità e al confronto tra norme, modelli e linguaggi. Questo comporta delle reazioni differenti a seconda delle basi sociali e culturali dei singoli soggetti: può far scaturire sentimenti di curiosità verso l'altro (orientamento al "cosmopolitismo") così come reazioni di minaccia e di "chiusura difensiva" (Colombo, 2007).

Quel che è certo è che la velocità di questi cambiamenti impone altresì un costante adeguamento delle pratiche educative e progettuali, in modo da adattare rapidamente le politiche di accessibilità mirate

all'inclusione (sociale, culturale ed economica) delle persone che si confrontano con territori caratterizzati da background culturali spesso estremamente differenti nelle dinamiche cognitive, affettive e relazionali.

In questo percorso di Dottorato il concetto che è stato ritenuto più pertinente con gli obiettivi di ricerca è quello di **progettazione interculturale**. A differenza del multiculturalismo che nel tempo ha prodotto una dinamica di irrigidimento delle identità culturali e delle rivendicazioni su base etnica, l'intercultura contrappone una visione delle relazioni tra gruppi etnici orientata al dialogo, allo scambio (Miller, 2014) e promuove processi di integrazione centrati sul confronto critico, il rispetto, il riconoscimento reciproco (Colombo, 2007).

Un'ulteriore nota in merito alle definizioni utilizzate ai fini di questo studio riguarda la scelta di adottare l'espressione "persone con background migratorio" in riferimento sia a profughi che a migranti (differenza che verrà poi approfondita anche in merito alle diverse politiche di integrazione attuate a livello territoriale), mentre verranno definiti cittadini stranieri di *seconda generazione* i loro discendenti nati nei Paesi di insediamento.

In questo contesto, le competenze del design possono quindi essere messe a disposizione come strumenti per generare processi di mediazione tra le suddette molteplicità culturali, favorendo azioni di valorizzazione della diversità e attivando un dialogo tra persone e culture. Il design può elaborare strategie, servizi e sistemi di comunicazione integrati per facilitare l'incontro e lo scambio tra il patrimonio culturale e la comunità multiculturale che vive in un territorio.

Ciò consentirebbe di promuovere l'accessibilità culturale e la partecipazione di tutti - comprese le categorie a rischio di esclusione sociale - e di migliorare l'interazione tra autoctoni e nuovi cittadini, creando relazioni sinergiche di apertura e confronto. Ciò è possibile attraverso l'esplorazione e la costruzione di metodi, strumenti, competenze e pratiche innovative che rendano accessibile e disponibile il patrimonio culturale (sia esistente che "importato"), anche attraverso la definizione di linguaggi e canali di comunicazione rivolti a nuovi pubblici. L'accessibilità culturale è qui intesa come un processo dinamico e metodologico, non come un obiettivo progettuale (Bodo, 2009).

Un interessante repertorio di orientamenti e approcci sviluppati dai musei europei in risposta alla società multiculturale emerge da alcuni studi condotti negli ultimi anni, alcuni dei quali sono stati resi disponibili attraverso risorse online a cui attingere per l'individuazione delle cosiddette "buone pratiche":

come ad esempio il sito "Patrimonio e Intercultura", promosso dalla Fondazione ISMU - Iniziative e Studi sulla Multietnicità; il Progetto di Ricerca MeLa\* - Musei Europei in un'epoca di migrazioni; il Compendio delle politiche e delle tendenze culturali in Europa, promosso dal Consiglio d'Europa in collaborazione con ERICarts.

La disciplina del design ha molteplici e mutevoli sfaccettature. Uno dei suoi punti di forza è quello di essere un campo ibrido, il cui processo di progettazione deve riunire e confrontarsi con molte discipline diverse. Inoltre, in una società strutturalmente sempre più multiculturale, il pluralismo di culture e gruppi etnici determina una crescente varietà di pubblico. Una comunità che si interfaccia con patrimoni diversi ed è composta da numerosi attori che plasmano costantemente i contesti socio-culturali. In questa realtà in tumulto e mutazione, identifichiamo quindi nel dialogo interculturale quel processo di scambio aperto e rispettoso tra persone e comunità con background culturali e visioni del mondo differenti, volto a promuovere la diversità culturale stessa e lo sviluppo di competenze interculturali.

Il ruolo del design nel facilitare la relazione tra le persone (vecchi e nuovi cittadini) e il patrimonio può essere strutturato in molti modi. Ad esempio, attraverso la creazione di spazi proattivi: luoghi che non hanno una funzione definita, ma che rimangono aperti a diverse pratiche di appropriazione e a differenti usi; oppure tramite lo sviluppo di strategie di comunicazione e di pratiche espositive basate sul rafforzamento del coinvolgimento dei visitatori e della loro interazione fisica ed emotiva con gli spazi museali; o ancora attraverso l'elaborazione di nuove strategie per ampliare e rafforzare la collezione e i contenuti museali e per comunicare la pluralità di storie che i relativi oggetti rappresentano e incarnano; o anche attraverso la creazione di nuove percezioni del patrimonio, ad esempio affrontando la necessità di introdurre mostre temporanee negli spazi museali o di portare "il museo fuori dal museo", cioè di creare pratiche progettuali in grado di far uscire il patrimonio dai luoghi di pura conservazione, ove possibile, rendendolo così un vero e proprio bene condiviso.



Fig.02 Sintesi grafica del contesto della ricerca

### 1.3 Domande di ricerca

Alla luce delle riflessioni fatte, il presente percorso di ricerca si è sviluppato a partire da un interesse per il modo in cui le realtà culturali (musei, fondazioni, biblioteche, archivi, ecc) attraverso gli strumenti messi a disposizione dalla disciplina del design potrebbero avere un ruolo nell'affrontare le questioni relative alla diversità culturale locale, come le relazioni interculturali, l'accessibilità culturale e i processi di integrazione.

A oggi infatti sono ancora limitate le discussioni sulle pratiche di progettazione che indagano la relazione tra società multiculturale e accessibilità culturale.

Tuttavia la comprensione della diversità culturale è fondamentale per i designer al fine di creare progetti significativi - prodotti, servizi, strategie di comunicazione, nonché il coinvolgimento degli utenti finali (Diehl, 2006).

Le attuali considerazioni, sviluppate combinando la letteratura esistente relativa al **design in contesti interculturali**, sono prevalentemente applicate al settore

della comunicazione grafica (ad esempio, Lipton, 2002; McMullen, 2016; Radtke, 2021). Questo percorso di ricerca intende invece estendere queste riflessioni a differenti campi di progettazione, che vanno dal design di prodotto, alla comunicazione, ai servizi, creando così un approccio più inclusivo che cerca di abbracciare diverse scale di intervento progettuale.

Di conseguenza, la serie di domande che ha guidato lo studio è stata:

1. Quali sono i principali strumenti e strategie (prodotti, servizi o sistemi di comunicazione integrati) che la disciplina del design può elaborare per facilitare il reciproco scambio tra il background culturale di un determinato territorio e la sua crescente società multiculturale? È quindi possibile strutturare un approccio metodologico che supporti i progettisti nello sviluppo di progetti interculturali?
2. Possono essere definite delle linee guida design-oriented da implementare all'interno delle istituzioni culturali per stimolare lo scambio culturale e l'accessibilità?
3. È quindi possibile "delineare" un nuovo campo di ricerca, derivante da una convergenza dei filoni del design per i beni culturali e del design sociale, che trovano un terreno comune nel design interculturale, o design per l'intercultura, giustapponendo aspetti teorici, metodologie e prassi? Con quali limiti e potenzialità?

### 1.4 Obiettivi ed esiti attesi

La ricerca - che si colloca nell'area di indagine finora poco esplorata relativa al rapporto tra la disciplina del design e gli studi di carattere interculturale - ha l'obiettivo generale di identificare e sviluppare nuovi contesti d'azione, metodologie e strumenti di intervento, tipici della disciplina del design, per la valorizzazione del patrimonio culturale quale medium di identità e dialogo interculturale. Questo tramite la definizione di nuove azioni consapevoli e culturalmente evolute che possano raccontare la diversità, preservare le identità e trasferire la conoscenza attraverso prodotti, servizi e strategie di comunicazione.

A livello critico si vuole inoltre riflettere sulle potenzialità legate all'esplorazione e all'implementazione di un

nuovo campo di ricerca, che può essere definito come **design per l'intercultura**, derivante da una convergenza teoretica, metodologica e attuativa tra i filoni del design per il patrimonio culturale e il design sociale.

Questa analisi vuole porsi come base teorica per lo sviluppo di azioni con lo scopo di:

- promuovere la partecipazione culturale di tutti, comprese le categorie a rischio di esclusione sociale;
- esplorare e costruire metodologie, strumenti, competenze e pratiche innovative per rendere il patrimonio culturale accessibile e fruibile e per promuovere l'interazione sociale e collaborativa;
- esplorare e definire nuovi linguaggi e canali comunicativi destinati ai nuovi pubblici;
- sviluppare iniziative in partenariato interistituzionale nell'ambito dell'educazione al patrimonio in chiave interculturale;
- migliorare l'interazione tra cittadini "autoctoni" e migranti creando relazioni sinergiche, di dialogo e confronto.

Il **processo di ricerca**, durato tre anni, si è articolato in quattro fasi principali e relative sottofasi (Fig.03).

Durante la fase di inquadramento dello stato dell'arte sono stati indagati a livello di letteratura i tre "elementi costitutivi" del mio interesse di ricerca - patrimonio culturale, design in contesti multiculturali e accessibilità culturale - concentrandomi in particolare sulle loro intersezioni.

In seguito sono stati esplorati diversi casi di studio accessibilità culturale promossi da musei e istituzioni culturali in cui fossero evidenti nuovi approcci per la fruizione del patrimonio culturale a diverse scale di intervento e in cui la disciplina del design assumesse il ruolo di traduttrice di valori e identità per le comunità territoriali. Il fine ultimo di questa raccolta di casi studio è stato quello di identificare delle linee guida interpretative utili per lo sviluppo dello scenario progettuale.

Tra gli obiettivi specifici vi è stata quindi la definizione e lo sviluppo di un **quadro metodologico** incentrato su un approccio progettuale interculturale in contesti di azione che prevedono la valorizzazione del patrimonio culturale territoriale in contesti fortemente multiculturali. Al fine di validare tale metodologia, è stata avviata un'azione sperimentale volta allo sviluppo di un nuovo **Centro Culturale** nella città di Torino, che nascerà all'interno di un edificio dismesso, la Fonderia Ex Nebiolo - la più importante fabbrica italiana di tipi e la più importante manifattura italiana di caratteri da fonderia e di macchine da stampa, e patrimonio storico-culturale della Città. Come output collegato a questa occasione di ricerca-azione è stato sviluppato uno strumento pratico di linee guida di intervento (*Manuale di policy applicative*) atto a guidare i processi decisionali futuro

in modo tale da garantire che scelte progettuali siano sempre controllate e coerenti. Questo manuale pratico comprende approcci a diverse scale di azione progettuale, come ad esempio: il linguaggio visivo da adottare, il tono di voce, gli approcci comunicativi (interni, esterni o nel rapporto con le istituzioni territoriali), tipi di eventi, attività di gestione quotidiana del Centro, e più in generale tutto ciò che definisce l'immagine veicolata del Centro stesso.

## 1.5 Struttura della tesi

La presente tesi è suddivisa in quattro sezioni, i cui contenuti sono organizzati in 12 capitoli e in allegato è disponibile il *Manuale di brand policy* relativo al progetto del Centro culturale.

La prima parte (**Sezione 1**) si basa principalmente sulla revisione della letteratura ed è finalizzata a introdurre gli elementi che costituiscono il quadro concettuale della ricerca. Il capitolo 2 approfondisce il tema del patrimonio culturale come simbolo di identità e conoscenza, attraverso un'analisi semantica e normativa; il capitolo 3 è relativo al design per la valorizzazione del patrimonio culturale, andando ad approfondire gli approcci, le diverse sfere d'azione e gli attuali filoni di ricerca; il capitolo 4 infine, avvia una riflessione sul tema dell'accessibilità culturale e sugli strumenti che la disciplina del design mette in atto per agevolare azioni di "traduzione e trasmissione" delle conoscenze.

La **Sezione 2** (capitoli 5 e 6) affronta il tema del rapporto tra design e intercultura, andando infine a delineare un approccio metodologico per lo sviluppo di progetti atti a promuovere e strutturare un dialogo interculturale.

Nella **Sezione 3** (dai capitoli 7 al 12) si entra invece nel dettaglio del progetto di ricerca-azione relativo allo sviluppo del nuovo Centro culturale di Torino, che nasce da una collaborazione con la Confederazione Islamica Italiana.

Fig.03 Nella pagina successiva: sintesi grafica del processo di ricerca

## STATO DELL'ARTE

- Individuazione, selezione e analisi della letteratura di riferimento
- Individuazione e analisi di casi studio
- Definizione di indicatori e strumenti a valutare l'efficacia delle azioni di valorizzazione e di integrazione/ accessibilità culturale
- Esplorazione sul campo

## SCENARI DI INTERVENTO

- Definizione di possibili aree/ opportunità di intervento
- Identificazione di stakeholders nazionali e internazionali con cui prendere contatti
- Analisi dei bisogni e dei comportamenti del target all'interno dei contesti di intervento

## SVILUPPO DELLA PROPOSTA

- Definizione di linee guida  
Basate su analisi contestuali, durature, sistematizzate, incrementabili, interdisciplinari
- Individuazione di una équipe di progetto  
Multidisciplinare, che si avvalga di competenze diversificate e complementari negli ambiti di progettazione, didattica interculturale, educazione al patrimonio
- Sviluppo di un sistema prestazionale  
Basato su prerequisiti specifici di progetto

## RICERCA-AZIONE

- Definizione di partner e contesti di intervento
- Sviluppo del progetto  
Concept  
Studio di fattibilità  
Timelining  
Testing  
Prototipazione



## ANALISI IMPATTO SOCIO-ECONOMICO

Effettuabile tramite lo sviluppo di strumenti di autovalutazione e monitoraggio, osservazioni sul campo, reportage, questionari e interviste ai vari attori

## References

- Bistagnino, L. (2009). *Design e beni culturali. Un nuovo interessante binomio*. In Bozzola, M. (a cura di) D.Cult Piemonte. Il design per i beni culturali e ambientali, p.7. Milano: Lybra Immagine.
- Bodo, S. (2009). Sviluppare "spazi terzi": una nuova sfida per la promozione del dialogo interculturale nei musei, in A. M. Pecci (a cura di), *Patrimoni in migrazione. Accessibilità, partecipazione, mediazione nei musei*, Milano: FrancoAngeli.
- Bodo, S., Cantù, S., Mascheroni, S. (a cura di) per Fondazione ISMU (2007). *Quaderni ISMU 1/2007. Progettare insieme per un patrimonio interculturale*, Bollate (MI): Signum s.r.l.
- Cetorelli, G., Guido, M. R. (a cura di) per Ministero dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo. (2017). *Quaderni della valorizzazione NS4: Il patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*. Roma: Direzione Generale Musei.
- Colombo, M. (2007). *Guida ai progetti di educazione interculturale. Come costruire buone pratiche*. Milano: Fondazione Ismu.
- Daverio, P., Trapani, V. (a cura di)(2008). *Il design dei beni culturali. Crisi, territorio, identità*. Milano: Rizzoli.
- Diehl, J. C. (2006). Globalization and cross-cultural product design. In *Proceedings DESIGN 2006, the 9th International Design Conference*, Dubrovnik, Croatia (pp. 503–509).
- Franzato, C. (2008). *Design dei beni culturali nel progetto territoriale. Strategie, teorie e pratiche di valorizzazione design driven*. Tesi di Dottorato di Ricerca in Design e tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali, Politecnico di Milano.
- Lipton, R. (2002). *Designing Across Cultures: How to Create Effective Graphics for Diverse Ethnic Groups*. Ohio: HOW Design Books.
- Lupo, E. (2013). Design e beni culturali: creare sistemi di valore per connettere cultura, luoghi, conoscenza, comunità, impresa. In *I+Diseño: revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en diseño* (pp. 29-38).
- McMullen, M. (2016). Intercultural Design Competence: A Guide for Graphic Designers Working Across Cultural Boundaries. *The International Journal of Visual Design*, 10(3), (pp.19-30).
- Miller, B. (2014). *Antropologia culturale*. Milano: Pearson Italia.
- Nicola, C. (a cura di) per Enaip Piemonte (2004). *La comunicazione interculturale. Strumenti per la formazione, la promozione della tolleranza, l'accettazione delle differenze*. Torino: Enaip Piemonte.
- Parsons, T. (1951). *The social system*. Londra: Routledge.
- Radtke, S. (2021). *Intercultural Design Basics*. Amsterdam: BIS Publishers.
- Ricoeur, P. (1990) *Soi-même comme un autre*, Editions du Seuil, Paris; trad. it. (1993), *Sé come un altro*. Milano: Jaca Book.
- Seassaro, A. (2003). Il design dei beni culturali come estetica della città nella "Milano capitale del design". In Manzocchi, G., Villani, A., *Sulla città, oggi. Arte, beni culturali, istituzioni*. Milano: FrancoAngeli.
- Symbola, Unioncamere. (2021) *Io Sono Cultura 2021: L'Italia della Qualità e Della Bellezza Sfida la Crisi*. Report 2021, Books of Symbola.
- Symbola, Unioncamere. (2022) *Io Sono Cultura 2022: L'Italia della Qualità e Della Bellezza Sfida la Crisi*. Report 2022, Books of Symbola.

# Sezione 1

## Literature review

L'analisi della letteratura, oltre a definire il contesto di azione della ricerca, ha permesso di andare ad individuare le criticità teoretiche e sperimentali nell'indagare il rapporto tra patrimonio culturale e contesti multiculturali.

I capitoli successivi si porranno infatti l'obiettivo di costruire un avvicinamento graduale all'ambito della progettazione dell'accessibilità culturale, creando le basi teoriche per le successive riflessioni relative al ruolo del design in questo settore di intervento e nel favorire e promuovere azioni di dialogo e scambio interculturale.

# 2

## Il patrimonio culturale: simbolo di identità e veicolo di conoscenza

### 2.1 Inquadramento del tema

*“La ricerca sui beni culturali è oggi al centro dell’attenzione non solo di un pubblico specializzato. [...] L’interesse sempre più diffuso è dovuto a motivi diversi, ma risponde in ultima analisi ad un’esigenza democratica di base: i beni culturali appartengono ai diritti fondamentali di tutti i cittadini.”*

Carlo Tosco, *I beni culturali*, 2014

Nello sviluppo di questo percorso di ricerca, uno dei concetti fondativi è stata l’interpretazione del patrimonio culturale come veicolo di identità di un territorio e vero e proprio strumento di trasmissione di conoscenza e di valore sia in termini sociali che economici.

Per prima cosa è quindi necessario andare a inquadrare il tema per definire la sfera di azione della ricerca.

A livello internazionale l’emergere di un’area di ricerca e di sperimentazione strutturata sul patrimonio culturale risale a circa quarant’anni fa con l’approvazione della Convenzione UNESCO nel 1972<sup>12</sup>. È però a partire dagli anni ‘90 circa che gli studi di *heritage* si sono affermati come campo accademico proprio all’interno di numerosi settori disciplinari, coinvolgendo in questo modo una varietà di prospettive spesso anche con problemi di reciproca comprensione (Zan, 2014).

La stessa disciplina del design vede il suo avvicinamento

<sup>12</sup> Convenzione per la protezione del patrimonio mondiale culturale e naturale (16 novembre 1972): la Convenzione incoraggia i Paesi membri a identificare e tutelare il proprio patrimonio che sia o meno iscritto nella Lista del Patrimonio Mondiale. Fonte: Ministero della Cultura, Ufficio Unesco.

al tema in epoca relativamente recente, a partire dagli anni 2000 con l'introduzione del concetto di "design dei beni culturali" proposta da Seassaro nel saggio *Estetica della città nella "Milano capitale del design"* (2004). Certamente la definizione rimandava ad un campo di sperimentazione nascente e in cui il significato stesso della relazione tra design e beni culturali apriva le strade a nuovi momenti di riflessione collettiva in grado di produrre sempre nuovi ambiti e scenari di applicazione (Seassaro, 2009) - legati anche a nuove consapevolezze teoriche e sperimentali, nonché alla trasformazione della nozione di accessibilità alla cultura nella società globale e al nuovo ruolo centrale attribuito all'applicazione delle nuove tecnologie digitali al settore (Irace, 2013). Per chiarezza di obiettivi in questa ricerca ci si focalizzerà sul concetto di "design per la valorizzazione dei beni culturali", che rimanda più esplicitamente alla progettazione della fruizione e della comunicazione dei beni culturali (Celaschi & Trocchianesi, 2004).

### 2.1.1 Un concetto in divenire

Il patrimonio culturale è composto da un insieme di beni culturali e paesaggistici che appartengono alla cultura materiale, artistica e culturale in senso antropologico: a cui cioè un determinato gruppo sociale guarda come a elementi del proprio passato, della propria *identità* (Fabiatti, 2015).

Nel parlare di patrimonio culturale in questa ricerca sono stati considerati i beni culturali in un'accezione piuttosto ampia. Il termine **bene culturale** è certamente di difficile delimitazione, poichè al suo interno racchiude numerose sfaccettature: un concetto che, nel tempo, ha subito numerose e costanti evoluzioni arrivando ad abbracciare molti ambiti disciplinari di ricerca e progettazione.

Come punto di partenza per le riflessioni successive si prende qui in considerazione l'etimologia del concetto: in latino il termine *patrimonium* nasce dall'unione di *pater* (padre) e *-monium*, termine che richiama la parola *munus*<sup>13</sup>, ossia compito<sup>14</sup>. Il patrimonio rappresenterebbe dunque una sorta di eredità: dei beni legati al passato che si conservano per essere trasmessi ai figli e alle generazioni future.

La parola *cultura* è invece riconducibile al verbo *còlere*, (coltivare), da cui deriva il vocabolo *cultus* che è traducibile come la "coltivazione dei campi" e il "culto"

<sup>13</sup> Secondo alcune interpretazioni *-monium* è invece riconducibile ad *alimonium*, cioè nutrimento ed era usato per indicare l'insieme delle cose possedute dal *pater familias* destinate a diventare poi nutrimento, in senso lato, per i suoi eredi (Nifosi e Tommasi, 2010). Concettualmente le due interpretazioni quindi non si discostano eccessivamente.

<sup>14</sup> L'accumulo del patrimonio attraverso il lavoro era infatti, in alcune antiche culture, un compito legato alla figura paterna.

<sup>15</sup> "L'eredità culturale è un insieme di risorse ereditate dal passato che le popolazioni identificano, indipendentemente da chi ne detenga la proprietà, come riflesso ed espressione dei loro valori, credenze, conoscenze e tradizioni, in continua evoluzione. Essa comprende tutti gli aspetti dell'ambiente che sono il risultato dell'interazione nel corso del tempo fra le popolazioni e i luoghi" (Convenzione di Faro, Art. 2 2005).

<sup>16</sup> Concetti in rapido e costante divenire anch'essi. Si prenda come esempio l'introduzione di nuove categorie legate ai cambiamenti digitali, tecnologici e virtuali.

<sup>17</sup> L'Italia tutela il paesaggio con apposite leggi già dal 1912 (Legge 23 giugno 1912, n. 688). È però con l'entrata in vigore del Codice dei Beni Culturali nel 2004 che iniziano ed essere affinati gli strumenti legislativi per proteggerlo.

<sup>18</sup> È qui doveroso porre una precisazione sull'uso dei termini. Quando si parla di *paesaggio* a livello legislativo si intende "il territorio espressivo di identità, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali, umani e dalle loro interrelazioni" (art. 131 del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio d.lgs n. 42/2004). Con il termine *ambiente*, invece, si pone l'attenzione sugli aspetti ecologici e naturalistici.

in senso religioso, ma soprattutto - in merito al campo di interesse - come il "modo di vivere", la "civiltà" (Nifosi & Tommasi, 2010).

Andando quindi ad associare i due termini si può affermare che il patrimonio rappresenta l'**eredità culturale**<sup>15</sup> di un popolo, la memoria tangibile e intangibile di ciò che l'uomo ha creato e trasmesso ai posteri.

In quanto legato ai concetti di memoria, identità e trasformazione, la definizione stessa di patrimonio culturale muta in termini temporali e spaziali, intravedendo sempre più esplicitamente nel concetto di dematerializzazione una nuova chiave strutturale della memoria collettiva.

Si è passato così ad arricchire il panorama dei beni culturali materiali di carattere storico<sup>16</sup> (sia mobili che immobili) a beni di tipo paesaggistico<sup>17</sup> e, per loro estensione, ambientale<sup>18</sup>. Nel 2003, inoltre con *Convenzione per la Salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*, (ratificata dall'Italia nel 2007) si introduce, per l'appunto, il concetto di **patrimonio culturale immateriale**.

*"Questo patrimonio culturale immateriale è fondamentale nel mantenimento della diversità culturale di fronte alla globalizzazione e la sua comprensione aiuta il dialogo interculturale e incoraggia il rispetto reciproco dei diversi modi di vivere. La sua importanza non risiede nella manifestazione culturale in sé, bensì nella ricchezza di conoscenza e competenze che vengono trasmesse da una generazione all'altra."*

Unesco, 2003

L'approfondimento presente nella pagina successiva (Fig.04) sintetizza le diverse categorie di beni tangibili, intangibili e paesaggistici che costituiscono il concetto di patrimonio culturale - secondo la definizione odierna data dal Decreto Legge n. 42/2004 "Codice dei beni culturali e del paesaggio".

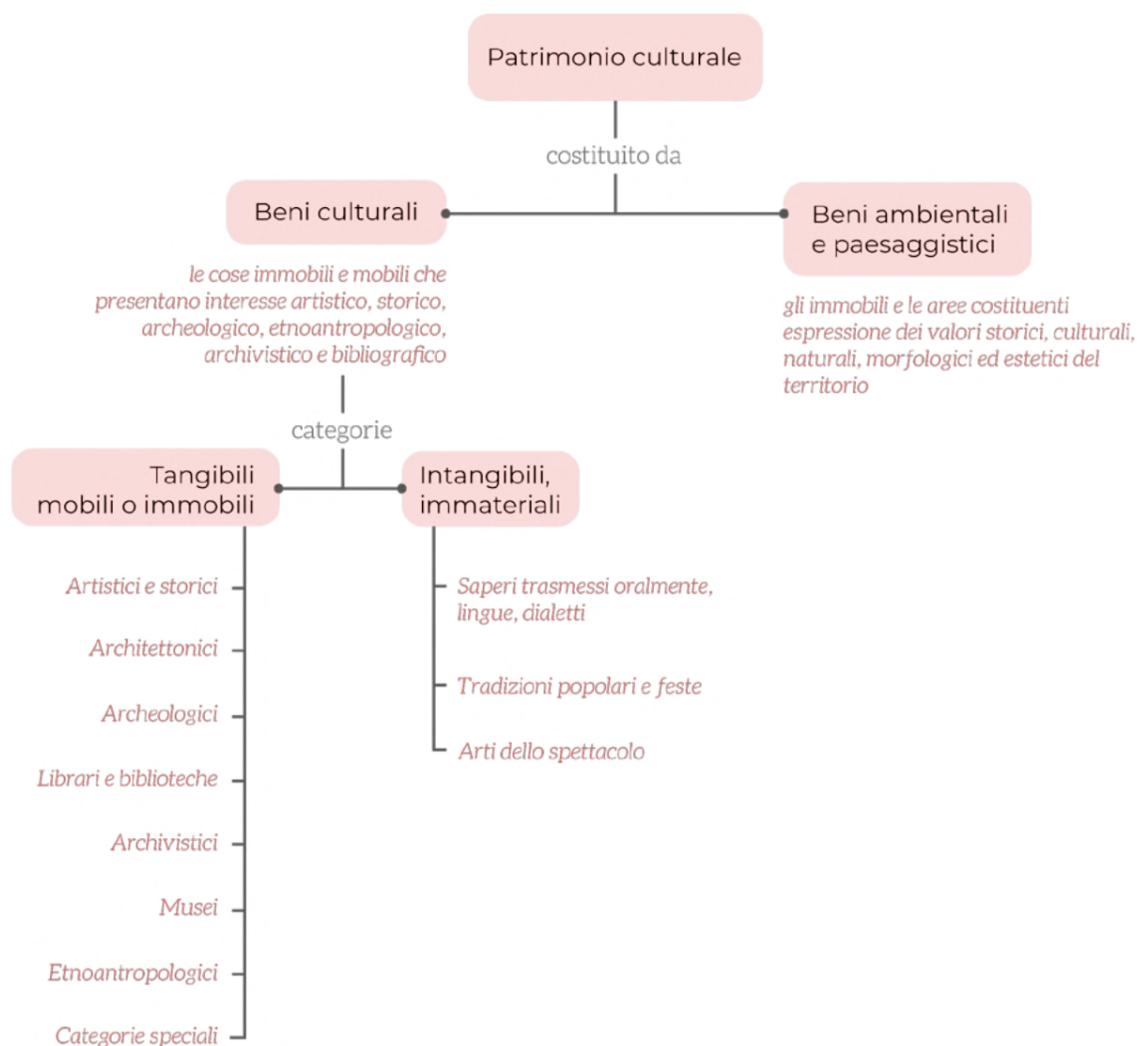


Fig.04 Il patrimonio culturale: categorizzazione dei beni culturali e paesaggistici

### 2.1.2 Definire il patrimonio culturale

Il patrimonio culturale, in quanto espressione di appartenenza, è l'interprete degli stili di vita sviluppati da una comunità e trasmessi di generazione in generazione, tra cui costumi, pratiche, stili di vita, tradizioni, luoghi, oggetti, espressioni artistiche e valori.

L'idea di patrimonio culturale (*cultural heritage*, letteralmente *eredità culturale*) nacque in Inghilterra a metà del XIX secolo, nel tentativo di far fronte ai profondi cambiamenti che interessavano il paese a seguito della Rivoluzione Industriale.

L'antropologo Fabietti sottolinea come i riformisti dell'epoca percepirono la necessità di "fissare degli ancoraggi per la memoria del paese allo scopo di

affermare una forma di continuità in cui gli abitanti potessero riconoscersi. Un patrimonio comune di monumenti, tradizioni, libri, paesaggi, opere d'arte, ai quali gli abitanti di allora potessero guardare come a qualcosa che affermava la loro unità e la continuità della comunità sociale nel tempo" (Fabietti, 2019, pag. 344).

Tuttavia il riconoscimento del bene culturale a livello internazionale si registrò soltanto nel dopoguerra, e per la prima volta venne utilizzato nel linguaggio giuridico ufficiale con la Convenzione dell'Aia del 1954 (*Convenzione per la protezione dei beni culturali in caso di conflitto armato*) il cui scopo era quello di tutelare i beni culturali durante una guerra o un conflitto armato per preservarli da distruzione, furto o saccheggio (Tosco, 2014).

A livello italiano invece l'espressione *bene culturale* si afferma con la "Commissione Franceschini" istituita nel 1964 (Tosco, 2014), il cui compito principale fu la revisione delle leggi di tutela e valorizzazione delle cose di interesse culturale, nonché la formulazione di proposte per un nuovo assetto strutturale del settore. Con l'istituzione di questa Commissione l'espressione "beni culturali" entrò nell'ordinamento giuridico italiano.

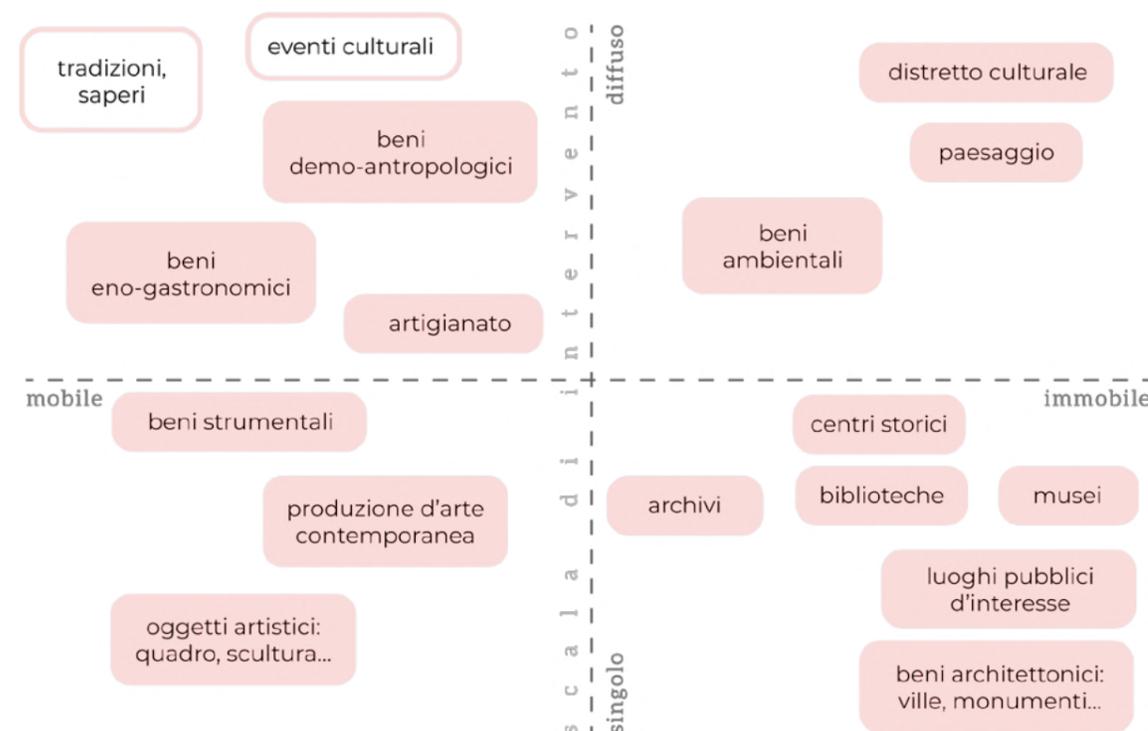


Fig.05 Mappa tipologica di beni culturali (Lupo, 2009)

### 2.1.3 Oltre i bisogni primari

Questa “irruzione” del concetto di *bene culturale* nella società italiana degli anni Sessanta non avvenne ovviamente senza motivo fondante. Furono anni infatti in cui la società italiana iniziò a mutare profondamente. Si assistette ad un sensibile miglioramento delle condizioni socio-economiche della popolazione: ci si trovava nel pieno *miracolo economico italiano* e ciò corrispose ad una più equilibrata distribuzione della ricchezza e un complessivo miglioramento della qualità di vita. La popolazione iniziava a guardare **oltre i bisogni legati a consumi primari**, che vennero man mano affiancati e superati da una richiesta di migliore qualità di vita anche sotto l'aspetto immateriale. “Alla domanda di incremento quantitativo dell'offerta, al primato della produzione delle merci, ai consumi di beni tangibili, subentrano infatti in poco tempo la ricerca della qualità e il primato della produzione di beni immateriali, servizi, informazioni. Questo rivolgimento ha necessariamente effetto anche quanto al patrimonio culturale storico” (Montella, 2009, pag. 29).

Con questa osservazione si vuole quindi sottolineare come i concetti di fruizione del patrimonio e di accesso alla cultura abbiano trovato sempre maggiore spazio - anche a livello giuridico - nell'analisi della relazione tra la sfera cognitiva ed emotiva dell'essere umano e il contesto sociale e territoriale in cui esso si inserisce e all'interno del quale crea i propri strumenti di auto-realizzazione.

Non stupisce quindi che il **diritto alla cultura** e di partecipare alla vita culturale rientri tra i principali diritti umani contenuti nella “Universal Declaration of Human Rights”<sup>19</sup> a sottolineare come la cultura rappresenti un elemento fondante dello sviluppo della persona umana, ma sia anche fattore di integrazione sociale e di crescita economica.

*“Ogni individuo ha diritto di prendere parte liberamente alla vita culturale della comunità, di godere delle arti e di partecipare al progresso scientifico ed ai suoi benefici.”*

Universal Declaration of  
Human Rights, Art.27, 1948

A sancire l'importanza del patrimonio culturale come veicolo di identità e di dialogo tra diverse culture ci

<sup>20</sup> La Dichiarazione di Friburgo è un documento redatto nel 2007 dal cosiddetto “Gruppo di Friburgo” - un gruppo di esperti affiliati all'Istituto interdisciplinare di etica e dei diritti dell'uomo (IIEHD) dell'omonima università svizzera - che stabilisce un insieme di principi e di norme per promuovere la diversità culturale e l'accesso ai beni culturali come diritto umano fondamentale.

<sup>21</sup> “Identità culturale si intende l'insieme dei riferimenti culturali con il quale una persona, da sola o in comune con gli altri, si definisce, si costituisce, comunica e intende essere riconosciuta nella sua dignità.” (Dichiarazione di Friburgo, Art.2, 2007).

pensa soprattutto la Dichiarazione di Friburgo<sup>20</sup> del 2007 sui “Diritti culturali”, nella quale viene esplicitata l'importanza della diversità culturale sottolineando come la formazione dell'**identità culturale**<sup>21</sup> sia un processo che coinvolge la conoscenza della propria cultura di appartenenza così come delle altre.

#### **“Identità e patrimonio culturali**

*Ogni persona, sola o in comune, ha diritto:*

- a. di scegliere e di vedere rispettata la propria identità culturale nella diversità dei suoi modi di espressione; questo diritto si esercita in particolare in relazione con la libertà di pensiero, di coscienza, di religione, di opinione e di espressione;*
- b. di conoscere e di vedere rispettata la propria cultura nonché le culture che, nelle loro diversità costituiscono il patrimonio comune dell'umanità; ciò implica in particolare il diritto alla conoscenza dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali, valori essenziali di questo patrimonio;*
- c. di accedere, in particolare attraverso l'esercizio dei diritti all'educazione e all'informazione, ai patrimoni culturali che costituiscono le espressioni delle diverse culture e delle risorse per le generazioni future.”*

Dichiarazione di Friburgo, Art. 3, 2007

La formulazione di questi principi risponde quindi all'esigenza umana di soddisfare dei **bisogni di tipo secondario**, come i bisogni di appartenenza, di stima e di autorealizzazione (Box 01), motivo per cui le violazioni dei diritti culturali provocano tensioni e conflitti di identità, il che comporta la nascita di sentimenti di odio e di incomprensione reciproca.

La consapevolezza di questa estrema importanza nella costruzione del senso di identità è stata anche spesso esplicitamente sfruttata. Non è un caso infatti se nel tempo sono stati molti gli atti di intolleranza culturale che hanno visto i beni storici al centro del mirino in quanto portatori di messaggi di forte pregnanza sociale, di memoria storica, di identità e di simbologie spesso “scomode” e per questo motivo di interesse volto alla cancellazione di qualunque traccia del “nemico” (Maida, 2018). Tra questi esempi possono essere annoverati anche casi anche molto recenti come la distruzione del Templi di Baal di Palmira (Siria), del Museo Mosul e della città di Hatra (Iraq) da parte dell'Isis, o gli innumerevoli siti archeologici distrutti nello Yemen dalle forze armate saudite a causa della guerra civile scoppiata dal 2015.

<sup>19</sup> Documento adottato dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite il 10 dicembre 1948.

## Box 01 La piramide di Maslow

Nel 1954 lo psicologo Abraham Maslow propose un modello motivazionale dello sviluppo umano basato su una gerarchia di bisogni, disposti a piramide (Fig. 06) - in base alla quale la soddisfazione dei bisogni più elementari è condizione necessaria per fare emergere quelli di ordine superiore.

Si tratta di un modello che fa risalire le spinte motivazionali a fattori interni, ignorando quasi totalmente l'interazione con l'ambiente esterno e che esclude che un individuo possa essere spinto da più bisogni contemporaneamente.

Nonostante i suoi limiti, questo modello è ancora ampiamente utilizzato in ambiti esterni alla psicologia, tra cui il campo della progettazione stessa. Partendo da questa teoria, infatti, alcuni specialisti dell'interpretazione del patrimonio (Knudson, Cable, Beck) hanno studiato alcuni dei possibili bisogni dei visitatori ponendoli su una scala (Tab. 01) capace di orientare e guidare il lavoro dei progettisti (Brunelli, 2014).



Fig.06 La piramide dei bisogni di Maslow, 1954

Livelli dei bisogni	In che modo gli interpreti possono soddisfare i bisogni dei visitatori	Chiave interculturale
AUTO-REALIZZAZIONE	Aiutare i visitatori a sviluppare materiali interpretativi dal proprio punto di vista. Aiutare i visitatori a preparare un proprio programma. Offrire loro mezzi e strumenti per condurre una visita, un'esplorazione o una ricerca in totale autonomia.	Fornire gli strumenti linguistici e informativi per reinterprete i contenuti e strutturare visite in autonomia.
Bisogni estetici	Offrire seminari e corsi di formazione con esperti legati agli interessi dei visitatori. Progettare visite guidate a siti rilevanti dal punto di vista estetico. Allestire mostre d'arte, di fotografia e scrittura, ecc. mirate a visitatori giovani e anziani. Prevedere incontri con artisti, poeti, musicisti per parlare e lavorare insieme al pubblico.	Offrire seminari e corsi guidati da mediatori culturali. Allestire esposizioni tematiche inclusive in riferimento ai diversi background culturali dei visitatori.
Comprensione	Dare l'opportunità ai visitatori di approfondire i propri interessi e mettere alla prova le proprie abilità: attraverso esercizi, esperimenti, attività pratiche e compiti che possono scegliere e svolgere a proprio comodo. Riguardo l'ente gestore del sito: offrire accesso pubblico a rapporti tecnici, planimetrie e budget; rispondere a domande sulle politiche, sullo stato della ricerca e i sui regolamenti interni dell'ente; offrire FAQ di orientamento.	Creare occasioni di coinvolgimento personale e di confronto su chiavi interpretative e comunicative anche attraverso azioni di riallestimento del sito. Adottare tecniche comunicative inclusive e "universali" (icone, infografiche,..)
CONOSCENZA	Offrire la possibilità di accedere a informazioni e a varie risorse bibliografiche. Stabilire orari in cui i visitatori possano, in maniera del tutto informale, parlare sia con gli interpreti sia con i manager dei siti per avere ulteriori informazioni.	Prevedere traduzioni e accesso linguistico ai contenuti (attraverso didascalie, audioguide, visite guidate, etc.).
STIMA	Premiare i visitatori e i loro comportamenti positivi, le azioni di supporto all'istituzione da loro svolta ecc., per esempio offrendo riconoscimenti pubblici, menzionandolo sui bollettini o sulle newsletter dell'istituzione, o citandoli durante i programmi ecc.	Valorizzare i percorsi di inclusione nati da collaborazioni volte ad ampliare l'accessibilità culturale dell'istituzione.
AMORE E SENSO DI APPARTENENZA	Chiedere ai visitatori i loro nomi e utilizzarli spesso durante la presentazione. Manifestare il proprio piacere di lavorare a contatto con il pubblico e con quei singoli visitatori. Visitare preliminarmente i punti in cui i visitatori si raccolgono, così da dare loro il benvenuto e invitarli ai programmi.	Creare occasioni di confronto, scambio e valorizzazione delle chiavi di lettura personali. Memorizzare la provenienza dei visitatori e calibrare il livello di coinvolgimento in base alle relative culture.
SALUTE E SICUREZZA	Illustrare chiaramente le politiche di sicurezza dell'ente riguardo al sito. Prendere tutte le necessarie misure di sicurezza, sia in fase di progettazione che di performance. Avere a disposizione personale preparato per le emergenze e il primo soccorso.	Garantire rispetto delle norme di sicurezza con attenzione alle sensibilità e ai codici comportamentali relativi ad altri contesti culturali.

Tab.01 La scala dei bisogni dei visitatori. Rielaborazione da Knudson, Cable, Beck (1995) e Brunelli (2014)

## 2.2 Valore e valorizzazione del patrimonio culturale

Precedentemente è stata introdotta la definizione di “design per la **valorizzazione** del patrimonio culturale”, intendendo in questo modo una campo di progettazione che non guarda al patrimonio come ad un ambito “cristallizzato” e immutabile nei suoi significati e valori. Questo concetto rimanda anzi esplicitamente a tutte quelle azioni progettuali che incentivano la fruizione e la comunicazione dei beni culturali, anche attraverso sguardi critici e rinnovati nei suoi obiettivi e nei suoi strumenti di intervento.

Per comprendere a pieno la varietà semantica ma anche concettuale contenuta nella parola “valorizzare” - e quindi le sue implicazioni anche in ambito progettuale - si vuole partire anche in questo caso dalla sua etimologia. O meglio dalla sua *bivalenza* etimologica. La lingua italiana infatti, pur essendo di origine neolatina, ha assegnato nel tempo al termine “valore” la stessa ampiezza di confini semantici della parola greca *αξία* (*axia*)<sup>22</sup>, accogliendo sia il significato riferito al valore materiale - al *pretium* latino - sia il significato di valore morale riferito alla *virtus*. Coerentemente anche la valorizzazione del patrimonio culturale richiede un impegno congiunto, atto a promuoverne sia la conoscenza che la fruizione, oltre che identificare in esso possibili fonti anche di tipo economico (Granato & Picilli, 2018).

E questa rilevanza economica è tanto vera specie per un paese come l'Italia in cui il settore culturale e creativo ha un'elevata incidenza su quello produttivo e occupazionale. Sottintendere, tuttavia, alla valorizzazione una mera natura di carattere economico-finanziaria è certamente riduttivo: da un punto di vista culturale il concetto di valorizzazione consiste nell'individuare soluzioni progettuali atte a far emergere il valore sociale, storico, estetico e spirituale del bene stesso.

L'Italia inserisce la salvaguardia del patrimonio culturale tra i pilastri fondanti della Costituzione<sup>23</sup>: la funzione della tutela del bene culturale è quindi di competenza dello Stato e comprende tutte le prescrizioni, le misure, gli interventi diretti a riconoscere, proteggere e conservare un bene affinché esso possa essere offerto alla conoscenza e al godimento collettivi. Al fine però di garantire la piena dimensione culturale, è indispensabile favorirne la fruibilità e l'accessibilità (fisica e cognitiva) a tutti i cittadini. Risulta dunque

<sup>22</sup> Il sostantivo greco *αξία* indicava sia il pregio di un oggetto, quanto il merito di una persona. Nella lingua latina queste differenti accezioni erano invece legate a due termini: *praetium*, riferito al valore materiale, e *virtus*, collegato invece al valore morale (Granato & Picilli, 2018).

<sup>23</sup> Articolo 9 della Costituzione della Repubblica italiana: “La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Proteggerà il paesaggio naturale e il patrimonio storico e artistico della Nazione.”

<sup>24</sup> Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, “Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137”, Art. 6.

chiaro che il patrimonio non possa essere sottoposto unicamente ad un programma di salvaguardia, per quanto di primaria importanza. Ad esso si affianca la necessità di intraprendere percorsi consapevoli di valorizzazione, in modo da allargare e qualificare le potenzialità fruibili e comunicative del bene culturale a tutta la collettività.

Per “valorizzazione” si indica l'esercizio delle funzioni e la disciplina delle attività dirette a promuovere la conoscenza dei beni e ad assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e fruizione pubblica dei beni medesimi. Essa comprende anche la promozione ed il sostegno degli interventi di conservazione<sup>24</sup>.

L'esplicitazione della categoria della “valorizzazione” del patrimonio culturale in Italia avviene a partire dalla metà degli anni Sessanta del secolo scorso. La società italiana, come già anticipato, inizia infatti a mutare profondamente grazie ad un sensibile miglioramento della situazione economica legata al forte sviluppo del sistema industriale. Il patrimonio storico diviene un elemento culturalmente sentito dalla popolazione, un legame percepibile tra storia e società e conseguentemente cresce l'interesse nei confronti dello sviluppo del tema della fruizione dei beni culturali. A livello normativo, dunque, il concetto di valorizzazione è un carattere relativamente recente, che si afferma a partire dalla Commissione Franceschini del 1964, in cui però non trova una vera e propria definizione giuridica (Montella, 2009).

È solo nel 1998 che la valorizzazione viene introdotta in modo organico nell'ordinamento giuridico italiano grazie alla Legge Bassanini (d.lgs. n. 112 del 1998), la quale incorpora la valorizzazione dalla fino allora onnicomprensiva tutela, identificandola in ogni attività diretta a migliorare le condizioni di conoscenza e conservazione dei beni culturali e ambientali e ad incrementarne la fruizione.

Ad oggi, la regolamentazione sui beni culturali e paesaggistici è disciplinata dal Decreto Legislativo 22 gennaio 2004 n. 42, conosciuto come “Codice dei beni culturali e del paesaggio” o “Codice Urbani”. Il Codice, aggiornando la precedente legislazione, individua e definisce due materie necessarie per permettere un'efficace distribuzione delle competenze e gestione dei beni, che sono la tutela e la valorizzazione.

Per un approfondimento in merito all'*excursus* delle principali normative italiane relative al concetto di valorizzazione del patrimonio culturale si rimanda al **Box 02** nella pagina seguente.

## Box 02 Un excursus normativo

Il concetto di valorizzazione del patrimonio culturale, nella sua definizione di “Complesso di azioni intese a conferire valore al patrimonio culturale e a promuoverne le potenzialità, migliorandone le condizioni di conoscenza e incrementandone la fruizione collettiva e individuale” (Treccani), è relativamente nuovo: nella legislazione statale italiana continua a figurare la sola funzione di tutela fino al 1998. Fino a quel momento tuttavia è interessante registrare lo scarto tra il termine e il significato sotteso, che, andando ad analizzare i diversi documenti normativi precedenti, viene già concettualmente introdotto.

### 1902

**Legge 12 giugno 1902, n. 185, Portante disposizioni circa la tutela e la conservazione dei monumenti e degli oggetti d'antichità e belle arti.**

La prima disposizione legislativa organica dell'Italia unita, espressamente dedicata alle cose d'antichità, è la Legge n. 185 del 1902 (“Tutela del patrimonio monumentale”), conosciuta come “Legge Nasi”.

Si tratta della prima vera legge riguardante i Beni culturali. Contiene disposizioni riguardo la tutela e la conservazione dei monumenti, degli immobili e degli oggetti mobili che abbiano pregio di antichità o d'arte. Istituisce i cataloghi unici nazionali dei monumenti e degli oggetti d'arte e di antichità, introduce il diritto di prelazione da parte dello Stato e il divieto d'esportazione dei Beni culturali<sup>25</sup>.

### 1909

**Legge n. 364/1909, Legge Rosadi**

Il provvedimento legislativo, frutto dei lavori di una Commissione istituita nel 1906 su iniziativa del Ministro della Pubblica Istruzione, Errico De Marinis (Governo Fortis II, dicembre 1905 - febbraio 1906) rientra tra la legislazione emanata a tutela del patrimonio storico - artistico nazionale.

Con tale legge l'ambito di tutela veniva decisamente ampliato passando dai generici monumenti a “[...] le cose immobili e mobili che abbiano interesse storico, archeologico, paleontologico o artistico [...]”.

I punti fondamentali della legge Rosadi furono: l'inalienabilità dei beni demaniali e del patrimonio pubblico; l'introduzione del regime vincolistico per la proprietà privata, attuata attraverso lo strumento della notifica; l'istituzione del diritto di prelazione a favore dello Stato nel caso di alienazione dei beni dei privati.

<sup>25</sup> Fonte: Au.G.U.Sto. Automazione Gazzetta Ufficiale Storica dell'Agenzia per l'Italia Digitale.

### 1939

**Legge 1 giugno 1939, n. 1089, Tutela delle cose d'interesse artistico o storico.**

**Legge 29 giugno 1939, n. 1497, Protezione delle bellezze naturali.**

Fu soltanto con le famose leggi Bottai del 1939 (la legge 1089 sul patrimonio storico artistico architettonico e la legge 1497 sulle “bellezze naturali”), tuttavia, che le disposizioni legislative di tutela del patrimonio culturale nazionale furono organizzate in maniera razionale: esse, inoltre, furono estese a tutto ciò che ha rilevanza per la storia della nazione e, quel che più importa, introdussero, per la prima volta, il concetto di pubblica fruizione o godibilità pubblica, ponendolo in relazione col concetto di patrimonio culturale.

Le leggi Bottai del 1939, in realtà, restarono in vigore fino al 1999, quando furono soppiantate dal D. Lgs. n. 490 del 29 ottobre 1999, il cosiddetto Testo Unico delle disposizioni legislative in materia di beni culturali e ambientali.

### 1947

**Costituzione Italiana**

**Art. 3:** “È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese”.

**Art. 9:** “La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio artistico della Nazione”.

Il combinato disposto degli articoli 3 e 9, significativamente compresi fra i principi fondamentali della Costituzione, fornisce una chiara e vincolante indicazione programmatica per l'uso pubblico dei beni culturali: “la Repubblica promuove lo sviluppo della cultura”, “tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione”, rimuove “gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana”<sup>26</sup>.

La Costituzione della Repubblica italiana nel 1947 assunse tra i suoi principi quello della tutela del patrimonio storico artistico, esplicitamente sancito dall'articolo 9.

### 1964-1974

**Legge 26 aprile 1964, n. 310, Costituzione di una Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio. “Commissione Franceschini”**

<sup>26</sup> Fonte: Montella, M. (2009). *Valore e valorizzazione del patrimonio culturale storico*. Milano: Electa.

Il compito principale della "Commissione Franceschini" fu la revisione delle leggi di tutela e valorizzazione delle cose di interesse culturale, nonché la formulazione di proposte per un nuovo assetto strutturale del settore. Con l'istituzione di questa Commissione l'espressione "beni culturali" entra nell'ordinamento giuridico italiano.

Nel testo di legge prodotto (non entrato in vigore) si parlò espressamente di valorizzazione. Nell'occasione, però, il termine non trovò una precisa definizione giuridica.

L'accostamento dei termini "tutela e valorizzazione" comparve anche nell'art. 2 del Decreto Legge 14 dicembre 1974, n. 657, Istituzione del Ministero per i beni culturali e per l'ambiente, e nell'articolo 1 del conseguente decreto di organizzazione emanato nel 1975 (L. 29-1-1975, n. 5, Conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge 14 dicembre 1974, n. 657, concernente la istituzione del Ministero per i beni culturali e ambientali), ma, in entrambi i casi, senza che venissero una volta ancora distintamente qualificate sotto il profilo giuridico.

#### 1985

**Convenzione per la protezione del patrimonio architettonico d'Europa, Granada, 1985**

È uno strumento giuridicamente vincolante che definiscono il quadro per un'accurata conservazione del patrimonio architettonico in Europa.

#### «Legge Galasso» dell'8 agosto 1985 n. 431

Essa affida per la prima volta alle regioni l'obbligo di redigere un piano paesaggistico, col quale individuare e classificare le aree geografiche di interesse naturalistico, le aree non edificabili o parzialmente edificabili, previa approvazione degli organi preposti alla tutela del patrimonio culturale e ambientale; essa cerca di limitare gli abusi e le concessioni edilizie in sanatoria.

#### 1998

**Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112, Conferimento di funzioni e compiti amministrativi dello Stato alle regioni ed agli enti locali, in attuazione del capo I della legge 15 marzo 1997, n. 59.**

In applicazione e nello spirito delle leggi Bassanini del 1997 sul decentramento, con il D.L. 112/98, si è previsto il passaggio della gestione dei musei statali alle Regioni, ribadendo la distinzione tra la funzione di tutela che resta esclusiva prerogativa dello Stato, e le funzioni di gestione, valorizzazione e promozione che possono

essere trasferite agli Enti locali, e possono così essere oggetto di normativa anche delle Regioni.

**Decreto legislativo 20 ottobre 1998, n. 368, Istituzione del Ministero per i beni e le attività culturali, a norma dell'articolo 11 della legge 15 marzo 1997, n. 59**

Per giungere a tanto è stato necessario attendere il 1998. Allora, infatti, il decreto legislativo 112 scorporò la valorizzazione dalla fino allora onnicomprensiva tutela: TUTELA (Legislazione esclusiva della Stato) = ogni attività diretta a riconoscere, conservare e proteggere i beni culturali e ambientali;

VALORIZZAZIONE (Legislazione concorrente) = ogni attività diretta a migliorare le condizioni di conoscenza dei beni culturali e ambientali e a incrementarne la fruizione tramite:

- 1) il miglioramento della conservazione fisica dei beni e della loro sicurezza, integrità e valore;
- 2) il miglioramento dell'accesso ai beni e la diffusione della loro conoscenza anche mediante riproduzioni, pubblicazioni e ogni altro mezzo di comunicazione;
- 3) la fruizione anche da parte delle categorie meno agevolate;
- 4) l'organizzazione di studi, ricerche e iniziative scientifiche, anche in collaborazione con Università e istituzioni culturali;
- 5) l'organizzazione di attività didattiche e divulgative anche in collaborazione con istituti di istruzione;
- 6) l'organizzazione di mostre anche in collaborazione con altri soggetti pubblici e privati;
- 7) l'organizzazione di eventi culturali connessi a particolari aspetti dei beni o a operazioni di recupero, restauro, acquisizioni;
- 8) l'organizzazione di itinerari culturali, individuati mediante la connessione fra beni culturali e ambientali diversi, anche in collaborazione con enti competenti per il turismo.

GESTIONE = ogni attività diretta, mediante l'organizzazione delle risorse umane e materiali, ad assicurare la fruizione dei beni culturali e ambientali, concorrendo al perseguimento delle attività di tutela e di valorizzazione.

In seguito, la valorizzazione tornerà in numerose leggi, fra cui i decreti legislativi n. 368 del 1998 e n. 490 del 1999.

#### 1999

**Decreto legislativo 29 ottobre 1999, n. 490, Testo unico delle disposizioni legislative in materia di beni culturali e ambientali, a norma dell'articolo 1 della legge 8 ottobre 1997, n. 352.**

L'insieme delle innovazioni giuridiche in materia di

beni culturali è stata tale che si è sentita l'esigenza di raccoglierle nel T.U. 490/99, dove il museo così viene definito: "Struttura comunque denominata organizzata per la conservazione, la valorizzazione e la fruizione pubblica di raccolte di beni culturali". Si è vista così l'introduzione di significative novità in tema di beni culturali: alle funzioni di tutela e conservazione tradizionalmente assegnate al Ministero e alle soprintendenze, si affiancano le funzioni di valorizzazione e promozione del patrimonio culturale. In questo ambito il T.U. riserva un ruolo forte alle regioni e agli enti locali, dando così attuazione al decentramento voluto dalla legge n. 59/1997 (Bassanini - uno) e dal suo regolamento di attuazione (decreto legislativo n. 112/1998).

### 2001

**Decreto ministeriale 10 maggio 2001, Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei.**

Ha inteso sottolineare la peculiarità del sistema museale italiano, introducendo uno specifico ambito che tratta il rapporto del museo con il territorio, in virtù della specificità tutta italiana che non vede mai un museo avulso dal proprio contesto territoriale.

**Legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione.**

Decretava la potestà regolamentare delle Regioni individuando, tra l'altro, ventidue materie, tra cui la valorizzazione dei beni culturali, sulle quali veniva prevista una competenza legislativa sia dello Stato che delle Regioni.

"Sono materie di legislazione concorrente quelle relative a: [...] valorizzazione dei beni culturali e ambientali e promozione e organizzazione di attività culturali; [...]. Nelle materie di legislazione concorrente spetta alle Regioni la potestà legislativa, salvo che per la determinazione dei principi fondamentali, riservata alla legislazione dello Stato"<sup>27</sup>.

### 2004

**Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137.**

Il Codice si apre con l'enunciazione, in una prima parte dedicata a disposizioni generali, di principi e nozioni fondamentali, destinati a ispirare l'intera normativa. Dalla lettura dell'art. 1 emerge, come dato tra i più significativi, che l'attuazione dell'art. 9 della Costituzione passa non soltanto attraverso la tutela del "patrimonio culturale" (formula nella quale l'art. 2 compendia beni

culturali in senso stretto e paesaggio), ma anche la relativa valorizzazione. E si può dire, in definitiva, che l'intera normativa ruoti intorno ai rapporti tra queste due attività, oltre che alla ripartizione delle rispettive funzioni tra Stato ed enti territoriali. La distinzione tra tutela e valorizzazione corrisponde, in effetti, a quanto previsto dall'art. 117 della Costituzione (nella versione introdotta dalla riforma, attuata nel 2001, del Titolo V della Parte II): norma che attribuisce allo Stato la potestà legislativa e regolamentare in tema di tutela e alle Regioni le competenze sulla valorizzazione («salvo che per la determinazione dei principi fondamentali, sia riservata alla legislazione dello Stato»). La tutela dei beni culturali consiste, per l'art. 3, «nell'esercizio delle funzioni e nella disciplina delle attività dirette, sulla base di un'adeguata attività conoscitiva, a individuare i beni costituenti il patrimonio culturale e a garantirne la protezione e la conservazione per fini di pubblica fruizione». Distinta dalla tutela, ma ad essa intimamente legata, è la valorizzazione, che per l'art. 6 «consiste nell'esercizio delle funzioni e nella disciplina delle attività dirette a promuovere la conoscenza del patrimonio culturale e ad assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e fruizione pubblica del patrimonio stesso». Le formule legislative appaiono, dunque, simmetriche e omogenee. Da un lato la tutela, che si svolgerebbe attraverso le potestà di individuazione, protezione, conservazione dei beni culturali; dall'altro la valorizzazione, che si tradurrebbe nel diffondere la conoscenza del patrimonio culturale presso la collettività (mediante pubblicazioni, attività didattiche e divulgative) e nell'agevolare l'accesso ai singoli beni (con apertura di musei, organizzazione di esposizioni, mostre ecc.). Qualche difficoltà di delimitazione poteva derivare, tuttavia, dal concetto di «fruizione pubblica», al pari introdotto dal Codice: suscettibile, in effetti, di incidere tanto sulle attività di tutela quanto su quelle di valorizzazione che, così, rischierebbero di sovrapporsi. È stato merito della migliore dottrina, allora, recuperare a ciascuna delle due nozioni, in via interpretativa, un significato coerente con la loro autonoma rilevanza costituzionale. Vi si è giunti, in particolare e tra l'altro, con l'introduzione di un ulteriore criterio di discriminazione, fondato sul diverso rapporto tra interesse pubblico, perseguito mediante l'esercizio della relativa potestà (normativa e amministrativa), e situazioni soggettive degli amministratori. L'inequivoca subordinazione della valorizzazione alla tutela, del resto, si trae dal secondo comma dell'art. 6, per il quale la valorizzazione deve essere «attuata in forme compatibili con la tutela e tali da non pregiudicarne le esigenze». Sicché, nel caso di rapporto conflittuale tra esigenze di protezione e di sfruttamento del bene culturale, va assegnata priorità

<sup>27</sup> Fonte: Legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3. "Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione".

alle prime: ciò che fissa un preciso limite a modalità di valorizzazione (quali l'eccessiva esposizione e destinazione alla pubblica fruizione) potenzialmente lesive dell'integrità o comunque rischiose per la conservazione del bene. Quest'ultima, comunque, va intesa non soltanto in senso fisico e materiale (custodia, manutenzione, restauro), ma anche nella prospettiva giuridica: in modo da impedire, o comunque sottoporre a rigorosi controlli, l'alienazione dei beni culturali demaniali.

Inoltre, la normativa chiama esplicitamente i privati non solo nella gestione dei servizi collaterali ai beni culturali, già consentita tra l'altro dalla legge Ronchey, ma nella gestione diretta dei beni stessi, a cominciare dai musei appunto. I privati potranno così intervenire grazie agli "affidamenti" o alle "concessioni": l'"affidamento" può essere dato a fondazioni, associazioni, consorzi, società di capitali e altri soggetti, purché abbiano una prevalente partecipazione dell'amministrazione pubblica cui appartiene il bene; la "concessione", invece, può essere data "a terzi", mediante valutazione comparativa sulla base dei progetti presentati. In questo modo il Codice va ben oltre la legge di riferimento del 2002 che apriva i musei alle sole fondazioni e ben oltre la legge Ronchey che limitavano la presenza dei privati a taluni servizi. Si è inoltre potenziata la possibilità di sponsorizzazione, anche se in forme compatibili con il carattere artistico e storico, l'aspetto e il decoro del bene da valorizzare.

## 2006

### Legge n. 77/2006 Misure speciali di tutela e fruizione dei siti italiani di interesse culturale, paesaggistico e ambientale, inseriti nella Lista del Patrimonio Mondiale, posti sotto la tutela dell'UNESCO

Una legge fondamentale che, per la prima volta stabiliva normativamente che i siti UNESCO, per la loro unicità, sono punti di eccellenza del Patrimonio culturale, paesaggistico e naturale italiano, nonché elementi fondanti della rappresentazione del nostro Paese a livello internazionale. Si è così affermato anche il principio secondo cui gli interventi sui siti UNESCO hanno priorità; un'asserzione importante che testimonia come la valenza del riconoscimento come Patrimonio Mondiale debba contribuire a definire percorsi particolari anche in ordine all'assegnazione delle risorse finanziarie.

La Legge 77, inoltre, ha formalmente riconosciuto i Piani di gestione richiesti dall'UNESCO quali strumenti atti ad assicurare la conservazione dei siti e a creare le condizioni per la loro valorizzazione, definendo le priorità di intervento e le relative modalità attuative, nonché le azioni esperibili per reperire le risorse pubbliche e private necessarie, oltre che le opportune forme di collegamento con programmi o strumenti normativi che perseguano finalità complementari (Art. 3).

<sup>28</sup> Questa si presenta come una condizione necessaria ma non sufficiente, poiché il valore può essere percepito anche solo idealmente, pregiudizialmente, magari per semplice convenzione sociale, senza averne fatta diretta esperienza.

<sup>29</sup> Il valore sociale deriva dalla possibilità di usufruire e "fare esperienza" dei beni, mentre il valore economico è correlato alla capacità dei beni di "creare sistemi di relazione sinergici e sostenibili con il territorio e le sue attività produttive" (Lupo, 2009, pag. 59).

## 2.2.1 "Il valore è solo un potenziale"

Il titolo di questo paragrafo è ripreso da una riflessione posta da Massimo Montella in "Valore e valorizzazione del patrimonio culturale storico" (2009) il quale sottolinea come il valore di un bene culturale sia sì intrinseco al bene stesso<sup>28</sup> ma diventa reale *strutturalmente* solo quando percepito (in termini culturali ed economici), nel senso che "soltanto allora si fa avvertire efficacemente nelle dinamiche relazionali e dunque nelle scelte comportamentali delle comunità" (Montella, 2009, pag. 75).

Questo assunto è di notevole interesse e permette di iniziare a riflettere più approfonditamente sul ruolo che la disciplina del design stessa può prefigurarsi all'interno di questo campo di azione. Come osserva Eleonora Lupo, infatti, la rivalutazione strategica dei beni ha comportato l'adozione di una prospettiva di progettazione culturale integrata e l'elaborazione di differenti azioni di valorizzazione finalizzate soprattutto alla creazione di valore sociale ed economico<sup>29</sup> (Lupo, 2009).

### References

- Barosio, M., Trisciuglio, M. (2013). *I paesaggi culturali. Costruzione, promozione, gestione*. Milano: Egea.
- Bozzola, M. (a cura di) (2013). *d.Cult Piemonte. Il design per i beni culturali e ambientali*. Milano: Lybra Immagine.
- Brunelli, M. (2014). *Heritage interpretation. Un nuovo approccio per l'educazione al patrimonio*. Macerata: EUM edizioni.
- Celaschi, F., Trocchianesi R. (a cura di) (2004). *Design e beni culturali. La cultura del progetto nella valorizzazione del bene culturale*. Milano: Polidesign.
- Fabietti, U. (2019). *Elementi di antropologia culturale*. Milano: Mondadori Università.
- Granato, G., Picilli, R. (2019). *L'inestimabile valore. Marketing e fundraising per il patrimonio culturale*. Soveria Mannelli (Catanzaro): Rubbettino editore.
- Irace, F. (a cura di) (2013). *Design&Cultural heritage*. Milano: Electa
- Knudson, D. M., Cable, T. T., Beck, L. (1995). *Interpretation of cultural and natural resources*. Pennsylvania: Venture Publishing.
- Longhi, A., Romeo, E. (2017). *Patrimonio e tutela in Italia. A cinquant'anni dall'istituzione della Commissione Franceschini (1964-2014)*. Roma: Ermes edizioni scientifiche.
- Lupo, E. (2009). *Il design per i beni culturali. Pratiche e processi innovativi di valorizzazione*. Milano: FrancoAngeli.
- Maida, R. (2018). *La tutela del patrimonio culturale in tempo di pace e nei conflitti armati*. Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria.
- Mazzocchi, G., Villani, A. (a cura di) (2004). *Sulla città oggi. I beni culturali in Italia dopo il Codice Urbani*. Milano: FrancoAngeli.
- Montella, M. (2009). *Valore e valorizzazione del patrimonio culturale*

- storico. Milano: Electa.
- Nifosi, G., Tommasi, E. (2010). *I beni culturali e ambientali*. Roma Bari: Laterza figli.
- Seassaro, A. (2009). Prefazione: il design dei beni culturali. In Lupo, E. (2009). *Il design per i beni culturali. Pratiche e processi innovativi di valorizzazione*. Milano: FrancoAngeli.
- Tosco, C. (2014). *I beni culturali. Storia, tutela e valorizzazione*. Bologna: il Mulino.
- Zan, L. (2014). *La gestione del patrimonio culturale. Una prospettiva internazionale*. Bologna: il Mulino.

# 3

## Il design per la valorizzazione del patrimonio culturale

### 3.1 Una progettazione culturale integrata

*“L’interesse del design nella direzione dei beni culturali è legato alla necessità di considerare i beni culturali come capitale da immettere all’interno di un processo di produzione del valore secondo logiche non completamente dissimili da altri settori produttivi.”*

Flaviano Celaschi, *Atto culturale e design*, 2006

La consapevolezza dell’ampiezza della sfera di azione del design per la valorizzazione del patrimonio culturale è frutto di più di vent’anni di ricerca teorica e sperimentale. Questo percorso di avvicinamento tra design e beni culturali si è infatti maturato nel tempo anche a partire dall’evoluzione interpretativa degli assunti di base.

Il concetto stesso di bene culturale, che da bene di appartenenza ha ampliato la sua accezione a bene di fruizione (Montella, 2009), si è quindi relazionato con una sfera di azione e competenza del design in continua trasformazione e sperimentazione<sup>30</sup>.

Se infatti, come sottolinea Seassaro, il design è stato a lungo caratterizzato dall’essere disciplina di difficile decifrazione a causa della sua dimensione complessa e dalla sua vocazione dinamica e transdisciplinare, ad oggi questa sua “leggibilità trasversale di approccio [...] si connota di specificità e tecniche proprie a seconda del

<sup>30</sup> Il design ha iniziato relazionarsi progettualmente col sistema dei beni culturali quando ha iniziato a “riflettere su se stesso” mettendo in discussione il suo originario ambito di applicazione strettamente connesso alla cultura industriale ed evolvendosi in una dimensione più complessa (Seassaro, 2004).

sistema in cui opera” (Seassaro, 2009).

La disciplina del design ha così colto ed esplorato le potenzialità della progettazione culturale in relazione all’ambito dei beni culturali focalizzando la propria sfera di azione sui processi di **generazione del valore**<sup>31</sup> come sistema e come esperienza, “proponendo una visione sistemica della valorizzazione, in grado di trasformare le scelte strategiche di tutela, gestione e valorizzazione in azioni progettuali concrete di conoscenza, organizzazione ed esperienza del bene” (Lupo, 2013, pag. 32).

<sup>31</sup> Il termine di *valore* in ambito progettuale può essere riferito a settori applicativi molto differenti: in relazione agli oggetti, ai servizi, ai comportamenti e alle persone. Esso è definibile con caratteristiche sia di tipo quantitativo che qualitativo, ma sempre caratterizzato dall’essere un concetto mutevole nel tempo e in continua trasformazione a seconda delle situazioni sociali e personali (Balbo, 2008).

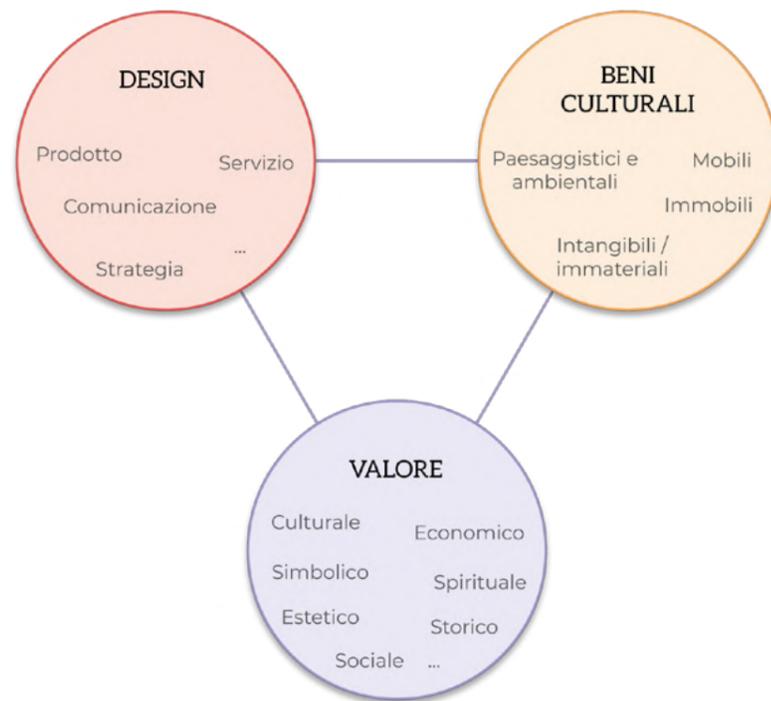


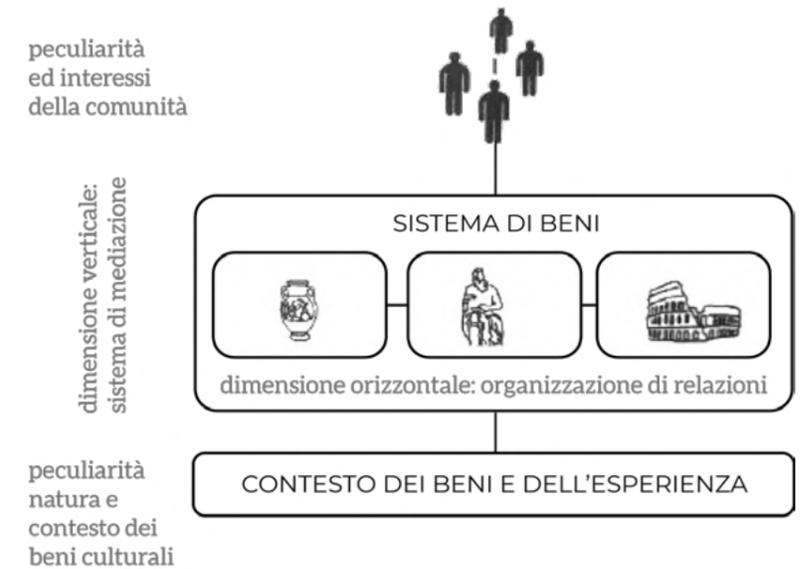
Fig.07 Concetti chiave nella progettazione del valore culturale

Il design si pone quindi come mediatore nella costruzione della relazione verticale tra bene, utente o comunità e contesto e la dimensione orizzontale tra bene e altri beni (Fig. 08) (Lupo, 2013). Un attore “filtro” tra sistema del sapere e sistema dell’agire (Celaschi, 2008). L’apporto specifico del design nell’ambito dei beni culturali è quindi quello di identificare delle strategie, degli strumenti e delle metodologie di progetto per valorizzare e promuovere tali rapporti relazionali e di costruzione dell’esperienza, partendo dal prodotto, proseguendo nel campo della comunicazione delle

<sup>32</sup> “L’insieme, in prospettiva proceduralizzabili, di operazioni e prassi in grado di sollecitare nell’ambito delle politiche culturali, l’emergere di una cultura di progetto [...] che veda al centro dell’interesse lo sviluppo del territorio e che possa essere letta come un insieme organizzato di pratiche istituzionali, sociali e tecniche che necessariamente interagiscono tra loro. (Amari, 2006, pagg. 18-19).

Fig.08 Design come sistema di mediazione tra contesto, beni, comunità (Lupo, 2009)

attività culturali, per arrivare a strategie operative e di servizio mirate e contestuali (Trocchianesi, 2004). Allo stesso tempo le competenze del design, calate all’interno del più vasto territorio di analisi della progettazione culturale<sup>32</sup>, vengono messe in campo nella progettazione di sistemi, servizi, prodotti che incentivano e promuovono sia la conoscenza del patrimonio culturale che l’esperienza di fruizione del bene stesso: in questo modo viene “attivato” un passaggio interpretativo dei beni da elementi passivi a risorse attive e la co-partecipazione del fruitore alla valorizzazione di queste risorse (Lupo, 2009).



### 3.2 Letteratura

Sin dalla sua introduzione nel contesto teorico-sperimentale italiano, la relazione tra design e beni culturali è stata oggetto di ricerca e pratica progettuale da parte della comunità accademica del design, secondo chiavi interpretative e approcci coerenti con le differenti istanze territoriali ed esplorative.

Tra le prime significative riflessioni strategiche a livello accademico nazionale che “spianano la strada” a successive investigazioni sul tema, è utile citare le serie di ricerche interuniversitarie sviluppate nel biennio 1998-

<sup>33</sup> Progetto, peraltro, vincitore nel 2001 del premio Compasso d'oro per essere stato un "prezioso e fondamentale strumento per la comprensione e la divulgazione del fenomeno del design italiano, utile per addetti ai lavori e destinatari di ampia divulgazione. Semplicità, e organizzazione strutturale dei documenti facilitano l'approccio alla conoscenza rendendo un grande servizio alla cultura del settore" (Archivio del compasso d'oro, ADI Museum).

<sup>34</sup> "ME.Design. Design strategies, tools and procedures aimed at increasing the value and promote the resources of the Mediterranean area between local and global".

2000 "SDI - Sistema Design Italia"<sup>33</sup> e cofinanziate dal MURST (Ministero della Pubblica Istruzione, Università, Ricerca Scientifica e Tecnologica).

Il progetto, coordinato dal professor Ezio Manzini del Politecnico di Milano, ha visto la partecipazione di diciassette unità di ricerca provenienti da dodici Atenei italiani. Il focus centrale di queste ricerche era un'analisi sul ruolo in mutazione del design italiano nella dimensione territoriale, per comprendere quali iniziative avesse intrapreso e quali nuove riflessioni stesse sviluppando e maturando internamente.

Così come osserva Marina Partente, questa ricerca ebbe il merito di rilevare, soprattutto nelle aree più distanti dai sistemi produttivi *design-oriented*, nuove forme applicative del design rivolte a valorizzare prodotti della cultura locale o fare leva sulle risorse legate ai patrimoni ambientale, storico e culturale o all'immaginario legato all'idea di luogo (Parente, 2010).

Questo percorso di avvicinamento tra design e beni culturali vide maggiore spazio di approfondimento col la ricerca *Me.design*<sup>34</sup> (2002-2004), condotta dalla rete SDI - Sistema Design Italia e dalla facoltà di design del Politecnico di Milano e anch'essa finanziata dal MIUR (Ministero dell'Università e della Ricerca).

La ricerca si è posta come obiettivo quello di comprendere come il design (con le sue competenze, strumenti e azioni) possa intervenire su progetti di valorizzazione delle risorse locali materiali o immateriali- siano esse turistiche, enogastronomiche, ambientali, artigianali tipiche in contesti locali che hanno una relazione storica e culturale con il Mediterraneo - che rappresentano la ricchezza locale e le potenzialità di sviluppo del territorio, in termini di capitale territoriale (Fig.09) (Castelli et al., 2004).

Come sottolinea Eleonora Lupo, uno degli approcci al progetto di maggiore interesse sviluppati all'interno di questa ricerca è quello di tipo *situato* (Lupo, 2009).

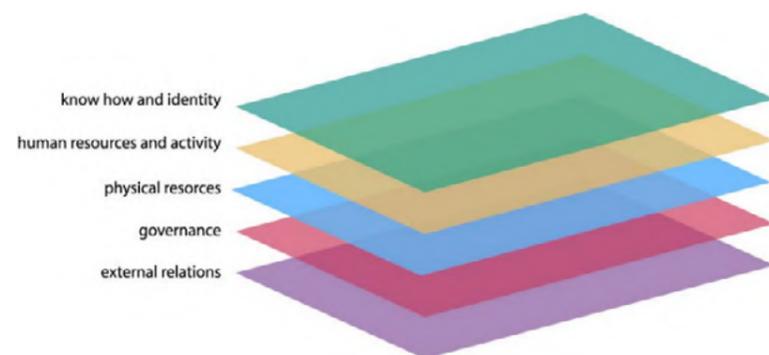


Fig.09 Visualizzazione del capitale territoriale (Castelli et al., 2004)

<sup>35</sup> "d.Cult: il design per la valorizzazione dei beni culturali. Strategie, strumenti e metodologie di progetto" ha coinvolto diverse unità di ricerca universitaria di Disegno Industriale a livello nazionale: l'Università degli Studi di Genova, il Politecnico di Milano, il Politecnico di Torino, le Università degli Studi di Roma La Sapienza, Napoli Federico II, Verona e Palermo. Il progetto nel suo complesso è stato coordinato dalla Professoressa Maria Benedetta Spadolini (Università degli Studi di Genova).

<sup>36</sup> Coordinatore nazionale: Politecnico di Milano (responsabile: F. Irace). Altri partner nazionali: Università degli Studi di Bologna, Università degli Studi di Genova, Università degli Studi di Palermo.

<sup>37</sup> Le principali informazioni sugli obiettivi e la struttura della conferenza sono attualmente reperibili negli archivi del sito internet dell' UNIDCOM/IADE - un centro di ricerca in design guidato da IADE - Universidade Europeia di Lisbona (Portogallo). Fonte: [http://unidcom.iade.pt/cumulus/gen\\_info.html](http://unidcom.iade.pt/cumulus/gen_info.html) (data di consultazione: gennaio 2023)

<sup>38</sup> Vogliono essere in particolare ricordati in questa sede i numerosi contributi apportati, soprattutto nella "fase nascente" di questo tema di indagine, dall'unità di ricerca DeCH (Design for Cultural Heritage) del Dipartimento di Design INDACO del Politecnico di Milano, a cui hanno fatto seguito altre sperimentazioni accademiche di rilievo legate a gruppi di ricerca afferenti all'area del Design appartenenti al Politecnico di Torino, all'Università di Bolzano e all'Università degli Studi di San Marino.

Maffei e Villari individuano nel concetto di *situatività* - cioè di dipendenza dal contesto - una chiave progettuale di grande rilevanza, che implica che l'azione di design parta dalle condizioni specifiche di un territorio - visto come un sistema di risorse spesso immateriali e non trasferibili - per sviluppare un'azione a livello locale contestualizzata e principalmente intesa come "azione diretta sul campo", che richiede quindi un approccio sistemico partecipato e dal basso.

Negli anni successivi, tra il 2004 e il 2006, un'altra ricerca ministeriale si è concentrata più nello specifico sul tema dei beni culturali. Il lavoro "d.CULT - Design e beni culturali"<sup>35</sup> si è strutturato infatti come un'indagine mirata a investigare il rapporto tra design e patrimonio culturale, con l'obiettivo di definire l'apporto specifico che il sistema di competenze professionali inerenti alla materia del design potesse offrire all'attività di valorizzazione del patrimonio culturale. Si è trattata di una ricerca fondativa nel far emergere il forte apporto culturale del design nella messa in valore del patrimonio attraverso modelli relazionali e territoriali, la sua fruizione, la partecipazione e l'*empowerment* delle comunità (Lupo, 2019). Tale indagine ha visto un'ulteriore fase di approfondimento tra il 2010-2012 con l'attivazione del progetto Prin "Il design del patrimonio culturale tra storia, memoria e conoscenza. L'Immateriale, il Virtuale, l'Interattivo come "materia" di progetto nel tempo della crisi", nato con lo scopo di riflettere ulteriormente sulla comprensione dei complessi processi di produzione e consumo dei beni culturali, anche attraverso la messa a punto di nuovi strumenti e strategie comunicative per promuovere lo sviluppo del consumo culturale<sup>36</sup>.

A dare una spinta anche a livello europeo su questa tematica è stata la conferenza Cumulus 2005 di Lisbona dal titolo "Pride and pre-design. The cultural heritage and the science of design" il cui scopo è stato quello di mostrare e discutere come le scienze del progetto siano legate (direttamente o indirettamente) al patrimonio culturale, dai manufatti o conoscenze scientifiche fino alle opere d'arte<sup>37</sup>.

Gli stimoli lanciati da questo percorso di consapevolezza nel rapporto strutturale tra design e beni culturali, che ha visto da questo momento in poi un rapido avanzamento degli studi teorici e progettuali (anche attraverso sperimentazioni di ricerca-azione, conferenze mirate, saggi e pubblicazioni di rilievo<sup>38</sup>) sono stati determinanti sia nel succedersi di analisi e approcci avanzati sia nel far riflettere sul ruolo della cultura locale e dei patrimoni materiali e immateriali nel definire l'identità e le qualità distintive appartenenti ai luoghi e alle comunità che li vivono e li plasmano in una costante relazione reciproca e mutevole.

### Box 03 Il supporto della Comunità Europea

La ricerca accademica sul design dei beni culturali, in quanto ambito transdisciplinare e ovviamente non isolato dalle riflessioni sviluppate su scala internazionale, si rapporta anche con l'evoluzione e l'incentivazione di politiche di supporto (culturale ed economico) alla promozione della fruizione - multidimensionale e multidisciplinare - dei beni culturali.

E nello specifico il patrimonio culturale è stato tenuto in considerazione in numerosi progetti di finanziamento dell'Unione Europea.

Senza l'obiettivo di entrare nel dettaglio di ogni singolo programma culturale, vogliono qui essere citati alcuni dei principali documenti stilati a livello europeo per la promozione delle attività culturali. Questo perchè si vuole riflettere anche sull'evoluzione (e quindi anche di nuove prospettive) degli obiettivi strategici su ampia scala nella costruzione del rapporto tra patrimonio, territorio e comunità.

Primo grande passo - preliminare e in qualche modo fondativo alla nascita di una consapevolezza progettuale del rapporto sostanziale tra comunità e patrimonio culturale - è stato compiuto nel 1993 con il **Trattato di Maastricht**, che ha consentito all'Unione europea, storicamente orientata verso l'economia e il commercio, di promuovere azioni culturali per la salvaguardia, la divulgazione e lo sviluppo della cultura in Europa.

Sebbene la politica culturale e la cura del patrimonio culturale siano unicamente di competenza degli Stati membri, nel trattato si afferma che l'Unione

*"[...] rispetta la ricchezza della sua diversità culturale e linguistica e vigila sulla salvaguardia e sullo sviluppo del patrimonio culturale europeo".*

Trattato sull'Unione Europea, Art. 3, 1992  
(Versione consolidata nel 2012)

Ma è con il **programma "Cultura"** (2000-2006 e 2007-2013) che si assiste alla definizione di strumenti strategici e finanziari da parte della Comunità Europea per la per sviluppare la cooperazione culturale transnazionale tra gli operatori culturali dell'Unione europea (UE) o dei paesi terzi che partecipano al programma. In questa sede verrà anticipato anche uno dei concetti che verranno ripresi (e che saranno base strutturale) all'interno di questo

<sup>39</sup> Questo concetto troverà maggiore spazio nei capitoli successivi. Tuttavia, per chiarezza di intenti, si intende con dialogo interculturale "uno scambio di vedute aperto, rispettoso e fondato sulla reciproca comprensione, fra individui e gruppi che hanno origini e un patrimonio etnico, culturale, religioso e linguistico differenti"  
Fonte: Ministri degli Affari Esteri del Consiglio d'Europa, Strasburgo (2008). Libro bianco sul dialogo interculturale. "Vivere insieme in pari dignità". pp. 16-18

percorsi di ricerca, ossia la promozione del **dialogo interculturale**<sup>39</sup>.

*"Il programma sostiene anche azioni speciali. Sono speciali le azioni che presentano una dimensione e una portata rilevanti, hanno una risonanza significativa presso i popoli dell'Europa e contribuiscono a una migliore presa di coscienza dell'appartenenza ad una stessa comunità, alla sensibilizzazione alla diversità culturale degli Stati membri e al dialogo interculturale ed internazionale."*

Programma Cultura,  
Allegato 1.1, 2007-2013

In seguito, nel 2014, il Consiglio degli Stati membri dell'UE ha adottato un **Piano di lavoro per la cultura** (2015-2018), in cui veniva individuato il patrimonio culturale come una delle quattro priorità. Anche in questo programma il tema è stato trattato nel contesto della diversità culturale e del dialogo interculturale. Lo scopo del piano di lavoro era fornire un manuale di buone prassi in materia di governance partecipativa del patrimonio culturale, destinato a tutti i livelli del settore pubblico nonché alle parti interessate private e alla società civile.

Sempre nello stesso anno viene promosso il programma Quadro della Commissione Europea "**Europa Creativa**" (2014-2020), tassello essenziale nel riconoscimento dell'importanza economica dei settori culturali e creativi e nel loro contributo all'evoluzione della società, della ricchezza e della diversità della produzione culturale contemporanea.

Il programma è stato rinnovato anche per il settennio 2021-2027, ma concentrando sforzi maggiori per promuovere delle politiche più inclusive, digitali e sostenibili dal punto di vista ambientale. Nello specifico inoltre si mira a:

- rafforzare il settore musicale, in particolare la musica contemporanea e dal vivo
- dare priorità ai talenti femminili e promuovere la parità di genere
- promuovere l'inclusione agevolando la partecipazione al programma delle persone con disabilità e dei gruppi socialmente emarginati e semplificando la procedura di presentazione delle domande.

Tra gli sviluppi di natura politica figura l'**Agenda europea per la cultura** (2007 e 2018) che, nella sua rivisitazione del 2018, propone come obiettivi strategici:

- Dimensione sociale - sfruttare il potere della cultura e

della diversità culturale per la coesione e il benessere sociali

- Dimensione economica - sostenere la creatività basata sulla cultura nell'istruzione e nell'innovazione, oltre che per l'occupazione e la crescita
- Dimensione esterna - rafforzare le relazioni culturali internazionali

A queste iniziative si aggiungono anche l'esperienza delle **Capitali europee della cultura**<sup>40</sup> e l'**Anno europeo del Patrimonio Culturale 2018** (European Year of Cultural Heritage). Nello specifico, l'obiettivo di quest'ultimo è stato quello di "incoraggiare la condivisione e la valorizzazione del patrimonio culturale d'Europa quale risorsa condivisa, sensibilizzare alla storia e ai valori comuni e rafforzare il senso di appartenenza a uno spazio comune europeo"<sup>41</sup>.

Questa iniziativa ha riscosso particolare successo ed ha creato lo slancio necessario per far conquistare al patrimonio culturale una posizione maggiormente prioritaria nell'agenda dell'Unione Europea. Con il **Quadro d'Azione europeo sul patrimonio culturale** (European Framework for Action on Cultural Heritage) del 2018 viene quindi stabilita una direzione comune per le attività relative al patrimonio culturale a livello europeo, sia da un punto di vista delle politiche che dei programmi di finanziamento. Questo Quadro si basa sui risultati dell'Anno europeo del patrimonio culturale e ne assicura l'eredità, sviluppando però ulteriori azioni concrete.

Per concludere questo breve approfondimento, vogliono essere citate anche due iniziative che, per obiettivi e metodologie di coinvolgimento del pubblico, hanno dato un contributo rilevante nell'accelerazione di sperimentazioni pratiche e di ricerca anche nell'ambito del design per la valorizzazione dei beni culturali.

La prima è il programma **Horizon 2020** (2014-2020), che, con un budget di oltre 80 miliardi di Euro, ha permesso il finanziamento di numerosi progetti collegati a sette grandi tematiche attuali: i cambiamenti climatici, la ricerca marina e marittima, la salute, l'energia, l'inclusione sociale e la valorizzazione del patrimonio culturale.

Infine viene ricordata l'iniziativa **New European Bauhaus** (2020-2023), un movimento creativo e interdisciplinare per ripensare le città e gli spazi di vita, rendendoli più accessibili, sostenibili e inclusivi. Attraverso chiavi di lettura che, ad esempio, indagano l'architettura modulare, la rigenerazione del patrimonio urbano e rurale, la mobilitazione culturale e l'arricchimento degli spazi dedicati alla comunità, la ricerca di tecniche di costruzione innovative e di circolarità di prodotti e processi.

<sup>40</sup> Questo progetto prevede che anno due città di due diversi paesi dell'Unione Europea vengano denominate *Capitali europee della cultura*. Le città sono selezionate sulla base di un programma culturale che deve avere una forte dimensione europea, coinvolgere la popolazione locale e contribuire allo sviluppo a lungo termine della città.

<sup>41</sup> Fonte: sito internet del Governo Italiano, Dipartimento per le Politiche Europee, sezione Anno europeo del patrimonio culturale (data di consultazione: gennaio 2023)

### 3.3 Approcci

Nel prossimo paragrafo verranno approfondite le categorie di azione e le scale di intervento che la disciplina del design mette in atto nello sviluppo di azioni mirate alla valorizzazione del patrimonio culturale.

È però doveroso porre una premessa metodologica, utile a comprendere a pieno le dinamiche progettuali messe in atto: nel definire tali processi progettuali si adottano degli approcci specifici, coerenti con le finalità speculative e pragmatiche del soggetto operatore. Viene di seguito ripresa una chiave di lettura di questi approcci delineata da Flaviano Celaschi nel 2006 (Tab.02).

Approccio di salvaguardia	A partire dall'esigenza di immettere il bene culturale in un processo di fruizione il progetto avrà come focus il bene culturale medesimo e la salvaguardia delle sue prestazioni intrinseche.	La tutela del bene culturale al centro del processo. Il cultore della materia è demiurgo unico a cui riferirsi per "decriptare" il valore del bene.
Approccio orientato al marketing	A partire dalle qualità del destinatario propongo una condizione di valorizzazione che sia adeguata e fruibile.	Il destinatario al centro del processo.
Approccio specialistico verticale	A partire dalle qualità culturali del mediatore-curatore oriento il processo di valorizzazione alle esigenze della disciplina nella quale decido di far interpretare il valore: - intimistico psicologica - relazionale sociologica - segnico semiologica - memoria materiale antropologica - politico storica - mistico religiosa - ecc.	Il curatore al centro del processo.
Approccio microeconomico	Individuo la porzione di valore media scambiabile (quota di tempo destinato e spesa media praticabile) dal mercato di riferimento e sulla scorta di questi limiti costruisco il procedimento di valorizzazione.	Il valore di scambio il centro del processo. L'imprenditore che ha investito nel processo di valorizzazione dunque è il soggetto chiave di questo approccio.

Tab.02 Scomposizione degli approcci alla valorizzazione dei beni culturali (Celaschi, 2009)

Ad affiancare questi approcci, inoltre, possono essere individuate differenti chiavi interpretative, strettamente connesse alla capacità del design di dare un apporto nella produzione di valore dei beni culturali e territoriali (Fig.10).

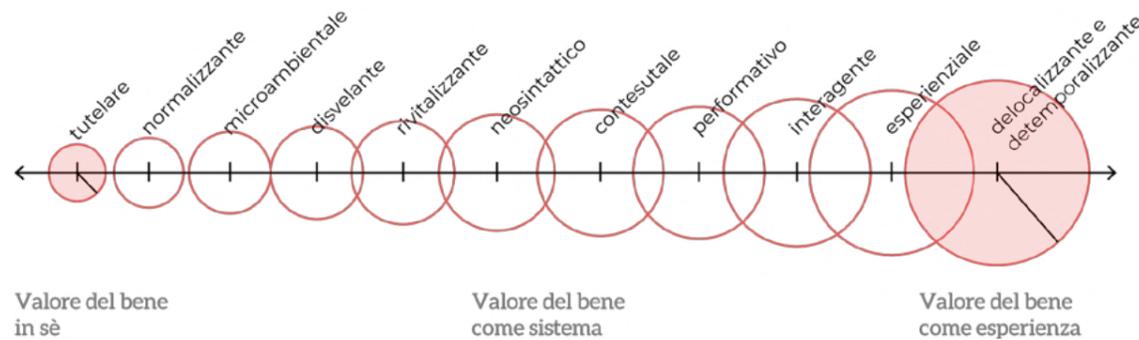


Fig.10 Chiavi interpretative del design per la valorizzazione del patrimonio culturale (Lupo, 2009. Adattamento da Celaschi, 2006)

Ci si muove quindi da una chiave di lettura maggiormente di tipo *tutelare*, il cui macro-obiettivo è quello di salvaguardare la qualità e la quantità del bene e il valore intrinseco da esso posseduto, fino al paradigma concettuale opposto, di tipo *delocalizzante e detemporalizzante*, in cui la produzione di valore legata alla mediazione degli strumenti virtuali si sostituisce del tutto alla fruizione del bene culturale nello spazio e nel tempo (Celaschi, 2009).

### 3.4 Le azioni del design

42

In conclusione di questo capitolo è presente un approfondimento (Box 04) in cui viene analizzato un progetto di valorizzazione del patrimonio culturale attraverso queste due chiavi di lettura (criteri interpretativi e metodologici). Il caso di studio in questione riguarda la progettazione e la realizzazione di un nuovo sistema di segnaletica per il Castello del Valentino (Torino) a cui la sottoscritta ha partecipato in collaborazione col gruppo di ricerca sul Design per i Beni Culturali del Politecnico di Torino.

Per chiarire e comprendere più nel dettaglio in cosa consiste l'azione del design nello sviluppo di progettualità mirate alla valorizzazione del patrimonio culturale<sup>42</sup>, si vuole qui riflettere sulla triade dei **criteri interpretativi** principali "contesti-categorie-livelli" di azione che costituiscono una lettura multilivello (Bozzola & De Giorgi, 2017). L'attività progettuale si avvale inoltre di tre **strumenti metodologici** fondamentali ovvero: *l'analisi di scenario*; *la selezione dei punti di riferimento* e *la progettazione condivisa* con gli attori coinvolti (Dal Palù et al., 2018).

### 3.4.1 Criteri interpretativi



Fig.11 I criteri interpretativi del design per i beni culturali (adattamento da Dal Palù et al., 2017)

Sui **contesti di azione** sono già state spese numerose riflessioni nei capitoli precedenti: si tratta infatti dell'identificazione delle aree di intervento che più frequentemente richiedono lo sviluppo di azioni progettuali specifiche *design-oriented* (di prodotto, comunicazione o servizio) per la corretta e completa fruizione dei luoghi o per lo sviluppo di strategie di supporto e orientamento alle politiche territoriali. Tra i principali contesti possono essere individuati, nella loro componente valoriale materiale e immateriale, ad esempio: i sistemi museali; le collezioni temporanee o permanenti (di tipo artistico, archeologico, etnoantropologico...); gli ecomusei; i beni paesaggistici e ambientali; gli edifici storici; le città d'arte; gli archivi e le biblioteche; ecc.

Le **categorie di azione** rappresentano i diversi obiettivi strategici dell'azione progettuale, letti in una chiave in cui il design si pone come mediatore nella costruzione della *relazione verticale* tra bene, fruitore e contesto.

In questa analisi possono essere citati, ad esempio:

- *incoraggiare la fruizione*, attraverso lo sviluppo di sistemi e prodotti che facilitino l'accesso agli spazi espositivi e alle aree di interesse culturale;
- *configurare le dinamiche fruibili spaziali* tramite l'allestimento funzionale dei territori di eccellenza e dei sistemi museali;
- *promuovere i beni e le reti culturali* attraverso sistemi per la comunicazione e la promozione di siti e collezioni;
- *informare/identificare* i fruitori dei beni adottando sistemi e prodotti per l'informazione e la

- comunicazione del patrimonio culturale e degli eventi;
- *partecipare attivamente* alla creazione di significati e valori d'uso del bene attraverso dinamiche esperienziali e immersive.

Entrando infine nel merito dei **livelli di azione**, tramite una chiave di indagine “a imbuto” dal macro (categorie di azione) al micro (livello di azione), possono essere enumerate diverse scale di intervento per le quali il design assume il ruolo di strumento operativo multidimensionale (Dal Palù et al, 2018) e che vanno dal prodotto, al servizio, alla strategia<sup>43</sup> (Fig.12):

- *design di prodotto*: si intende la progettazione di elementi con i quali l'utente interagisce direttamente, come arredi urbani, sistemi comunicativi interni ed esterni (segnaletica, landmarks, totem...), prodotti per la fruizione diretta o l'acquisto, ecc;
- *service design*: incarna la dimensione in cui l'operazione progettuale si attiva nello sviluppo di esperienze che coinvolgano attivamente i fruitori, con lo scopo di comunicare valori, significati e funzioni dei sistemi all'interno del territorio tramite azioni di accessibilità fisica e culturale, sistemi di mobilità integrati sul territorio, modalità di visita interattive e inclusive, ecc;
- *progettazione strategica*: prevede tutte quelle operazioni di progettazione che nascono con lo scopo di stabilire un'organizzazione strutturata tra i diversi soggetti coinvolti in un determinato territorio, ognuno dei quali è in grado di fornire un valore aggiunto al territorio stesso e alle persone che lo abitano.

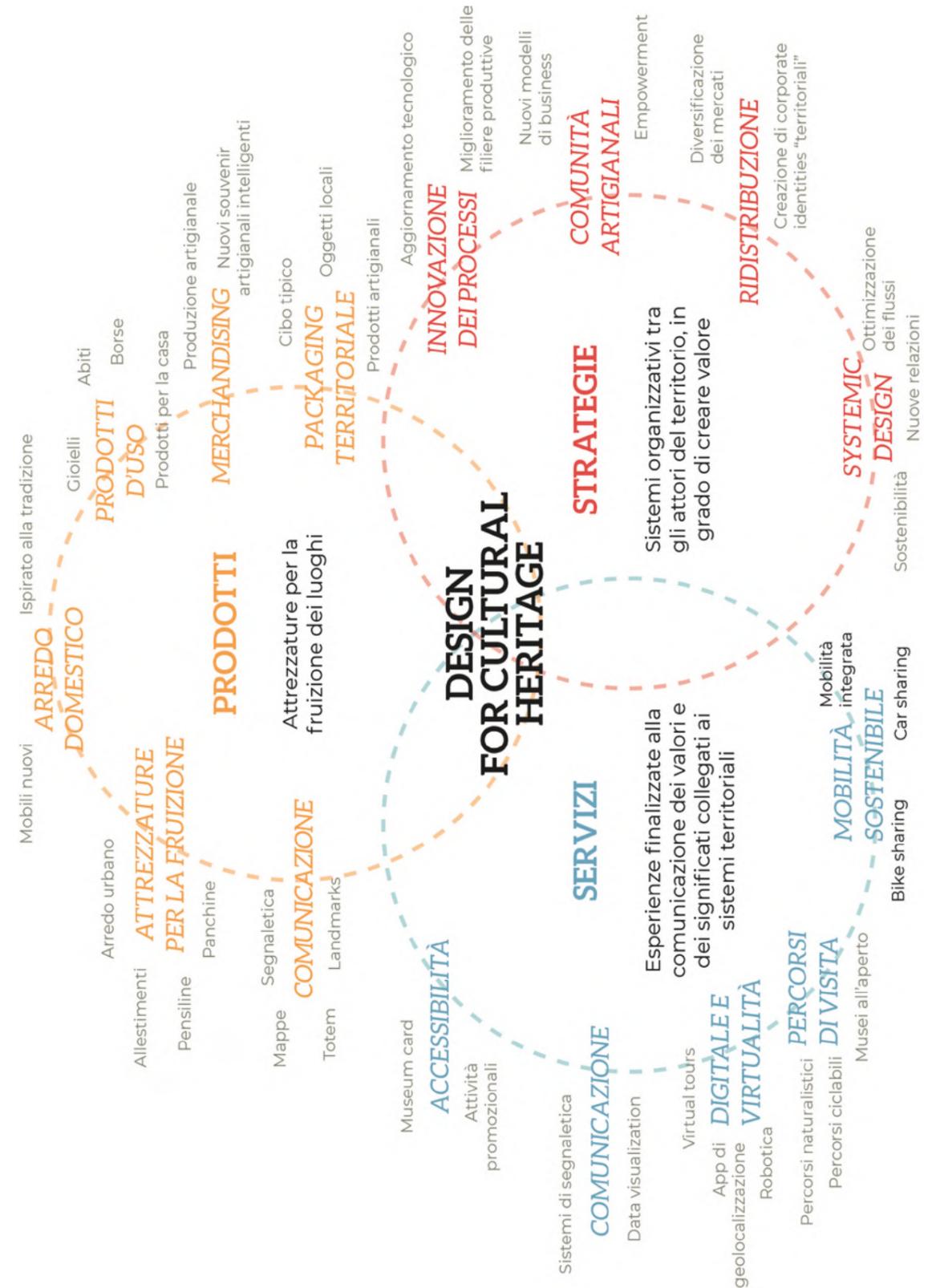
### 3.4.2 Strumenti metodologici

Si vuole ora articolare una breve analisi metodologica sugli strumenti progettuali utilizzati nel design per la valorizzazione del patrimonio culturale, che, come già anticipato, includono principalmente l'analisi del contesto (analisi di scenario), l'estrazione e selezione dei *reference points* e la progettazione condivisa (Dal Palù et al., 2018).

Primo passo fondamentale per “addentrarsi” consapevolmente nel territorio di progetto da indagare è quello di effettuare uno studio accurato e critico del contesto riferimento, definito come **analisi di scenario**.

<sup>43</sup> I tre diversi livelli presentano un ampio margine di sovrapposizione; infatti, il *service design* spesso include azioni di *product design*, così come il *design strategico* può coinvolgere lo sviluppo di prodotti e servizi.

Fig.12 Scale di intervento dei design per i beni culturali (adattamento da Bozzola & De Giorgi, 2017)



Gli ambiti dello scenario sono quello storico, socio-culturale, produttivo, tecnologico ambientale, al fine di individuare gli obiettivi di un progetto consapevole (De Giorgi & Germak, 2008) e di investigare la complessità così da poter agire progettualmente come un collegamento tra diversi aspetti che gravitano intorno a un punto di interesse (Brenna et al., 2009).

Una volta raccolta questa massa critica di informazioni relative al contesto, si passa ad una fase di selezione e astrazione di elementi culturali caratteristici e distintivi del sistema di riferimento (*reference points*) in modo da poterli consapevolmente adattare alle nuove modalità di fruizione che saranno progettate. Questi elementi sono solitamente rappresentati da forme ricorrenti nel contesto (fregi, elementi decorativi, stilemi peculiari, ecc), colori identitari, usi e tradizioni specificatamente legate ad un sotto-sistema culturale territoriale, ecc.

Dall'estrapolazione consapevole e contestuale di questi componenti - siano essi di tipo materiale o intangibile -, i progettisti possono (e possibilmente devono) trarre ispirazione, attraverso atteggiamenti allusivi o imitativi<sup>44</sup>, in modo da trasmettere ai futuri fruitori il sistema di valori caratterizzante il contesto analizzato.

Infine viene individuata nella *progettazione condivisa* - ossia nella disponibilità del designer a partecipare a una co-progettazione (totale o parziale) con gli attori coinvolti - un ultimo essenziale step metodologico nello sviluppo di progetti efficaci di valorizzazione del patrimonio culturale. Il ruolo del designer nei processi di estrapolazione e/o costruzione del valore del bene nel suo rapporto col territorio e la comunità "non è tanto quello di rispondere alle esigenze del contesto e dell'utenza di riferimento presentando progetti confezionati/chiusi chiavi in mano, ma di indicare percorsi, oltre che di mettere a fuoco nuovi metodi di concepire un prodotto, nuovi approcci al processo e alla linea di produzione, linguaggi, creazione o aggiornamento di tecniche di finitura e costruzione di manufatti artigianali, introduzione della sostenibilità dei processi, ecc." (Dal Palù et al., 2018, pag. 8).

Dopo questa necessaria introduzione epistemologico-metodologica, si vuole ora porre una riflessione su una nuova prospettiva di ricerca (che poi si delinea come obiettivo di questo percorso di Dottorato) che il design per la valorizzazione dei beni culturali può esplorare anche in relazione alle nuove necessità socio-culturali emergenti: il patrimonio culturale come *medium* di identità e dialogo interculturale.

### 3.5 Una prospettiva di ricerca

Progettare per la valorizzazione del patrimonio culturale significa anche addentrarsi nel campo dell'accessibilità fisica, culturale ed economica. Le diverse accezioni e lo loro ricadute sull'ambito progettuale nella sfera di influenza del design verranno approfondite nel capitolo successivo (Capitolo 4). Si vuole però anticipare una riflessione che accompagnerà questo percorso di analisi relativa alla mancanza nella letteratura contemporanea - non legata a una totale assenza, ma più che altro ad un limitato approfondimento nella progettazione di pratiche strutturate e strutturali - dell'esplorazione della relazione tra identità territoriali (concetto utilizzato nella sua forma plurale proprio per sottolineare come moltissimi territori siano ormai caratterizzati dalla convivenza di persone con background culturali spesso estremamente differenti nelle dinamiche cognitive, affettive e relazionali) e patrimonio territoriale condiviso.

Inoltre, come osservato precedentemente, il legame tra politiche per i beni culturali e il *dialogo interculturale* si presenta come uno dei cardini fondativi della quasi totalità dei recenti programmi europei sul tema culturale. Ad oggi tuttavia, specialmente sul territorio nazionale - fortemente caratterizzato, peraltro, da spinte migratorie che vengono accompagnate da programmi politici e culturali lacunosi e frammentati - le riflessioni epistemologiche e progettuali sviluppate dal design su questo campo di ricerca sono inaspettatamente limitate e isolate.

Possono essere certamente individuate delle sperimentazioni valide e di particolare interesse scientifico, che tuttavia mantengono la parvenza di "cattedrali nel deserto".

A livello nazionale possono essere menzionate, ad esempio, le riflessioni sviluppate da Giuseppe Lotti (Università degli Studi di Firenze) sull'*intercultural design* confluite in una serie di pubblicazioni tra cui "Progettare con l'altro. Necessità, opportunità" (2012), "Design interculturale. Progetti dal mare di mezzo" (2015), "Una bellezza critica (nelle) teorie, poetiche e pratiche del design italiano" (2022). Ricordiamo anche le iniziative portate avanti dalla *Fondazione ISMU - Iniziative e Studi sulla Multietnicità*, e in particolare l'ideazione della risorsa online "Patrimonio e intercultura" per la diffusione delle buone pratiche di partecipazione culturale dei "nuovi cittadini" e lo sviluppo di "comunità patrimoniali" eterogenee, allargate e inclusive. Citiamo ancora lo sviluppo della piattaforma "*Design for*

<sup>44</sup> Gli atteggiamenti progettuali di tipo "imitativo" prevedono che l'intervento progettuale si concretizzi attraverso una narrazione esplicita del contesto, legata perlopiù alla riproduzione formale di alcuni elementi fisici (siano essi legati al mondo naturale o a quello costruito) presenti e riconoscibili; gli atteggiamenti di tipo "allusivo", si presentano invece quando la forma visiva si astrae dalla mera riproduzione dell'ambiente circostante, ma seleziona e fa proprie alcune delle qualità specifiche del contesto per riproporle in altra forma (Bozzola & Caputo, 2019).

*migration*", nata con l'intenzione di radunare in un singolo luogo le pratiche di socio-design più significative sul territorio europeo a racconto del fenomeno migratorio.

Il primo nodo cruciale che si vuole evidenziare riguarda, già da primo impatto, la mancanza di sviluppo di una terminologia settoriale condivisa. Parlare di *intercultural design* o *design for migration* non è esattamente la stessa cosa da un punto di vista progettuale: presuppone delle chiavi di lettura differenti nell'analizzare il rapporto tra fruitore (in quanto membro di una comunità territoriale) e il contesto di riferimento. Questo implica infatti delle differenze sostanziali sia nelle motivazioni personali che spingono i cittadini nelle scelte di fruizione del patrimonio, ma anche nei processi di generazione del valore stesso legati ai beni culturali (quale valore si vuole far emergere e perchè? Attraverso quali approcci? Con quali obiettivi?). Nella Fig.13 sono stati sintetizzati alcuni dei paradigmi relazionali da indagare nella costruzione di progetti culturali in grado di mettere in relazione attivamente la comunità di riferimento con il patrimonio culturale e il sistema di valori.

<sup>45</sup> Un progetto di ricerca multidisciplinare e collaborativo finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del Settimo Programma Quadro 2007-2013.

Spostando l'osservazione su una scala europea è invece possibile notare come le sperimentazioni sul tema siano un po' più diffuse, anche se prevalentemente applicate al settore della progettazione grafica (McMullen, 2016; Radtke, 2020 e 2021) - con un'eccezione dettata dal lavoro di Ruedi Baur soprattutto nello sviluppo di sistemi di segnaletica integrata.

Sempre mantenendo la chiave di lettura su scala internazionale, a livello strategico è utile menzionare il *Research Project MeLa\* - European Museums in an age of migrations* (2011-2015)<sup>45</sup>. L'obiettivo principale è stato quello di identificare nuove pratiche, strumenti, modalità di rappresentazione e fruizione dei contenuti museali capaci di rispecchiare e di supportare una rinnovata idea di museo, quale luogo di dialogo e agente di coesione sociale.

Tutte queste riflessioni sono state anticipate per fornire alcune chiavi interpretative che hanno posto le basi nello sviluppo di questo percorso di ricerca e che troveranno quindi maggiore spazio descrittivo all'interno dei capitoli successivi (in particolare a partire dal Capitolo 5).

In sintesi, quindi, nell'ambito di una società sempre più multiculturale - in cui l'intreccio di vite e di storie dà forma al territorio e alla sua cultura materiale - le questioni relative all'integrazione e alle relazioni tra gruppi etnici e comunità si aprono timidamente la strada nel dibattito sociale e scientifico. La diversità culturale apre così nuove prospettive e nuovi approcci in numerosi settori culturali, tra cui l'istruzione, la politica e le agende di ricerca, i musei, l'arte e la disciplina del design (Nemo, 2016). I fattori interculturali diventano infatti questioni importanti per il campo del design soprattutto nello sviluppo di nuovi prodotti e servizi e nella definizione di interfacce grafiche diffuse. Molti dei prodotti che utilizziamo nella nostra quotidianità permettono di svolgere funzioni e soddisfare bisogni in modo simile a quanto avviene in altri luoghi e culture. Manufatti realizzati grazie alla disponibilità locale o globale di materiali e tecniche di produzione che presentano variazioni specifiche in contesti diversi, tramandate nel tempo e nelle generazioni. Prodotti, materiali e tecniche che, partendo quindi da una matrice comune, trovano declinazioni specifiche e danno vita a tradizioni e costumi diversi, sempre legati da sistemi di valori e narrazioni condivise.

E in questo contesto la disciplina del design può e deve interrogarsi sull'evoluzione della propria ricerca e dei propri strumenti, inserendosi attivamente in questi dibattiti contemporanei.

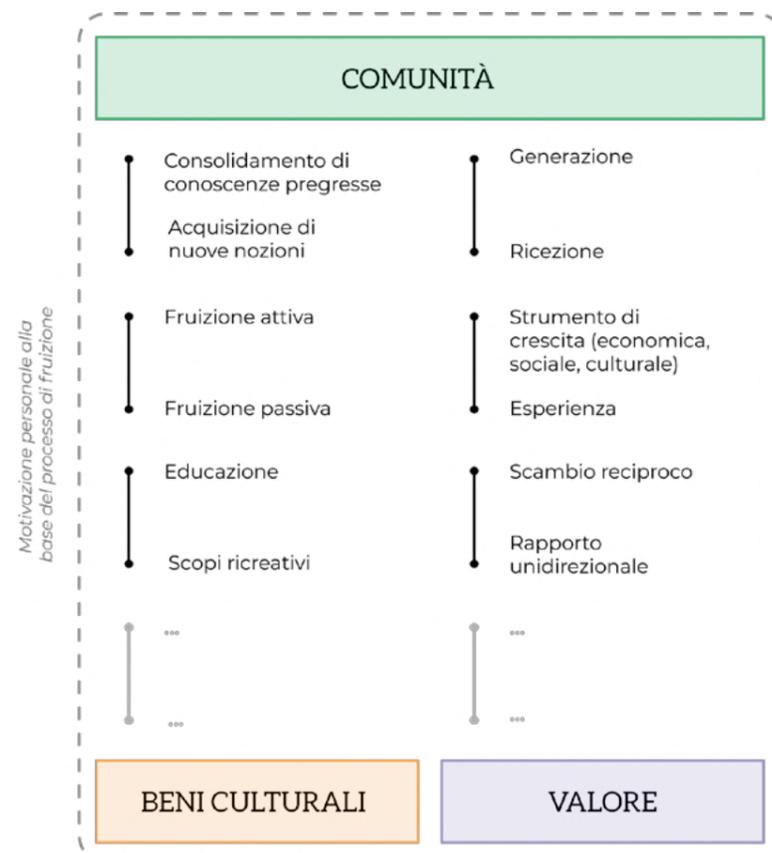


Fig.13 Alcuni paradigmi relazionali da indagare nella costruzione di progetti culturali che mettono in relazione comunità e patrimonio culturale / sistema di valori

**Box 04** Analisi delle azioni del design applicate ad un progetto di valorizzazione del patrimonio culturale: il caso studio del nuovo sistema di segnaletica per il Castello del Valentino (Torino)



**Designer:** Bozzola, M.;  
Caputo, I.;  
Dal Palù, D.;  
Lerma, B.;  
Oddone, M.

**Committente:** Politecnico di  
Torino

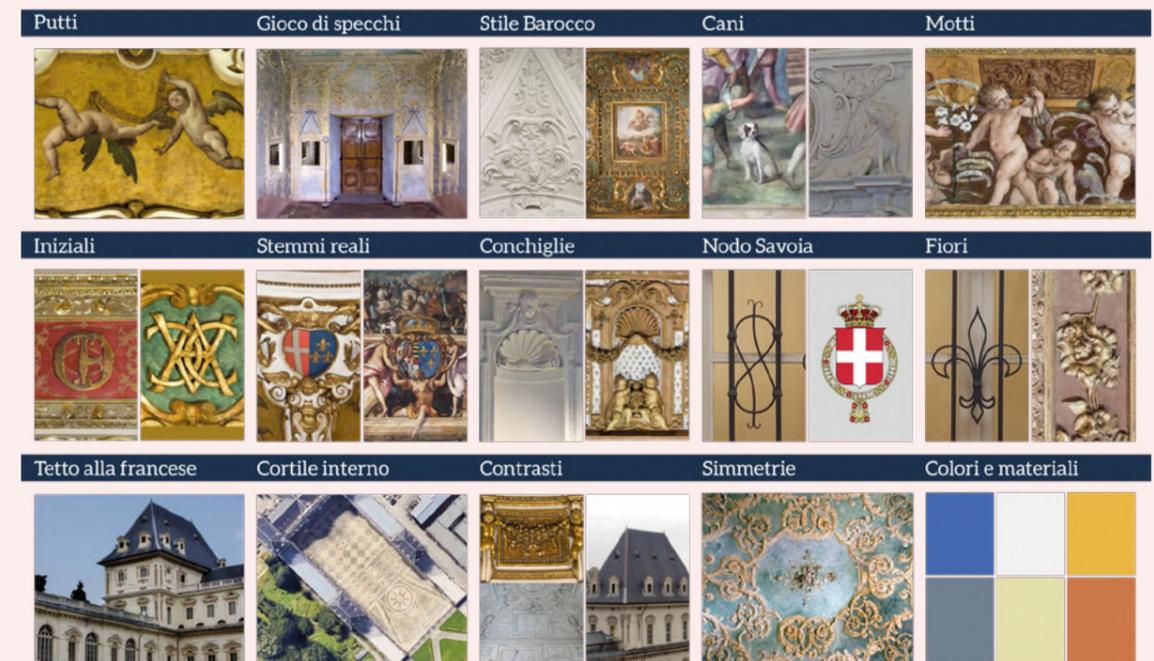
**Luogo:** Castello del Valentino,  
Torino (Italia)

**Installazione:** Gennaio 2023

A gennaio 2023 è stato installato presso il Castello del Valentino di Torino un nuovo sistema di *wayfinding*, il cui progetto è stato gestito da un gruppo di lavoro del Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino che si occupa di Design per la valorizzazione del patrimonio culturale - di cui attualmente fa parte anche la sottoscritta.

Una delle esigenze fondamentali da cui nasce il progetto è stata l'assenza di un sistema di guida e orientamento che agevolasse lo spostamento all'interno di un luogo così ampiamente frequentato da numerose tipologie di utenza. Il Castello è infatti patrimonio dalle molteplici nature: sede dei Dipartimenti di Architettura e Design (DAD) e di Scienze, Progetto e Politiche del Territorio (DIST); spazio adibito a congressi e mostre; nonché patrimonio culturale UNESCO facente parte del sistema delle Residenze Sabaude - l'insieme degli edifici residenziali dei Savoia a Torino e provincia.

Obiettivo del progetto è stato dunque definire un sistema di segnaletica di orientamento, fisica e permanente, funzionale alla fruizione del luogo in termini di indicazioni



**Fig.14** Nella pagina a sinistra: Castello del Valentino, Torino

**Fig.15** In questa pagina: sintesi della simbologia raccolta durante l'esplorazione del contesto di intervento (*reference points*)

dei percorsi possibili e in grado di rendere comprensibile il contesto in cui ci si muove, nelle sue caratteristiche spaziali e identitarie (Bozzola et al., 2022).

Dopo un'accurata analisi del contesto (*analisi di scenario*), sia da un punto di vista storico che simbolico (estrazione dei *reference points*) (Fig.15), il percorso di ricerca e di sviluppo del sistema di segnaletica è progredito attraverso il coinvolgimento di diverse competenze e interlocutori sia interni che esterni alla realtà politecnica (*progettazione condivisa*) che hanno partecipato alla ricostruzione dell'identità storica e culturale del luogo, oltre che all'individuazione dei vincoli tecnici ed espressivi nell'ambito della tutela del patrimonio è stata resa possibile grazie ad un dialogo continuo con la Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio per la Città metropolitana di Torino (Bozzola et al., 2022). In fase preliminare è stata inoltre effettuata una sperimentazione di cartellonistica sintetica di orientamento principale, in modo da potersi confrontare con gli utenti sulla facilità di comprensione dei contenuti e sull'impatto "estetico" del sistema proposto.

Il concept progettuale vede proprio l'architettura come elemento generatore, andando a codificarne le peculiarità geometriche, materiche e storiche nell'aspetto formale del sistema, nonché nel suo principio gerarchico e organizzativo.

L'elemento identitario che maggiormente colpisce l'attenzione dei fruitori esterni e caratterizza il Castello è il tetto "alla francese"<sup>46</sup>. Ed è proprio questo l'elemento

<sup>46</sup> Questo peculiare elemento architettonico fu voluto da Cristina di Francia, prima Madama Reale, la quale, a partire dal 1620, iniziò l'ampliamento e la trasformazione della villa che vide l'inserimento delle coperture spioventi, realizzate in ardesia della Maurienne a falde fortemente inclinate (Roggero & Dameri, 2016).

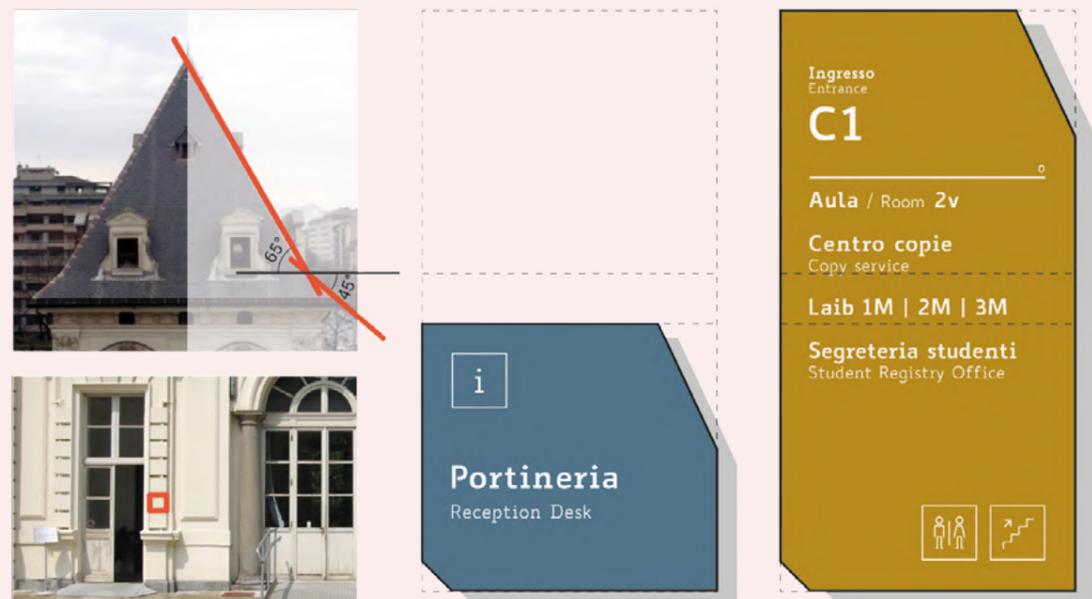


Fig.16 Estrazione dell'elemento generatore e del concept per lo sviluppo del sistema di segnaletica

che definisce il concept formale del sistema, sintetizzato e astratto nelle geometrie dei pannelli che, alludendo a quest'ultimo, ne riprendono la doppia inclinazione, rispettivamente di 65° e 45°, stilizzandola in due tagli posti nell'angolo superiore e in quello inferiore opposto. Inoltre, i conci della bugnatura che incornicia porte e finestre del cortile aulico sono stati lo spunto da cui nasce la dimensione del modulo base su cui si fonda il sistema dei singoli pannelli segnaletici (Fig.16).

Tab. 03 Analisi dei criteri interpretativi applicati al progetto del sistema di segnaletica per il Castello del Valentino

Contesti di azione	Livello di azione	Categorie di azione
Sistemi museali	Prodotto d'uso	Incoraggiare la fruizione
Collezioni		Service design
Ecomusei		
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere	
Edifici storici	Strategic design	Informare / identificare
Città d'arte		Partecipare attivamente
Archivi e biblioteche		
Altro		

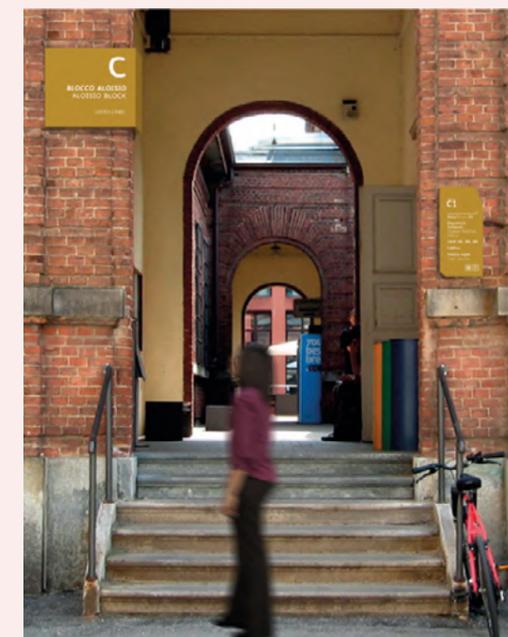


Fig.17 Alcuni pannelli del nuovo sistema di segnaletica per il Castello del Valentino. In ordine (a partire da in alto a sinistra): pannello di orientamento principale; landmark e accesso all'ingresso C (blocco Aloisio); accesso all'ingresso A (blocco Castello); pannello direzionale



## References

- Amari, M. (2016). La sostenibilità culturale: un nuovo paradigma. In Bilancia, P. (a cura di). *Diritti culturali e nuovi modelli di sviluppo*. Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane.
- Baur, R, Felsing, U. (a cura di) (2020). *Visual coexistence. Information design and typography in the intercultural field*. Zurigo: Lars Müller Publishers.
- Bertola, P., Manzini E. (a cura di)(2006). *Design Multiverso. Appunti di fenomenologia*. Milano: Ed. Poli Design.
- Bozzola, M., De Giorgi, C. (2017). An introduction to design as a tool for the enhancement of local cultural heritage: A possible methodological approach and experiences from Politecnico Di Torino. In Berg, S., Fiedler, E. (a cura di). *Cultural Heritage: Perspectives, Challenges and Future Directions* (pp. 65-95). New York: Nova Science Publishers.
- Bozzola, M., Caputo, I. (2019). *Il design al servizio dell'autenticità*. In Officina n.25 (pp. 32-37). Congliano (Treviso): Anteferma edizioni.
- Bozzola, M., Caputo, I., Oddone, M. (2022). *Segnaletica e fruizione collettiva dei patrimoni. Un sistema di orientamento narrativo per il Castello del Valentino*. In Design per connettere, assemblea annuale SID 2020, Palermo, 25-26 Febbraio 2021.
- Brenna, L., Lupo, E., Seassarò, A., Trocchianesi, R. (2009). The Italian Design Research and practice in cultural heritage exploitation. In *Proceedings of the Cumulus 38° South-Hemispheric Shifts across Learning, Teaching and Research* (pp. 1-22). Swinburne University of Technology and RMIT University, Melbourne, Australia.
- Castelli, A., Vignati, A., Villari, B. (2004). ME.Design. Design strategies, tools and procedures aimed at increasing the value and promote the resources of the Mediterranean area between local and global. An italian example of action-research about design for locality. In Werwijnen, J, Karkku, H., Thackara, J., Manziani, E. (a cura di). *SPARK! Design and Locality*. Helsinki: University of Art and Design Helsinki.
- Celaschi, F. (2006). Atto culturale e design. Progetto e valorizzazione dei beni culturali. In Maffei, S., Parente, M., Villari, B. (a cura di). *ADI Design Review 03: Il design per la valorizzazione dei beni culturali. Le premesse fondative della ricerca d.Cult.*
- Celaschi, F. (2008). Design mediatore tra bisogni. In Germak, C. (a cura di). *Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo*. (pp. 40-52) Torino: Allemandi.
- Dal Palù, D., Lerma, B., Bozzola, M., De Giorgi, C. (2018), *Merchandising as a Strategic Tool to Enhance and Spread Intangible Values of Cultural Resources*, in Sustainability.
- Daverio, P., Trapani, V. (a cura di) (2008). *Il design dei beni culturali. Crisi territorio, identità*. Milano: Rizzoli.
- De Giorgi, C., Germak, C. (2008). Design dell'esplorazione. In Germak, C. (a cura di). *Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo*. (pp. 53-70) Torino: Allemandi.
- Germak, C. (a cura di)(2008). *Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo*. Torino: Allemandi.
- Lupo, E. (2009). *Il design per i beni culturali. Pratiche e processi innovativi di valorizzazione*. Milano: FrancoAngeli.
- Lupo, E. (2013). *Design e beni culturali: creare sistemi di valore per connettere cultura, luoghi, conoscenza, comunità, impresa*. In I+Diseño, Vol. 8 (pp. 30-39).
- Lupo, E. (2019). *Design e Cultural driven innovation*. In I+Diseño, Vol. 14 (pp. 120-132).
- Maffei, S., Villari, B. (2005). Risorse locali e comunità di progetto. In Castelli, A., Vignati, A., Villari, B. (a cura di). *SDI Design Review 02: ME.Design. Il contributo del design allo sviluppo locale*.
- McMullen, M. (2016). Intercultural Design Competence: A Guide for Graphic Designers Working Across Cultural Boundaries. *The International Journal of Visual Design*, 10(3) (pp.19-30).
- Montella, M. (2009). *Valore e valorizzazione del patrimonio culturale storico*. Milano: Electa.
- NEMO (2016). *Museums, migration and cultural diversity: Recommendations for museum work*. Berlino: Network of European Museum Organisations.
- Parente, M. (2010). *Il design per la valorizzazione territoriale. Il caso del Rione Sanità a Napoli*. In Tafterjournal n. 22.
- Pecci, A. M. (2009). *Patrimoni in migrazione. Accessibilità, partecipazione, mediazione nei musei*. Milano: FrancoAngeli.
- Radtke, S. (2020). *Educational Animations in Inter and Monocultural Design Workshops*. In Proceedings of the 1st International Conference on Intermedia Arts and Creative Technology - Volume 1: CREATIVEARTS (pp. 147-155)
- Radtke, S. (2021). *Intercultural Design Basics*. Amsterdam: BIS Publishers.
- Roggero, C., Dameri, A. (2016). *Il Castello del Valentino*. Torino: Politecnico di Torino.
- Throsby, D. (2005). *Economia e cultura*. Bologna: Il Mulino.
- Trocchianesi, R. (2004). Il bene culturale oggi. Il contributo del design. In Celaschi, F., Trocchianesi R. (a cura di). *Design e beni culturali. La cultura del progetto nella valorizzazione del bene culturale*. Milano: Polidesign.

# 4

## Progettare per l'accessibilità culturale

### 4.1 Spostamenti umani

*“ [...] il patrimonio culturale e i musei possono svolgere un ruolo importantissimo recuperando la loro funzione ontologica all'interno della società. Questi luoghi sono infatti deputati a conservare e costruire la memoria collettiva. Costituiscono dei ponti che legano le generazioni passate e future.”*

Christian Greco, 2022

Protesa sul Mar Mediterraneo, come *ponte* tra Europa e Africa, l'Italia è da sempre terra di migrazione per la sua peculiare posizione geografica, risultando uno dei principali Paesi per la registrazione individuale di nuovi richiedenti asilo in Europa<sup>47</sup> e nel mondo (UNHCR, 2022). In una società sempre più multiculturale, con un'ampia varietà di stili di vita e background culturali - dove l'intreccio di vite e storie plasma il territorio e la sua cultura materiale - le questioni relative all'integrazione e alle relazioni tra gruppi etnici e comunità diverse sono oggetto di grande attenzione nel dibattito sociale e scientifico. Soprattutto in una società ad alto tasso di immigrazione come quella italiana<sup>48</sup>, la diversità culturale porta a nuove prospettive e nuove direzioni di intervento in diversi ambiti culturali, come l'istruzione, le agende politiche e di ricerca, i musei (Nemo, 2015), l'arte e la disciplina del design. La storia dell'umanità è una storia di migrazioni motivate dai fattori più differenti: pressione demografica,

<sup>47</sup> In Europa nel periodo compreso tra il 2012 e il 2021 la Germania è il paese che ha ricevuto il numero più elevato di domande di asilo, con oltre 2,2 milioni di richiedenti, a cui seguono la Francia (863mila) e l'Italia (592mila).  
Fonte: Eurostat, dati aggiornati all'11 gennaio 2023

<sup>48</sup> Nel rapporto "Atlas of Migration" - curato dagli uffici dell'Unione Europea - l'Italia negli ultimi decenni ha sperimentato forti flussi migratori, che hanno portato a circa 5 milioni di stranieri residenti nel Paese (Tarchi & al., 2021).

necessità di trovare risorse alimentari, ragioni climatiche (sempre più impellenti), eventi bellici, carestie, epidemie, ma anche curiosità, ambizione, ricerca di opportunità, desiderio di crescita (Cimoli et al., 2022). Siamo tutti figli di flussi umani in divenire, temporalmente distribuiti nei secoli. L'assunto di partenza è quindi quello che le riflessioni che verranno proposte all'interno di questo percorso di ricerca non vogliono porre l'accento sull'*io* e l'*altro*, bensì sulle necessità umane condivise di sentirsi accolti e parte di un sistema comunitario in grado di offrire supporto e stabilità sociale, economica ed emotiva.

L'arrivo di persone con culture e tradizioni differenti rappresenta certamente una ricchezza e un'opportunità (non solo culturale, ma anche economica e sociale), ma, se non gestito progettualmente (in senso politico e culturale) e coerentemente, può anche portare a conflitti e tensioni sociali. Lo dimostra chiaramente la radicalizzazione a cui si assiste in Europa tra coloro che ambiscono alla costruzione di un contesto internazionale aperto, in cui culture e tradizioni diverse possano incontrarsi e costituire un reciproco scambio e arricchimento, e coloro che, invece, temono il rarefarsi delle identità nazionali e come conseguenza un impoverimento economico e culturale della popolazione (Cimoli et al., 2022), atteggiamento che può essere definito di "chiusura difensiva" (Colombo, 2007).

Da un punto di vista progettuale la velocità e la inesorabilità di questi cambiamenti impongono un adeguamento delle pratiche educative e progettuali, in modo tal da adattare efficacemente le politiche di accessibilità mirate all'inclusione (sociale, culturale ed economica) delle persone con *background* migratorio all'interno di contesti territoriali spesso caratterizzati da dinamiche cognitive, affettive e relazionali estremamente dissimili dalle identità culturali soggettive pregresse.

Di conseguenza, è necessario incentivare un modo di pensare *proattivo* in modo tale da creare canali di comunicazione in grado di dare valore alle esperienze delle persone in relazione ai territori che abitano e alla loro personale identità culturale. Identità che riflettono una moltitudine di esperienze collettive, memorie e riferimenti in continua evoluzione (UNESCO, 2009). Il modello di società interculturale sembra essere il percorso più inevitabile da affrontare e, in questo contesto, la disciplina del design può trovare diversi campi di sperimentazione e di sfida, con l'obiettivo di contribuire attraverso un'azione consapevole e culturalmente evoluta in grado di raccontare le diversità, preservare le identità e trasferire la

conoscenza attraverso gli oggetti che ci circondano.

La sfida primaria che si pone, da un punto di vista culturale ancora prima che progettuale, è quella di confrontarsi con le dinamiche migratorie andando oltre il concetto di **emergenza** (Oxfam, 2017). Ciò non significa ovviamente negarne l'importanza strutturale ma riconoscere la presenza di soggetti, di *persone* con storie individuali e motivazioni di spostamento precise e dunque con caratteristiche, capacità, desideri e possibilità che raramente trovano spazio nelle rappresentazioni mediatiche<sup>49</sup> o nelle politiche migratorie. "Significa cioè saperne riconoscere aspettative e risorse acquisite nel tempo oltre i bisogni materiali immediati per la sopravvivenza dei corpi" (Sorgoni, 2022, pag. 32).

Come evidenzia Sorgoni, infatti, nel rapporto di Oxfam del 2017 "La lotteria Italia dell'accoglienza" si sottolinea il fatto che i migranti in Italia possono oggi essere accolti unicamente se dimostrano di essere vittime che hanno perduto tutto<sup>50</sup>. Il che si traduce in una gestione dell'accoglienza di tipo assistenzialistico che crea dipendenza nel momento stesso in cui preclude loro qualsiasi possibilità di partecipazione attiva alla vita sociale ed economica del Paese (Sorgoni, 2022).

Un altro aspetto da tenere in considerazione è la definizione stessa di **persona con background migratorio**: agli stranieri che percorrono rotte migratorie che "forzano" i confini nazionali assumendo lo status di *richiedenti asilo*, si affiancano i *migranti economici* - che decidono di lasciare volontariamente il proprio paese d'origine per cercare un lavoro e condizioni di vita migliori - ma anche le cosiddette *seconde generazioni*<sup>51</sup>. In riferimento a quest'ultimo concetto si vuole aprire un'ulteriore parentesi, per evidenziare ulteriormente la complessità sociale con cui questo argomento di ricerca si rapporta: l'uso dell'espressione *seconde generazioni* è infatti strettamente collegato a un processo di semplificazione e categorizzazione che tuttavia concentra l'attenzione soprattutto sulle origini della persona (Colombo, Domaneschi, Marchetti, 2009), mentre emerge uno scenario che ingloba diverse realtà, come i minori nati in Italia, i minori stranieri non accompagnati, i minori ricongiunti, i minori arrivati per adozione internazionale, i figli di coppie miste (Ambrosini, 2005).

Da un punto di vista progettuale una conoscenza approfondita della strutturazione sociale del contesto in cui si opera, soprattutto in ambienti in cui l'evidenza della composizione multiculturale della cittadinanza

<sup>49</sup> Nella speranza di riuscire, prima o poi, a superare la narrazione del "migrante vincente" che ottiene un riconoscimento della propria identità solo attraverso un duro percorso di auto-costruzione e che unicamente grazie ai suoi sforzi e alle sue rinunce riesce a raggiungere determinati traguardi (una laurea, un posto fisso dignitoso...).

<sup>50</sup> Quindi tutti i profughi che vengono riconosciuti come rifugiati e non come migranti economici, per i quali invece non è prevista alcuna politica di inclusione.

<sup>51</sup> La "seconda generazione" in senso stretto è costituita dai figli di cittadini stranieri nati nel Paese di immigrazione. Tuttavia diversi autori estendono la definizione anche a chi - pur non essendo nato nel paese di arrivo - vi è arrivato comunque prima dei 18 anni (Istat, 2020).

si presenta come un nodo chiave nella buona riuscita di un progetto, è quindi fondamentale per andare a comprendere fino in fondo le motivazioni e i bisogni di tipo secondario (in riferimento alla Piramide di Maslow, pag. 52) dei futuri fruitori, nonché le loro aspettative e le chiavi interpretative che vengono messe in atto.

In questa analisi, il designer dovrà inoltre prestare molta attenzione alle **variabili sociali e culturali** che possono influenzare radicalmente i risultati del progetto, come le differenze di comportamento, le prospettive personali e i parametri valoriali tra persone di diverse società o gruppi culturali (Box 05).

Se come è stato precedentemente introdotto (pag. 50) la "Universal Declaration of Human Rights" nell'articolo 27 riconosce la cultura e l'arte tra i beni necessari per vivere una vita di qualità, allora **l'accessibilità ad una fruizione autonoma al patrimonio culturale** si configura come uno strumento per il raggiungimento, l'attuazione e il rispetto dei diritti umani di tutti, soprattutto di quelle persone che sono a rischio di *esclusione sociale* (Sandell, 1998) - categoria in cui possono quindi essere inclusi i migranti, le minoranze linguistiche e, più in generale, tutti i cittadini con *background* migratorio (Greco, G. M., 2017).

*"Il diritto a prendere parte alla vita culturale, implementato attraverso azioni positive volte a produrre un empowerment culturale inclusivo per il più largo numero di persone, è la garanzia di effettività del dialogo interculturale e della cittadinanza plurale ad esso connessa."*

Campagna, 2013

## 4.2 Il patrimonio culturale come *medium*

In questa interpretazione, il concetto di accessibilità culturale si pone dunque l'obiettivo di essere identificato (e anche costruito) come un **processo dinamico e relazionale**: in grado cioè di favorire lo scambio di contenuti culturali tra bene e comunità, ma anche di produrre valore sociale ed economico. Il fruitore è quindi inteso come un soggetto attivo in grado di generare un arricchimento in quanto portatore di valori identitari e di risorse culturali pregresse.

## Box 05 Le variabili culturali

La cultura in cui si cresce ha ovviamente un profondo impatto sulla personale percezione del mondo: dalla costruzione delle nostre relazioni sociali, fino alla definizione di sé stessi come individui e come membri di un contesto sociale.

Essere in grado di decodificare, o quanto meno identificare consapevolmente, le diversità culturali è fondamentale per poter progettare e lavorare in maniera efficace con clienti, utenti ma anche con colleghi provenienti da contesti culturali differenti.

In una serie di sperimentazioni condotte tra l'inizio degli anni '80 e il 2010<sup>52</sup>, il ricercatore olandese Geert Hofstede individua sei dimensioni culturali che forniscono un quadro attraverso il quale è possibile descrivere gli effetti del contesto culturale sui valori dei suoi membri e come questi valori si relazionano al comportamento dei singoli che vivono all'interno di determinato ambiente. Le dimensioni ipotizzate sono: la distanza dal potere (eguaglianza contro disuguaglianza), il collettivismo (in opposizione all'individualismo), il rifiuto dell'incertezza (contro la tolleranza dell'incertezza/rischio), la mascolinità (contro la femminilità), l'orientamento temporale (breve contro lungo periodo) e l'indulgenza (in opposizione al controllo).

Un'altra chiave di lettura è quella offerta da Erin Meyer<sup>53</sup>, la quale, analizzando come la cultura influenza le collaborazioni commerciali internazionali, ha individuato otto dimensioni indipendenti attraverso le quali le differenze culturali possono essere concettualizzate e che possiamo definire come integrative (quanto meno da un punto di vista progettuale e utili soprattutto nei processi partecipativi) a quelle delineate da Hofstede: la comunicazione (ad alto o a basso contesto), la valutazione (*feedback* negativo diretto o indiretto), la persuasione (basata su principi teorici o dati empirici), la leadership (egualitaria o gerarchica), i processi decisionali (consensuali o *top-down*), la fiducia (incentrata sui compiti o sulle relazioni), l'espressione di disaccordo (conflittuale o evitante) e la programmazione (percezione del tempo di tipo lineare o flessibile).

<sup>52</sup> Hofstede, G., (1980). Culture's consequences: National differences in thinking and organization. Beverly Hills, CA: Sage

Hofstede, G., Bond, M., (1988). The Confucian connection: from cultural roots to economic growth. Organizational Dynamics, Vol.16, pp. 4-21.

Hofstede, G., Hofstede, G. J., Minkov, M., (2010). Culture and organization: software of the mind. Beverly Hills, CA: Sage

<sup>53</sup> Meyer, E. (2014). La mappa delle culture. Macerata: ROI edizioni.

E di conseguenza, accanto ad una più tradizionale visione *sostanzialista*, in un'ottica progettuale (e ai fini del presente percorso di ricerca) è più coerente indagare il patrimonio in una chiave dialogica e processuale, intendendolo quindi come insieme di beni da condividere, "ricostruire nei significati, ricollocare in uno spazio sociale di scambio"<sup>54</sup> (Besozzi et al., 2007). Non più quindi come un *sistema chiuso*, ma come un'entità "viva" con cui ognuno può intrecciare un dialogo, in quanto portatore di identità ma al contempo ricettore di nuove interpretazioni e valori mutati nel tempo. Si instaura in questo modo un interessante rapporto di *scambio narrativo*:

*"attraverso la narrazione l'uomo realizza non soltanto la conoscenza degli accadimenti e degli eventi, ma mette in relazione esperienze, situazioni presenti, passate e future rendendo possibile ipotesi interpretative e ricostruttive.*

*La narrazione ha quindi una funzione epistemica: quella di innescare processi di elaborazione, interpretazione, comprensione, rievocazione di esperienze, accadimenti, fatti; dando ad essi una forma che renda possibile:*

- a) descriverli e raccontarli ad altri;*
- b) tentare di spiegarli alla luce delle circostanze, delle intenzioni, delle aspettative di chi ne è protagonista;*
- c) conferire loro senso e significato, collocandoli nel contesto di copioni, routine, repertori socio-culturalmente codificati"*

Don Valerio Pennasso, 2017, pag. 168

### 4.3 Definire l'accessibilità culturale

Dopo questa necessaria introduzione sulla volontà progettuale di costruire un rapporto processuale, relazionale e dinamico tra comunità e patrimonio culturale, si entra ora nel dettaglio nel tema dell'accessibilità culturale - approfondimento essenziale per andare a definire la categorie di azione del design e i livelli di intervento che la disciplina può mettere in campo nell'agire in determinati contesti di progettazione.

Si tratta infatti di un tema molto sfaccettato e multidimensionale, in cui è quindi essenziale andare a definire una scala ed un'ampiezza di azione coerenti e

<sup>54</sup> Come osservato da Bodo (2009), infatti, si possono individuare due principali paradigmi interpretativi del patrimonio culturale, entrambi validi e coerenti. Il primo è caratterizzato da una visione sostanzialista, in cui il bene assume un ruolo consolidato, sedimentato e condiviso da trasmettere. Un'eredità ricevuta da salvaguardare e da trasmettere. Il secondo paradigma prevede una visione processuale e comunicativa, in cui il bene è un'entità da fruire, comunicare, ricostruire nei suoi significati e ricollocare in uno spazio sociale di scambio.

controllabili.

Nella chiave interpretativa adottata in questa ricerca, l'accessibilità culturale viene intesa come concetto distinto dall'accessibilità alla cultura. Anzi si può dire che quest'ultima inglobi il concetto stesso di accessibilità culturale.

L'**accesso alla cultura** infatti comprende tutto l'insieme di teorie, pratiche, servizi, tecnologie e strumenti atti a fornire accesso a prodotti, ambienti e servizi culturali a persone che non possono (fisicamente, cognitivamente o economicamente) accedervi nella loro forma originaria o complessiva.

Per lungo tempo il termine *accessibilità* è stato quasi unicamente associato alla rimozione (o drastica riduzione) delle barriere architettoniche di tipo fisico e strutturale (Cetorelli, 2017): condizione di fatto essenziale e basilare per la fruizione dei contenuti culturali di natura tangibile. Il campo di azione progettuale dell'**accessibilità fisica, cognitiva e sensoriale** riguarda quindi lo sviluppo di azioni per agevolare l'accesso e gli spostamenti in autonomia - in modo paritario, inclusivo, non discriminante ed emarginante - agli spazi e ai luoghi in cui si svolgono attività culturali, attraverso interventi strutturali, tecnologici, organizzativi, gestionali e di comunicatività ambientale (ad esempio tramite sistemi di segnaletica e orientamento idonei), nonché la realizzazione di apparati informativi opportunamente predisposti e ad alto livello di comprensione.

Una seconda categorizzazione dell'accessibilità è quella di tipo **economico**, che riguarda la messa in atto di agevolazioni economiche occasionali o specifiche per categorie di persone o gruppi, ma anche facilitazioni culturali, come la strutturazione di percorsi didattici differenziati. A livello nazionale sono molte le iniziative promosse dal Ministero della Cultura: possono essere qui citate, a titolo esemplificativo, la gratuità di ingresso nei musei, monumenti, gallerie ed aree archeologiche dello Stato per i visitatori under 18; il progetto #IoVadoAlMuseo, rivolto ai giovani tra i 18 e i 25 anni e che prevede l'accesso ai luoghi della cultura statali pagando un biglietto di soli 2 euro; o ancora i vari Bonus Cultura, che rappresentano un'agevolazione rivolta a maggiorenni a cui lo Stato eroga del denaro sotto forma di buono, del valore di 500 euro e spendibile in attività culturali di varia natura.

A queste iniziative ministeriali si affiancano inoltre agevolazioni promosse anche da enti privati o fondazioni: si ricorda ad esempio il "Passaporto culturale"<sup>55</sup> o "2x1 Trenitalia", che prevede la possibilità di acquistare due biglietti al prezzo di uno a tutti i possessori CartaFRECCIA

<sup>55</sup> Il "Passaporto culturale per ogni nuovo nato" garantisce un ingresso libero presso il museo aderente al progetto al bambino/a con il nucleo familiare fino al compimento del suo primo anno d'età.

(Trenitalia, Ferrovie dello Stato) in modo tale da incentivare la mobilità tramite mezzi pubblici.

Infine è possibile identificare nell'**accessibilità culturale** la progettazione e la realizzazione di strumenti e strategie che facilitano la comunicazione e la "mediazione" dei contenuti informativi legati alle opere e/o al sito stesso in modo da aiutare i fruitori a superare le barriere socio-culturali che generano un senso di inadeguatezza culturale. Sono considerate barriere "culturali" tutte quelle situazioni che portano il visitatore a uno stato di disagio (o addirittura di rifiuto) per motivazioni spesso strettamente connesso con: l'autoreferenzialità culturale (ossia l'uso di modalità comunicative e linguaggi tecnici e specialistici) (Gavallotti & Pistoì, 2007); la mancanza di analisi dei quadri interpretativi personali (ossia le conoscenze pregresse e le possibili strategie interpretative del pubblico); la scarsità di linguaggi adeguati e/o condivisi (come ad esempio il limitato uso didascalie in inglese o in altre lingue, o di linguaggi alternativi quali Braille, audiovisivi, approfondimenti digitali); l'assenza di senso di partecipazione e identità (solitamente legata al mancato sviluppo di azioni partecipative), eccetera.

Questo quadro di analisi dimostra, quindi, come si sia passati da una concezione di accessibilità prevalentemente legata alla "disabilità fisica" - dunque percepita come rivolta a un insieme specifico e limitato di persone - a una visione più completa e globale, in cui essa diventa uno strumento rivolto a tutti i fruitori (attuali e potenziali) nelle loro diverse peculiarità sociali, fisiche e culturali <sup>56</sup>.

<sup>56</sup> In questa direzione si muovono peraltro da ormai molti anni gli approcci dell'*Universal Design* (1985) e del *Design for All* (2004).

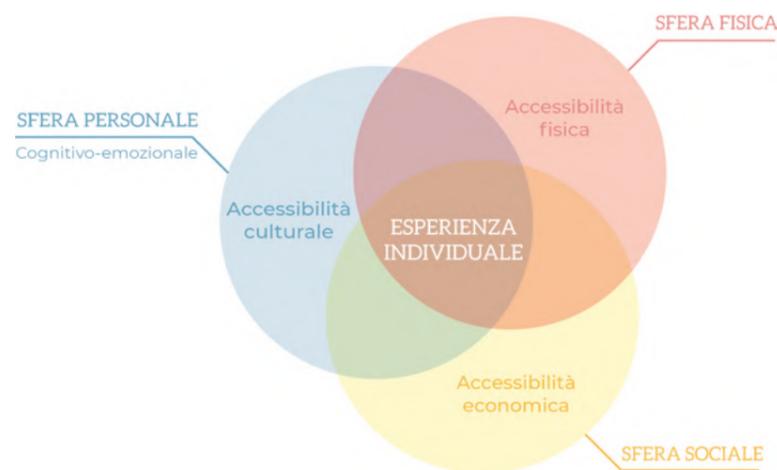


Fig.18 La composizione dell'esperienza individuale di fruizione del patrimonio: tra accessibilità fisica, economica e culturale

#### 4.4 Approcci del design per l'accessibilità culturale

Per agevolare l'accessibilità culturale al patrimonio, la disciplina del design può mettere in campo numerose azioni fondate su diversi approcci progettuali. Tali approcci vengono valutati caso per caso in base al sito su cui si opera, al contesto culturale di intervento, ai target a cui ci si vuole rivolgere, alle soluzioni precedentemente adottate (nel caso in cui ci si trovi ad operare in un ambiente su cui si sovrappongono interventi progettuali di diverso tipo o temporalmente distribuiti) e al risultato funzionale da raggiungere.

Vogliono qui essere delineati alcuni degli approcci possibili, con la consapevolezza che non si presenta certamente come un'enumerazione esaustiva data la complessità e la multidimensionalità del contesto di analisi. Queste chiavi di progettazione, che non si negano reciprocamente, talvolta sono compresenti negli stessi progetti, altre volte possono anche risultare in contrapposizione tra loro.

Il primo può essere definito come un **approccio percettivo**. In questa categoria vengono incluse quelle azioni che attivano la fase di comprensione del valore e del contenuto culturale del bene (o del sistema di beni). Questo livello si relaziona quindi con la capacità percettiva del ricevente (Deffner et al., 2015), strettamente connessa, ad esempio, alla formazione scolastica, al modo di vivere e al proprio background linguistico e identitario, eccetera. Alcune delle azioni che possono essere progettare riguardano, ad esempio: la creazione e l'allestimento di pannelli descrittivi facenti uso di linguaggi accessibili e storytelling; l'ideazione di percorsi inclusivi (da un punto di vista fisico e sensoriale) e diversificati (creando ad esempio delle esperienze di visita differenziate per bambini, specialisti, stranieri); lo sviluppo di mappe interattive sia fisiche che digitali; la progettazione di materiale grafico multilingue.

Un secondo approccio che può essere individuato è quello di tipo **esperienziale**, che consiste nello sviluppo di azioni che promuovono e incentivano gli aspetti relazionali tra fruitori stessi o tra essi e i beni culturali. Si tratta quindi di "un approccio al design che enfatizza il processo spaziotemporale dello stesso, centrando sul valore cognitivo ed esperienziale del soggetto l'obiettivo finale dell'azione di progetto" (Ceppi, 2005).

Da un punto di vista delle azioni quindi possono essere delineate ad esempio: la sperimentazione e lo sviluppo di nuove modalità di fruizione degli spazi

<sup>57</sup> Nina Simon individua quattro categorie di partecipazione pubblica da applicare all'ambito dei musei e, più in generale, delle istituzioni culturali. Nei progetti *contributivi* i visitatori sono sollecitati a fornire oggetti, azioni o idee specifici rispetto a un processo controllato istituzionalmente. Nei progetti *collaborativi*, i visitatori sono invitati ad agire come partner attivi nella creazione di progetti che sono originati e in ultima analisi controllati dall'istituzione stessa. Nei progetti *co-creativi*, i fruitori collaborano con i membri del personale istituzionale sino dalla definizione degli obiettivi del progetto per poi creare programmi, iniziative o mostre basati sugli interessi della comunità e del museo. Infine nei progetti *hosted* l'istituzione destina una parte delle proprie strutture e/o risorse alla presentazione di programmi sviluppati e realizzati da gruppi pubblici o visitatori occasionali.

<sup>58</sup> Come evidenziato da Sara Radice (Radice, 2014), gli output prodotti dall'attivazione di esperienze partecipative possono essere esterni alla struttura organizzativa dell'istituzione - come ad esempio l'aumento delle conversazioni e dei rapporti interpersonali tra i visitatori - e/o interni - quali, ad esempio, lo sviluppo di nuove competenze o l'implementazione delle relazioni interne all'istituzione culturale.

<sup>59</sup> European Commission (2018), A New European Agenda for Culture. Fonte: <https://ec.europa.eu/culture/document/new-european-agenda-culture-swd2018-267-final> (consultata a gennaio 2023).

e allestimenti espositivi; l'ideazione di workshop tematici; la progettazione di percorsi interattivi, attraverso la creazione di punti di contatto fisici e digitali (sperimentando tecniche creative e facendo uso di ausili digitali di realtà aumentata, realtà virtuale, display digitali...); sviluppare esperienze di gamification; eccetera.

Concentrando l'attenzione sempre sui processi di interazione, può essere individuato anche un **approccio partecipativo**, che consiste nell'attivare un dialogo interattivo e iterativo tra istituzione e fruitori nello sviluppo di esperienze ma anche nella co-progettazione del valore e delle interpretazioni collettive del patrimonio culturale stesso<sup>57</sup>. È tuttavia importante sottolineare che le esperienze partecipative stesse necessitano di un'attenta progettazione (Simon, 2010): devono infatti essere programmate delle strutture di supporto per aiutare le persone a sentirsi libere e serene nel coinvolgimento nell'attività, avendo ben chiari gli obiettivi e le modalità di interazione.

Da un punto di vista progettuale questo tipo di approccio consiste, ad esempio, nello sviluppo di attività ed eventi di co-ideazione di percorsi espositivi o di elementi specifici del museo (come la stesura di didascalie rivolte a determinati target, la traduzione in più lingue dei pannelli descrittivi, la personalizzazione dei sistemi di segnaletica e orientamento...), nonché la creazione di spazi di dialogo fisici o digitali (tavoli di lavoro, brainstorming di idee, bacheche di commento, blog online...)<sup>58</sup>.

L'ultimo approccio che viene qui individuato, e che in qualche modo può essere considerato trasversale e integrativo ai precedenti, è di tipo **metalinguistico**, che consiste nel dare forma ai contenuti della fruizione per permettere la condivisione, la divulgazione, la conoscenza anche avvalendosi dell'immaterialità degli strumenti tecnologici e digitali (Trocchianesi, 2008).

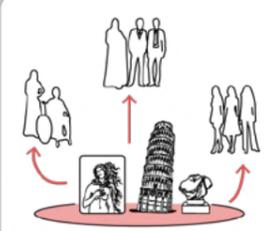
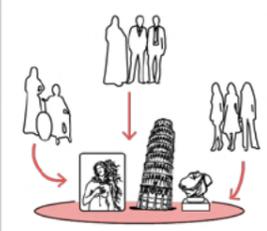
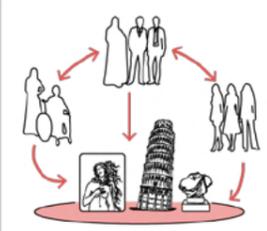
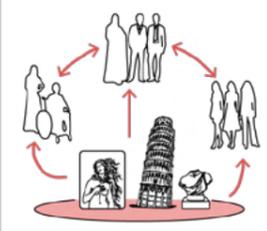
Certamente il fatto che non sia più possibile prescindere le azioni di valorizzazione e promozione del patrimonio culturale dalle tecnologie e dalle innovazioni tecnologiche è una consapevolezza già sedimentata e resasi ancora più manifesta dalle chiusure forzate delle istituzioni culturali dettate dalla pandemia Covid-19.

Già nel 2018 la Commissione Europea nella *New European Agenda for Culture*, tra i temi trasversali alla base di tutti gli obiettivi fissati nel programma, colloca i dispositivi tecnologici e le piattaforme online tra gli investimenti fondamentali per le azioni di valorizzazione del patrimonio (Digital4Culture)<sup>59</sup>: gli strumenti digitali e multimediali offrono infatti nuove opportunità nel rapporto con il pubblico, nella gestione delle collezioni, negli allestimenti, fornendo i mezzi attraverso i quali

<sup>60</sup> Il concetto di transmediale concerne lo sviluppo di modalità narrative che si estendono su piattaforme multimediali multiple.

<sup>61</sup> Eleonora Lupo definisce il concetto come "l'unione (o meglio continua sovrapposizione) di fisico e digitale nell'esperienza quotidiana, a partire da semplici applicazioni come il QRcode, per spingersi fino all'Internet of Things, le stampanti 3D o alla realtà aumentata" (Lupo, 2021).

l'istituzione può collaborare con le comunità per sviluppare nuovi tipi di interazioni con i contenuti. Possiamo evidenziare alcune principali attitudini progettuali ricorrenti nell'uso del mezzo digitale per l'offerta museale, basate sull'utilizzo di tecnologie multimediali e digitali (realtà aumentata, realtà virtuale, piattaforme social, siti web...), in un rapporto interattivo, trasmediale<sup>60</sup> e *phygital*<sup>61</sup> (Lupo, 2021) tra utente e istituzione culturale: la creazione di collezioni digitali, lo sviluppo di app, il *digital storytelling*, la *gamification*, le visite virtuali, la comunicazione social e così via.

Interazione	Approccio	Focus progettuale	Scale di intervento
	Percettivo	Trasmissione del valore e del contenuto culturale del bene	Attrezzature per la fruizione; comunicazione e storytelling; percorsi di visita; wayfinding; digital e virtual design...
	Esperienziale	Percezione del bene letto attraverso il valore cognitivo ed esperienziale del soggetto	Attrezzature per la fruizione; percorsi di visita; digital e virtual design; gamification; merchandising; workshop...
	Partecipativo	Processo iterativo nella costruzione del valore e della chiave interpretativa del bene	Workshop ed eventi; co-progettazione di attrezzature per la fruizione, percorsi di visita, merchandising, prodotti d'uso...
	Metalinguistico	Trasmissione del valore e del contenuto culturale attraverso un processo di interazione tra fruitori stessi e bene	Digital storytelling; social media management; gamification; app; archivi digitali...

Tab. 04 Sintesi di alcuni degli approcci del design per l'accessibilità culturale

## 4.5 Esperienze di accessibilità culturale rivolte a persone con background migratorio

Si desidera ora offrire una panoramica di alcune delle esperienze di accessibilità culturale esplicitamente rivolte a fruitori (attuali o potenziali) con un *background* migratorio.

Questi **casu studio** sono stati selezionati in quanto abbastanza rappresentativi della varietà di strategie operative messe in atto dalle istituzioni culturali (e nello specifico dai musei) per favorire l'inclusione sociale delle persone provenienti da contesti culturali diversificati.

Questa raccolta non prevede necessariamente l'esplicita messa in atto di azioni di design (analisi che invece troverà spazio all'interno della *Sezione 2* di questa dissertazione), tuttavia è utile in quanto permette di analizzare alcuni tra gli approcci più diffusi e consolidati ad oggi adottati, e nella cui sfera d'azione possono inserirsi le progettazioni *design-oriented*, o con cui comunque i designer devono sapersi confrontare all'interno di questo panorama progettuale.

Gli orientamenti proposti richiamano una categorizzazione sviluppata da Simona Bodo ed emersi dall'attività di ricerca svolta dall'autrice nell'ambito dello studio sugli approcci nazionali al dialogo interculturale realizzato dall'istituto di ricerca ERICarts per conto della Commissione Europea, DG Educazione e Cultura (Bodo, 2009).

La prima categoria è quella che definisce come **Culture in mostra** ovvero un "multiculturalismo conoscitivo" volto a promuovere nei cittadini autoctoni un interesse ed un riconoscimento delle culture *altre*, spesso rappresentate in maniera distorta o del tutto escluse dagli attuali spazi espositivi delle realtà culturali.

Il secondo approccio è quello dell'**integrazione**<sup>62</sup> (nel senso più ampio di "alfabetizzazione") dei nuovi cittadini all'interno del contesto culturale dominante in cui si sono trasferiti (in modo temporaneo o permanente), tramite lo sviluppo di programmi e attività finalizzati a guidare gli individui di origine straniera nella scoperta e nell'approfondimento della storia, della lingua, dei valori e delle tradizioni del Paese in cui si trovano.

Infine è possibile individuare un orientamento volto alla promozione nelle comunità migranti di una **coscienza delle proprie radici** attraverso una programmazione culturalmente specifica e strutturata intorno a oggetti che rivestono un particolare significato per una data comunità.

<sup>62</sup> Con il termine *integrazione* si intende il reperimento di risorse per consentire il raggiungimento di risultati nell'ambito dell'autonomia, della socializzazione e della comunicazione. Questo concetto è ben differente da quello più ampio di *inclusione* - più volte ripreso in questa ricerca - che prevede un processo (sociale e culturale) di superamento delle barriere alla partecipazione e all'apprendimento.

### 4.5.1 Metodologia di indagine

Le esperienze mappate sono state raccolte attraverso fonti documentaristiche (quali report, articoli, supporti audio-visivi) e di archivio rese disponibili da fondazioni, istituzioni museali e associazioni culturali nazionali ed europee. In alcuni casi si ha avuto la possibilità di raccogliere dei dati anche attraverso osservazione diretta (tramite la partecipazione a workshop e a conferenze).

In seguito a questa prima mappatura sono state estrapolate alcune esperienze che sono ritenute più interessanti a livello di strutturazione e che in qualche modo fossero rappresentative dei principali atteggiamenti individuati (culture in mostra, integrazione, coscienza delle proprie radici).

Di seguito viene riportata una prima categorizzazione (Fig. 19) dei casi studio che verranno descritti nelle pagine seguenti - presentati in ordine cronologico di avvio della progettazione. In conclusione di questa sezione verrà effettuata anche una breve analisi sui dati raccolti.

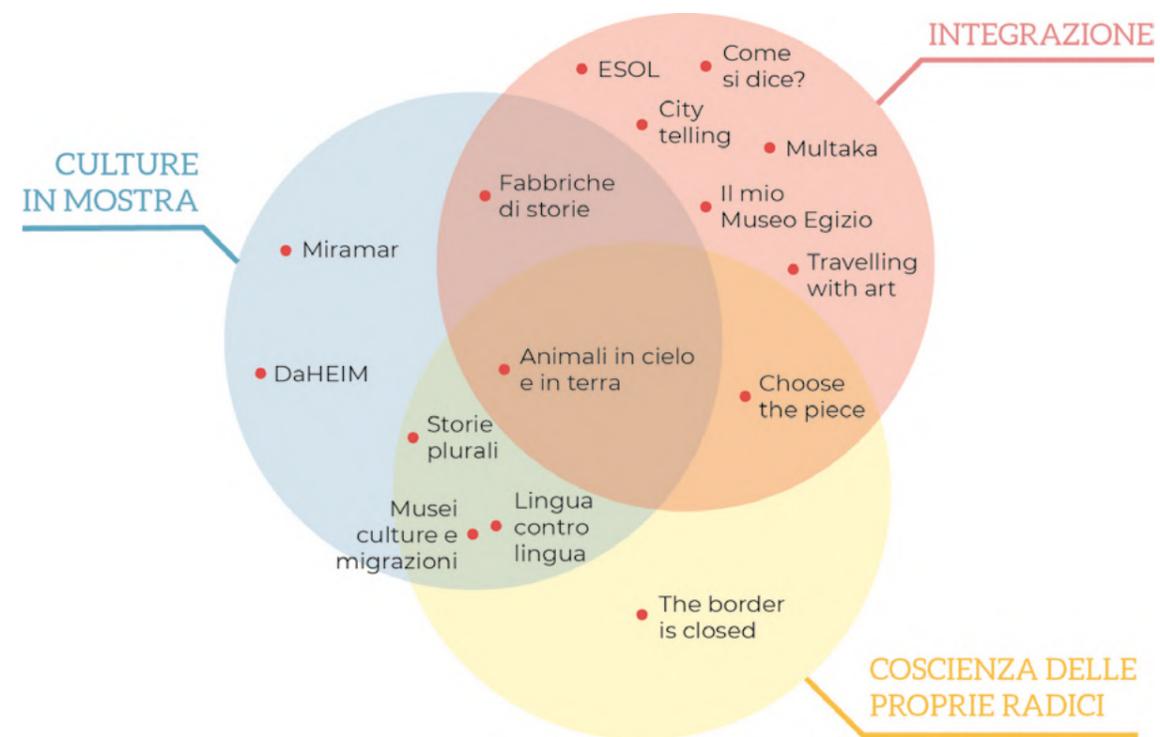


Fig.19 Categorizzazione dei casi studio selezionati di accessibilità culturale.

## ESOL PROGRAMME

-  **Anno**  
2005 - in corso
-  **Luogo**  
British Museum, Londra
-  **Natura dell'istituzione**  
Museo archeologico
-  **Orientamento**  
Integrazione



### Il progetto

Il British Museum di Londra nel 2005 ha strutturato un programma chiamato *ESOL* (English for Speakers of Other Languages) specificatamente rivolto a immigrati, rifugiati e richiedenti asilo che frequentano i corsi di lingua e alfabetizzazione inglese finanziati dal governo britannico.

Le iniziative che fanno parte di questo progetto sono suddivise e organizzate secondo diversi gradi di difficoltà (in base al livello linguistico dei partecipanti), e prevedono una breve discussione in aula, seguita da una serie di visite guidate all'interno delle sale del museo mediante l'ausilio di immagini e di schede didascaliche specifiche.

I laboratori e le visite esplorano temi e idee che possano risultare familiari agli studenti, incoraggiandoli a creare dei collegamenti con la propria esperienza personale, a condividere il proprio punto di vista con i compagni di gruppo e ad acquisire un maggiore dimestichezza con la lingua inglese, apprendendo nuove parole e modi di esprimersi.

Interagendo con le collezioni dei musei gli studenti hanno l'opportunità di esplorare le connessioni con gli oggetti, avere conversazioni che potrebbero essere difficili all'interno della classe, sbloccare storie personali e diventare agenti attivi nel loro apprendimento.

Fonte:  
sito web del British Museum,  
sezione "adult learning",  
progetto ESOL

## TRAVELLING WITH ART

-  **Anno**  
2006 - in corso
-  **Luogo**  
Louisiana Museum of Modern Art, Humlebæk, Danimarca
-  **Natura dell'istituzione**  
Museo di arte moderna
-  **Orientamento**  
Integrazione



### Il progetto

Da più di quindici anni il Louisiana Museum of Modern Art (nello specifico il Louisiana Learning - un dipartimento interno nato per promuovere la riflessione, il confronto e la sperimentazione nell'incontro con l'arte attraverso corsi, tour e workshop), in collaborazione con la Croce Rossa danese, ha sperimentato una serie di iniziative rivolte ai bambini e a giovani rifugiati in Danimarca: l'obiettivo è quello di attivare esperienze significative con le opere d'arte presenti nel museo e farli rapportare con il luogo fisico dell'istituzione come spazio per attività libere.

I partecipanti collaborano a esperimenti creativi ispirati alle mostre d'arte della Louisiana, nonché alla sfera soggettiva composta pensieri, sogni e aspettative. L'uso di strumenti non verbali come il disegno e i laboratori creativi aiutano a concentrarsi sui concetti e le emozioni da trasmettere e a superare le barriere linguistiche nel rapportarsi con altre persone.

Fonte:  
Chayder, L. A., Bodin, E.,  
Jørgensen, L. R. (a cura  
di) (2016). "Travelling with  
art. A learning project for  
refugee children". Danimarca:  
Louisiana Museum of Modern  
Art

## LINGUA CONTRO LINGUA. UNA MOSTRA COLLABORATIVA



Anno  
2008 - 2009



Luogo  
Museo di Antropologia ed Etnografia dell'Università di Torino



Natura dell'istituzione  
Museo di antropologia ed etnografia



Orientamento  
Culture in mostra, coscienza delle proprie radici



### Il progetto

Per dare avvio all'esperienza "Lingua contro lingua" è stato organizzato un "Corso di Formazione per Mediatori dei Patrimoni Interculturali" rivolto ai partecipanti del percorso progettuale.

I mediatori formati dal CSA (Centro Piemontese di Studi Africani e Museo di Antropologia ed Etnografia dell'Università di Torino), riconosciuti come "nuovi interpreti" del patrimonio museale, hanno concepito e realizzato un allestimento multivocale in collaborazione con i referenti del museo e con un architetto museografo.

Ogni mediatore ha scelto dei reperti da includere all'interno di un percorso espositivo co-progettato: ognuno ha potuto selezionare uno o più oggetti provenienti dalle collezioni etnografiche sulla base dei propri percorsi di vita. Gli oggetti sono stati quindi esposti in apposite teche, delle vere e proprie "installazioni autobiografiche", in cui hanno trovato spazio anche oggetti personali dei mediatori.

Alla scelta degli oggetti ha fatto quindi seguito la fase di ideazione di percorsi narrati dialogici, curati e condotti dai mediatori e dai divulgatori museali.

Fonte:  
Mangiapane, G., Pecci, A. M.  
(2011). "Lingua contro Lingua.  
Una mostra collaborativa".  
In *Museologia scientifica  
memorie*, n. 8, pp. 104-106.

## ANIMALI IN CIELO E IN TERRA. ALLA SCOPERTA DEI MITI E DELLE LEGGENDE AFRICANE SUGLI ANIMALI DEL CIELO E DELLA TERRA



Anno  
2009



Luogo  
Museo di Storia Naturale dell'Università di Parma



Natura dell'istituzione  
Museo di storia naturale



Orientamento  
Culture in mostra, integrazione, coscienza delle proprie radici



### Il progetto

Obiettivo di questo progetto - ideato e realizzato dal Museo di storia naturale dell'Università di Parma e dall'Associazione culturale "Googol" - è stato rendere i cittadini africani di Parma protagonisti di una nuova lettura degli animali presenti nelle collezioni museali, collegandoli alle costellazioni zoomorfe delle cosmologie africana ed europea.

Ciò ha permesso di sperimentare nuove forme di contatto e di dialogo con le comunità africane del territorio, valorizzandone il loro apporto culturale e coinvolgendole attraverso un recupero delle leggende e delle fiabe delle loro terre d'origine, alla riscoperta di un patrimonio orale presente nel loro vissuto. Nelle quattro giornate conclusive dell'evento i partecipanti si sono trasformati da "visitatori" a "narratori" di racconti delle loro tradizioni, focalizzando l'attenzione sul ruolo che viene attribuito agli animali e alle costellazioni nelle leggende e nelle fiabe delle loro terre.

Fonte:  
Mezzadri, M. G. (2010). "Alla  
luce della luna". *Rivista "IBC"*  
XVIII, n. 1.

## CITY TELLING



Anno  
2009



Luogo  
Fondazione Sandretto Re Rebaudengo, Torino  
MAMbo - Museo d'Arte Moderna di Bologna



Natura dell'istituzione  
Istituzioni di arte moderna e contemporanea



Orientamento  
Integrazione



### Il progetto

*City Telling* nasce con la finalità di sviluppare un percorso di scoperta e analisi del territorio rivolto a giovani italiani e migranti dai 16 ai 25 anni.

Questo progetto pone le basi sulla consapevolezza che il patrimonio artistico rappresenta un prezioso strumento di integrazione e che l'avvicinamento ai linguaggi dell'arte contemporanea è in grado di stimolare riflessioni sociali e personali che permettono di analizzare e rappresentare la propria esperienza nel mondo.

La premessa al lavoro di scoperta e appropriazione del territorio è stata l'individuazione delle varie provenienze geo-culturali, a cui si è arrivati tramite la narrazione orale, l'utilizzo di foto, cartoline e strumenti digitali.

Il risultato di questa esperienza sono state delle *mappe geoemotive* che indagano il rapporto tra il soggetto e il luogo, tra l'identità privata e lo spazio pubblico: i diversi gruppi di partecipanti hanno quindi elaborato tragitti nello spazio urbano, individuando luoghi personalmente significativi e creando un diario fatto di fotografie, scritti, reperti materiali, contributi audio e video.

#### Fonti:

- Pereira, M., Salvi, A., Sani, M., Villa, L. (2010). "MAP for ID. Esperienze, Sviluppi e Riflessioni". Bologna: Ed. Compositori
- sito web "Patrimonio e Intercultura", promosso dalla Fondazione ISMU (Iniziativa e Studi sulla Multietnicità)

## STORIE PLURALI. IL MUSEO GUATELLI, OGGETTI E STORIE DI VITA



Anno  
2009



Luogo  
Fondazione Museo Ettore Guatelli, Ozzano Taro di Collecchio (PR)



Natura dell'istituzione  
Museo etnografico



Orientamento  
Culture in mostra, coscienza delle proprie radici



### Il progetto

Il progetto *Storie plurali* è nato con obiettivo di raccogliere esperienze e storie delle partecipanti a partire dagli oggetti del museo e sviluppate attraverso le modalità del laboratorio teatrale.

Sono state individuate dieci donne che hanno collaborato per cinque mesi con incontri settimanali, per la maggior parte avvenuti presso il Museo Guatelli in modo da mantenere lo sviluppo del laboratorio sempre contestuale. Il museo è infatti basato sul recupero dei saperi e delle conoscenze legate alla dimensione domestica e del lavoro, tramite "la poesia degli oggetti". L'individuazione da parte delle partecipanti degli oggetti e delle storie hanno rappresentato il fulcro del laboratorio: attraverso il confronto delle diverse esperienze di cui le destinatarie sono state le principali interpreti hanno proposto la loro personale interpretazione della collezione anche attraverso la restituzione di nuove storie legate ai rispettivi contesti di provenienza.

A conclusione del percorso si è svolta una rappresentazione teatrale intitolata "Storie plurali: di mano in mano", nella quale le donne hanno dato vita alle loro storie tramite il linguaggio verbale e gestuale.

#### Fonti:

- Bodo, S., Gibbs, K., Sani, M. (2009). "MAP for ID. I musei come luoghi di dialogo interculturale: esperienze dall'Europa".
- sito web del Comune di Torino, sezione "esperienze - migranti"

## CHOOSE THE PIECE

-  **Anno**  
2010
-  **Luogo**  
Museo Civico Archeologico Etnologico di Modena
-  **Natura dell'istituzione**  
Museo archeologico etnologico
-  **Orientamento**  
Integrazione, coscienza delle proprie radici



### Il progetto

Il Museo Civico Archeologico Etnologico di Modena ha proposto ad un gruppo di migranti adolescenti e adulti - frequentanti il Centro Territoriale Permanente di Modena - di prendere parte a una serie di incontri finalizzati all'adozione simbolica di reperti archeologici provenienti dalla collezione del museo che "mappano" la storia della città e del territorio.

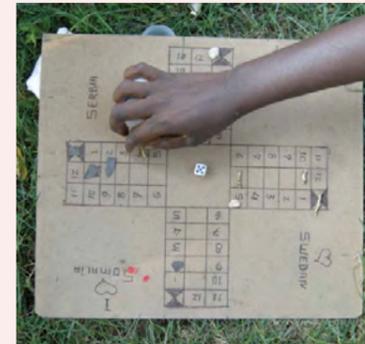
Attraverso visite, momenti di scambio e confronto, attività in classe, elaborazione dei contenuti e contatto diretto con il pezzo, gli studenti - facilitati dalla presenza dei loro insegnanti e degli operatori del museo - si sono avvicinati alla scelta di un reperto da "adottare", diventandone una sorta di "tutori" responsabili della diffusione della sua conoscenza. A fine progetto è stata redatta un'agenda, con i ritratti degli studenti con il pezzo da loro selezionato, accompagnati da una breve descrizione del reperto e da alcune note che gli studenti stessi hanno riportato a motivazione della loro scelta (ossia ciò che il reperto evocava a livello di ricordi, di rimandi alla loro attuale condizione, di speranze o anche solo di sensazioni legate al gusto o alla sensibilità personale).

#### Fonti:

- Bodo, S., Gibbs, K., Sani, M. (2009). "MAP for ID. I musei come luoghi di dialogo interculturale: esperienze dall'Europa".
- Pereira, M., Salvi, A., Sani, M., Villa, L. (2010). "MAP for ID. Esperienze, Sviluppi e Riflessioni". Bologna: Ed. Compositori

## THE BORDER IS CLOSED

-  **Anno**  
2015
-  **Luogo**  
Museum of African Art, Belgrado
-  **Natura dell'istituzione**  
Museo di arte
-  **Orientamento**  
Coscienza delle proprie radici



### Il progetto

*The Border is Closed* è un progetto nato da una collaborazione tra il Museum of African Art e la ONG "Group 484" con il supporto di alcuni artisti di Belgrado.

Lavorando con alcuni gruppi di migranti ospitati nei centri di protezione per richiedenti asilo in Serbia gli artisti hanno creato delle opere d'arte a tecnica mista - "mappe dei migranti" - che richiamano concettualmente le esperienze raccolte.

Con questi pezzi è stata quindi allestita una mostra, con lo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica sul fenomeno sociale della migrazione nel Paese. Ad affiancare le opere d'arte sono state inoltre rese disponibili delle registrazioni audio autentiche, composte da storie, dichiarazioni e testimonianze di richiedenti asilo.

Parte integrante del progetto è stata anche la creazione di un gioco da tavolo creato dai richiedenti asilo in uno dei centri di protezione coinvolti (Centro per richiedenti asilo di Bogovada).

#### Fonte:

The Museum of African Art (2015). Catalogo della mostra "The border is closed". Belgrado.

## DAHEIM: GLANCES INTO FUGITIVE LIVES

-  **Anno**  
2016 - 2017
-  **Luogo**  
Museum Europäischer Kulturen, Berlino
-  **Natura dell'istituzione**  
Museo etnologico
-  **Orientamento**  
Culture in mostra



### Il progetto

Sin dalla sua nascita, nel 1999, il museo si è dedicato alle modalità di interazione e alle conseguenze degli incontri culturali in Europa e con l'Europa. L'obiettivo è quello di richiamare l'attenzione sulle differenze e sui punti in comune nella società, per promuovere il rispetto verso le persone di culture diverse. All'interno di molte iniziative promosse dal museo i protagonisti non solo parlano in prima persona, ma (co)decidono anche i contenuti delle mostre stesse.

Tra le iniziative, è presente anche il progetto *DaHEIM: glances into fugitive lives*, che nasce da un'iniziativa di artisti, creativi e richiedenti asilo, che nelle sale espositive del Museum Europäischer Kulturen hanno scelto di documentare con mezzi artistici le esperienze, i desideri, le prospettive e gli stili di vita dei rifugiati. La mostra si concretizza come un processo di tipo laboratoriale, durante il quale i visitatori hanno potuto confrontarsi e discutere con i protagonisti di queste storie all'interno degli spazi del museo.

Fonte:  
Tietmeyer, E. (a cura di) (2016). "Glances into fugitives". Berlino: Museum Europäischer Kulturen - Staatliche Museen zu Berlin.

## MULTAKA

-  **Anno**  
2016 - in corso
-  **Luogo**  
Musei di Berlino
-  **Natura dell'istituzione**  
Musei di arte e archeologia internazionale
-  **Orientamento**  
Integrazione



### Il progetto

Il progetto "Multaka: Museum as Meeting Point - Refugees as Guides in Berlin Museums" nasce da una collaborazione tra il Museo di Arte Islamica ed altri tre musei berlinesi (Vorderasiatisches Museum, Skulpturensammlung und Museum für Byzantinische Kunst e il Deutsches Historisches Museum). L'iniziativa ha previsto che alcuni rifugiati siriani e iracheni venissero formati come guide museali in modo da poter fornire visite guidate ai musei per i rifugiati di lingua araba nella loro lingua madre. I rifugiati sono stati invitati inoltre a dare un senso e a riflettere sulle collezioni nel contesto della loro storia personale

"Multaka" (in arabo "punto d'incontro") mira anche a facilitare l'interscambio di esperienze culturali e storiche diverse. Le visite guidate, tuttora attive, prevedono l'attivazione di riflessioni su oggetti storici rilevanti per i dibattiti contemporanei, al fine di stabilire una connessione tra il passato e il presente. Nel percorso, le guide coinvolgono i visitatori nel processo di osservazione e interpretazione degli oggetti. In questo modo, attraverso il dialogo reciproco e la considerazione della propria storia, i visitatori diventano parte attiva.

Rivolgendosi ai visitatori con un linguaggio chiaro e semplice, rivolto a tutte le fasce d'età, e utilizzando una comunicazione *peer-to-peer*, il progetto "Multaka - Museo come punto d'incontro" cerca di facilitare l'accesso dei rifugiati ai musei e di aiutarli a trovare punti di connessione sociale e culturale, oltre ad aumentare la loro partecipazione alla sfera pubblica.

Fonti:  
- Sito web ufficiale del progetto "Multaka".  
- Saase, S. (2018). "Multaka - Refugees as Guides in Berlin Museums". In "Culture of Peace". UNESCO Club Berlin

## IL MIO MUSEO EGIZIO

 Anno  
2016 - 2017

 Luogo  
Museo Egizio di Torino

 Natura dell'istituzione  
Museo archeologico

 Orientamento  
Integrazione



### Il progetto

Attraverso questa iniziativa, il Museo Egizio di Torino ha voluto promuovere l'integrazione delle donne immigrate dal Nord Africa - e in particolare provenienti dall'Egitto - nella vita e nella società cittadine.

Nel corso del biennio 2016-2017, nello specifico, undici donne hanno preso parte a un corso di formazione di dieci lezioni nelle sale museali per approfondire temi legati alla vita quotidiana nell'antico Egitto e per acquisire le conoscenze di base per condurre brevi visite guidate tematiche.

Le donne formate ora guidano gruppi all'interno del Museo in occasione di particolari eventi in qualità di socie ACME (Amici Collaboratori del Museo Egizio).

Questa iniziativa tra le sue origini da un progetto promosso nel 2015 dallo stesso museo: *Torino la mia città*, svolta in collaborazione con la Onlus MIC - Mondì in Città. Un gruppo di circa 130 donne provenienti dal Nord Africa e dal Medio Oriente ha partecipato a speciali visite con i curatori del Museo, supportati dalla presenza di mediatori culturali.

Alcune di queste donne hanno poi implementato le nozioni acquisite tramite il corso di formazione *Il mio Museo Egizio* con lo scopo, appunto, di poter condurre esse stesse brevi visite guidate.

Fonte:  
Sito web del Museo Egizio di Torino, sezione "progetti speciali di inclusione sociale".

## MIRAMAR, L'EGITTO SULLO SCHERMO

 Anno  
2017

 Luogo  
Museo Egizio di Torino

 Natura dell'istituzione  
Museo archeologico

 Orientamento  
Culture in mostra



### Il progetto

La rassegna culturale *Miramar, l'Egitto sullo schermo*, nata in collaborazione con l'Associazione Amici Collaboratori del Museo Egizio, ha voluto aprire una finestra sull'Egitto moderno per mezzo della narrazione cinematografica di questo Paese, tra le più importanti e longeve del mondo arabo.

Attraverso pellicole appartenenti a generi diversi, si sono scoperte diverse sfaccettature della realtà egiziana che facilitano la lettura della società anche in vari momenti della storia recente.

A seguito di ogni proiezione sono state approfondite alcune tematiche presenti nei film, mediante riferimenti letterari o cinematografici capaci di rendere ogni evento a suo modo speciale.

L'audio adottato è stato quello originale in arabo egiziano, con sottotitoli in italiano.

Fonte:  
Sito web del Museo Egizio di Torino, sezione "progetti speciali di inclusione sociale".

## COME SI DICE?

-  **Anno**  
2019 - in corso
-  **Luogo**  
Museo Popoli e Culture, Milano
-  **Natura dell'istituzione**  
Museo etnografico
-  **Orientamento**  
Integrazione



### Il progetto

Il Museo Popoli e Culture è collocato nelle vicinanze di un quartiere variegato dal punto di vista culturale. Proprio da questo stimolo di partenza è stato avviato il progetto *Come si dice?*.

La finalità principale è quella di rendere accessibile la collezione del museo dal punto di vista linguistico: si tratta infatti di un laboratorio rivolto a studenti di italiano L2 provenienti da diversi contesti formativi, con una particolare attenzione ai migranti (sia adulti che bambini) che necessitano di acquisire le conoscenze di base della lingua italiana.

Il percorso si sviluppa intorno al tema della festa e si concentra su alcuni oggetti selezionati che ne amplificano il significato.

Con il supporto di glossari e kit di materiali appositamente progettati gli studenti possono consolidare le competenze e le conoscenze linguistiche acquisite in aula e svilupparne di nuove grazie all'interazione e la stimolazione diretta con il contesto culturale del museo.

#### Fonti:

- sito web del Museo dei Popoli e delle Culture, sezione "servizi educativi"
- sito web "Patrimonio e Intercultura", promosso dalla Fondazione ISMU (Iniziative e Studi sulla Multietnicità)

## FABBRICHE DI STORIE

-  **Anno**  
2019 - 2020
-  **Luogo**  
Gallerie degli Uffizi, Firenze
-  **Natura dell'istituzione**  
Museo d'arte
-  **Orientamento**  
Culture in mostra, integrazione



### Il progetto

*Fabbriche di storie* è un progetto di valorizzazione in chiave narrativa delle collezioni del museo che ha coinvolto alcuni operatori museali e di cittadini fiorentini di origine straniera nella creazione di nuovi percorsi di visita. Dodici capolavori presenti nelle gallerie degli Uffizi sono stati infatti raccontati in un audio-percorso che si è proposto di narrare al pubblico una visione inedita delle opere, e del museo stesso come inesauribile "cantiere" di storie.

I narratori di *Fabbriche di Storie* hanno intrecciato alla storia delle opere raccontate che toccano temi universali - quali dalla famiglia all'amicizia, dalla preghiera al viaggio - attraverso una chiave di lettura personale e critica.

I file audio, in italiano e nella lingua madre di alcuni narratori come arabo, farsi, mandarino, francese e spagnolo, sono tuttora reperibili online sul sito degli Uffizi e su Spotify.

#### Fonti:

- Sito web delle Gallerie degli Uffizi, sezione "visite speciali".
- sito web "Patrimonio e Intercultura", promosso dalla Fondazione ISMU (Iniziative e Studi sulla Multietnicità)

## MUSEI DELLE CULTURE E DELLE MIGRAZIONI



### Orientamento

Culture in mostra, coscienza delle proprie radici

<sup>63</sup> Per ulteriori approfondimenti si rimanda alle pubblicazioni prodotte all'interno del Mela Project (<https://www.mela-project.polimi.it/>), progetto europeo coordinato dal Politecnico di Milano avente come tema i musei delle migrazioni. La collana di pubblicazioni relativa alla ricerca è disponibile sul sito in *free download open access*.

<sup>64</sup> Molte riflessioni si sono poste e si stanno attualmente evolvendo sul concetto di *decolonizzazione del patrimonio*. Se da una parte le argomentazioni portate alla luce sono valide e in gran parte condivisibili, è tuttavia innegabile che il discorso si trova ancora in fase embrionale. La restituzione dei beni, il riconoscimento dei meriti artistico-tecnologici, la perdita culturale legata alla decontestualizzazione delle opere si affiancano ai benefici in termini di diffusione e conoscenza di riti e tradizioni *altre*, nonché al notevole valore economico e culturale apportato dalle istituzioni che preservano e diffondono questi beni (lungi dall'essere depenalizzante rispetto alle modalità di reperimento di molti degli stessi). Si tratta dunque di un argomento particolarmente sfaccettato che merita un suo spazio e un suo approfondimento sociale e antropologico, di cui questa tesi non è sede. Ciò che può essere al momento collettivamente costruito è tuttavia un nuovo atteggiamento - in cui si inserisce la riflessione apportata in questo paragrafo - che invita a guardare al patrimonio non nei termini di "dispositivo di meraviglia" ma come bene collettivo e sociale da cui effettivamente trarre beneficio per la costruzione di un nuovo concetto di cittadinanza.

Tra le diverse iniziative atte a sensibilizzare i cittadini sull'importanza della conoscenza, del confronto e dell'inclusione delle persone con background migratorio è possibile identificare anche la nascita dei musei delle culture e dei musei delle migrazioni<sup>63</sup>.

I **musei delle culture** si propongono di essere dei poli in costante dialogo con le comunità internazionali del territorio, capaci di intercettare la pluralità delle culture della città e di restituirne la complessità a partire da una rilettura delle collezioni (etnografiche, storiche, artistiche...) possedute dal museo stesso. L'obiettivo è quindi quello di costruire dei luoghi di dialogo interculturale attorno ai temi della contemporaneità attraverso le arti visive, performative e sonore, il design e il costume.

In Europa alcuni esempi sono il MUDEC di Milano (Italia), il MUSEC di Lugano (Svizzera) e il Museum der Kulturen di Basilea (Svizzera).

E attraverso questa chiave di lettura molti dei musei etnografici europei (spesso caratterizzati dal possedere reperti di natura coloniale) tentano gradualmente di ridefinirsi come vere e proprie piattaforme realmente accessibili da un punto di vista culturale, anche a comunità finora escluse dalle narrazioni egemoni, affermandosi come "spazi di rappresentazioni inclusive e multivocali"<sup>64</sup> (Guermandi, 2021).

I **musei delle migrazioni** - tra cui è interessante citare, per rilevanza territoriale e progettuale, il MIM (Musei interattivo delle migrazioni) di Belluno, il Mu.MA (Istituzione Musei del Mare e delle Migrazioni) di Genova, il "Museo della fiducia e del dialogo per il Mediterraneo" di Lampedusa e il Migration Museum di Londra - si propongono invece di narrare il tema degli "spostamenti umani" andando oltre l'estetica del puro dramma, ma cercando di offrirne una rilettura in ottica empatica, multifaccettata (ponendo l'accento sia sulle fragilità e le vulnerabilità, ma anche sulla forza e il coraggio di determinate scelte) e arricchente per il territorio stesso (in chiave economica, sociale e culturale).

## 4.5.2 Riflessioni conclusive

Le iniziative mappate - che, come anticipato, rappresentano una selezione di esperienze significative ma non per questo necessariamente esaustive - mostrano un panorama in cui le istituzioni culturali si mostrano sempre più attive e attente nell'indagare e costruire il rapporto tra le identità multiple che coabitano un territorio e il patrimonio culturale dello stesso.

La memoria di queste iniziative di valore è tuttavia spesso demandata a report tecnici o "per addetti ai lavori". Fortunatamente si stanno sviluppando alcune interessanti piattaforme digitali di diffusione di queste *good practices* e di casi studio, tra le quali vogliono essere ricordate: *Migration: Cities*; *SWICH - sharing a world of inclusion, creativity and heritage*; *UNESCO's e-platform on Intercultural Dialogue*; *Patrimonio e Intercultura*, promosso da Fondazione ISMU.

In generale, a parte i contesti culturali costruiti appositamente su tali tematiche (quindi i musei delle culture e delle migrazioni), queste sperimentazioni vengono spesso collegate a mostre temporanee o a eventi sporadici: il discorso potrebbe invece estendersi anche alle collezioni permanenti, con *focus* mirati che consentano di dar vita a un lavoro sul lungo termine. Per raggiungere tale obiettivo però non sono più sufficienti le competenze usualmente messe a disposizione dai musei: in questo panorama il design diventa una chiave fondamentale e fondante per concretizzare tali esperienze attraverso la progettazione di attrezzature aggiuntive, sistemi comunicativi *ad hoc*, nuove modalità di coinvolgimento sul lungo periodo, adozione di strumenti digitali e altro.

Altro nodo cruciale sarebbe quello di riuscire ad ampliare il bacino di istituzioni atte a sperimentare tali progettualità, includendo anche musei e realtà culturali legate alle scienze e alla tecnologia: a tal proposito si riporta il progetto "Scienza Migrante", nato con l'obiettivo di condividere e valorizzare il patrimonio culturale e scientifico degli immigrati sul territorio italiano.

## References

- Ambrosini M. (2005). *Sociologia delle migrazioni*. Bologna: Il Mulino.
- Arengi, A., Treccani, G. P. (2016). *Different design approaches to accessibility to cultural heritage: a decalogue*. In Arengi, A., Garofolo, I., Sørmoen, O. (a cura di). *Accessibility as a Key Enabling Knowledge for Enhancement of Cultural Heritage*, pp.105-114. Milano: Franco Angeli.
- Besozzi, E., Bodo, S., Cantù, S., Mascheroni, S. (2007). *Il percorso formativo*. In Bodo, S., Cantù, S., Mascheroni, S. (a cura di). *Quaderni ISMU. Progettare insieme per un patrimonio interculturale*. Bollate: Signum.
- Bodo, S., Gibbs, K., Sani, M. (2009). *MAP for ID. I musei come luoghi di dialogo interculturale: esperienze dall'Europa*.
- Bodo, S. (2009). *Per una educazione al patrimonio in chiave interculturale*. In *Insula fulcheria*, vol A, n. 39, pp. 160-169. Crema: Museo Civico di Crema e del Cremasco.
- Bodo, S. (2009). *Sviluppare "spazi terzi": una nuova sfida per la promozione del dialogo interculturale nei musei*. In Pecci, A. M. (a cura di). *Patrimoni in migrazione. Accessibilità, partecipazione, mediazione nei musei*. Milano: FrancoAngeli.
- Campagna, D. (2013). *Partecipazione culturale e dialogo interculturale: verso una cultura universale dei diritti umani*. Università di Padova.
- Cepi, G. (2005). *Una via latina al Design dell'esperienza*. In *Micro & Macro Marketing, Rivista quadrimestrale* 2/2005, pp. 223-232. Bologna: Il Mulino.
- Cetorelli, G., Guido, M. R. (a cura di) (2017). *Il Patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*. Roma: Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.
- Chayder, L. A., Bodin, E., Jørgensen, L. R. (a cura di) (2016). *Travelling with art. A learning project for refugee children*. Danimarca: Louisiana Museum of Modern Art.
- Cimoli, A. C., Facchetti, F., Fassone, A., Greco, C., Matossi, P. (a cura di) (2022). *Musei e migranti. Gli strumenti per l'incontro. Atti del workshop internazionale di Torino 4 giugno 2018, 26 novembre 2018, 18 febbraio 2019*. Modena: Panini Editore.
- Colombo, M. (2007). *Guida ai progetti di educazione interculturale. Come costruire buone pratiche*. Milano: Fondazione Ismu.
- Colombo, E., Domaneschi, L., Marchetti, C. (2009). *Una nuova generazione di italiani. L'idea di cittadinanza tra i giovani figli di immigrati*. Milano: FrancoAngeli.
- Deffner, A., Psatha, E., Bogiantzidis, N., Mantas, N., Vlachaki, E., Ntaflouka, P. (2015). *Accessibility to Culture and Heritage: Designing for All*. In *Proceedings of the AESOP 2015, "Definite space-Fuzzy responsibility"*. Praga: Czech Technical University, Faculty of Architecture.
- Gavallotti, B., Pistoi, S. (2007). *La comunicazione istituzionale della scienza: come evitare la deriva autoreferenziale (oppure la sindrome di rain man?)*. In *Analysis*, 4, pp. 20-23.
- Greco, G. M. (2017). *L'accessibilità culturale come strumento per i diritti umani di tutti*. In Cetorelli, G., Guido, M. R. (a cura di). *Il Patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*. Roma: Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.
- Guermendi, M. P. (2021). *Decolonizzare il patrimonio: l'Europa, l'Italia e un passato che non passa*. Roma: Castelvecchi Editore.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., Minkov, M., (2010). *Culture and organization: software of the mind*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Istat. (2020). *Identità e percorsi di integrazione delle seconde generazioni in Italia*. Roma: Istituto nazionale di statistica.
- Lupo, E. (2021). *Design and innovation for the Cultural Heritage. Phygital connections for a Heritage of proximity*. In *AGATHÓN | International Journal of Architecture, Art and Design*, 10(online), pp. 186-199.
- Mangiapane, G., Pecci, A. M. (2011). *Lingua contro Lingua. Una mostra collaborativa*. In *Museologia scientifica memorie*, n. 8, pp. 104-106.
- Meyer, E. (2014). *La mappa delle culture*. Macerata: ROI edizioni.
- Mezzadri, M. G. (2010). *Alla luce della luna*. In *Rivista "IBC" XVIII*, n. 1.
- Miglietta, A. M. (2020). *Accessibilità culturale nei musei. Barriere e strategie di miglioramento*. In Capasso, L., Monza, F., Di Fabrizio, A., Falchetti, E. (a cura di). *Museologia scientifica memorie*, n. 21/2020, pp. 112-116.
- NEMO. (2016). *Museums, migration and cultural diversity: Recommendations for museum work*. Berlino: NEMO.
- Oxfam. (2017). *La lotteria dell'accoglienza in Italia. Il sistema dell'emergenza permanente*. Oxfam briefing paper.
- Pennasso, V. (2017). *Accessibilità, interculturalità e dialogo religioso. Itinerari turistico-religiosi interculturali ed accessibili (ITRIA)*. In Cetorelli, G., Guido, M. R. (a cura di). *Il Patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*. Roma: Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.
- Pereira, M., Salvi, A., Sani, M., Villa, L. (2010). *MAP for ID. Esperienze, Sviluppi e Riflessioni*. Bologna: Editrice Compositori.
- Radice, S. (2014). *Designing for participation within cultural heritage. Participatory practices and audience engagement in heritage experience processes*. Supervisor Prof. Raffaella Trocchianesi, (Dipartimento di Design Politecnico di Milano), corelatore Prof. Matthew Battles (metaLAB at Harvard). Milano: Politecnico di Milano.
- Saase, S. (2018). *Multaka – Refugees as Guides in Berlin Museums*. In *Culture of Peace*. Berlino: UNESCO Club Berlin.
- Sandell, R. (1998). *Museums as Agents of Social Inclusion*. In *Museum Management and Curatorship*, 17:4, pp. 401-418.
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0.
- Sorgoni, B. (2022). *Approdi*. In Cimoli, A. C., Facchetti, F., Fassone, A., Greco, C., Matossi, P. (a cura di). *Musei e migranti. Gli strumenti per l'incontro. Atti del workshop internazionale di Torino 4 giugno 2018, 26 novembre 2018, 18 febbraio 2019*, pp. 31-36. Modena: Panini Editore.
- Tarchi, D., Sermi, F., Kalantaryan, S., McMahon, S., Kaslama, P., Alvarez, M., Belmonte, M. (2021). *Atlas of Migration – 2021*. Lussemburgo: Publications Office of the European Union.
- The Museum of African Art (2015). *Catalogo della mostra "The border is closed"*. Belgrado.
- Tietmeyer, E. (a cura di) (2016). *Glances into fugitives*. Berlino: Museum Europäischer Kulturen – Staatliche Museen zu Berlin.
- Trocchianesi, R. (2008). *Strutture narrative e metalinguaggi design-oriented per la fruizione del patrimonio culturale*. In *Tafter Journal* n.10.
- UNESCO (2009). *Investing in Cultural Diversity and Intercultural Dialogue*. Parigi: UNESCO Publishing.
- United Nations High Commissioner for Refugees. (2022). *Global trends. Forced displacement in 2021*. Copenhagen: UNHCR Statistics and Demographics Section.
- Wong, Chee. (2013). *Intangible cultural heritage of dance as medium for intercultural dialogue: culture assimilator reinterpreted*. Doctoral dissertation in Heritage Studies. Faculty of Mechanical, Electrical and Industrial Engineering at the Brandenburg University of Technology Cottbus-Senftenberg.

# Sezione 2

## Design per l'intercultura

Le considerazioni finora sviluppate portano naturalmente a riprendere il focus sulle domande di ricerca e a provare a dar loro una risposta progettuale. Nei prossimi tre capitoli ci si porrà quindi l'obiettivo di andare a definire delle riflessioni "conclusive" ai seguenti interrogativi di partenza, riformulandone però la strutturazione e dando maggiore forza alla componente speculativa del tema in questione, data la limitata letteratura in merito.

1. È possibile "delineare" un nuovo campo di ricerca, che può essere definito come *design per l'intercultura*, derivante da **una giustapposizione teoretica, metodologica e attuativa** tra design per i beni culturali e design sociale? Con quali limiti e potenzialità? (Capitolo 5)
2. Quali sono i principali strumenti e strategie (prodotti, servizi o sistemi di comunicazione integrati) che la disciplina del design può elaborare per facilitare il reciproco scambio tra il background culturale di un determinato territorio e la sua crescente società multiculturale? Possono essere definite delle linee guida *design-oriented* da implementare all'interno delle istituzioni culturali per stimolare lo scambio culturale e l'accessibilità? (Capitolo 6)
3. È possibile strutturare un approccio metodologico che supporti i progettisti nello sviluppo di progetti interculturali? (Capitolo 7)

# 5

## Design e intercultura

### 5.1 Definire il rapporto tra design e intercultura

*“Nel farsi interprete della complessità e delle sfide della contemporaneità, il design si carica di componenti etiche e deve elaborare sempre nuovi strumenti che permettano di utilizzarne la forza che gli deriva proprio dalla sua flessibilità e capacità di accogliere contaminazioni.”*

Debora Giorgi, *Design starting from cultural heritage*, 2017

Il rapporto tra design e società multiculturale può essere analizzato tramite diverse chiavi interpretative, che attraversano trasversalmente differenti ambiti di progetto: *product design, design for social innovation, graphic design, interior design, web design, systemic design, antropodesign, design for food, design for cultural heritage...*

Il punto chiave è quello che la disciplina del design, coerentemente con la sua sfera di azione, ha sempre messo le persone al centro delle sue azioni (Lupo et al., 2018), concentrando la propria analisi sull'osservazione delle esigenze, della cultura, delle abitudini e degli stili di vita che caratterizzano il contesto di intervento e andando ad “attivare processi sociali per negoziare soluzioni, significati, tecnologie, materiali e forme” (Lupo et al., 2018, pag. 67).

In continuità con lo scopo di questa ricerca, quindi, primo nodo cruciale è quello di andare a definire il campo di azione del design per l'accessibilità culturale delineando il tipo di rapporto che vuole essere strutturato tra i vari soggetti in questione (nella triade *design - patrimonio - società multiculturale*).

La parola chiave è proprio “definire”: come è già stato anticipato a livello internazionale si assiste a una mancanza di una terminologia settoriale condivisa che permetta di esplicitare chiaramente la sfera di intervento nonché gli strumenti e le metodologie di progettazione adottabili.

E probabilmente i due principali errori (o comunque “limiti progettuali”) sono stati da una parte quello di voler individuare un vero e proprio settore di progettazione (*intercultural design*<sup>65</sup>, *cross-cultural design*<sup>66</sup>), dall'altra il tentativo di costruire un campo di indagine trasversale che si rivolgesse a specifici target di intervento piuttosto che su una lettura di “intenzioni progettuali allargate” - *design for migration* (Gasparotto & Ziliani, 2019; Moretti, 2019), design per i paesi del Sud del mondo (Lotti, 2009; Brignoni, 2014), design per il Mediterraneo (Balsamo, 2004).

Questo non compromette certamente la validità delle speculazioni e delle sperimentazioni progettuali sviluppate, ma ne motiva in gran parte il perché della discontinuità applicativa ed esplorativa.

Anzitutto il problema primario risiede nel delineare il termine più idoneo da utilizzare. La volontà di adottare e, soprattutto, di ritenere coerente un approccio di tipo *interculturale* è fondata sulla sua componente dialogica e pluralista (Nicola, 2004). Si differenzia infatti dal termine *multiculturale* - che in termini operativi si declina nel concetto di *multiculturalismo* - entrato nell'uso comune verso la fine degli anni Ottanta ad indicare una società dove più culture, anche molto differenti, “sono co-presenti, ma relativamente separate in modi diversi e per diverse ragioni” (Demorgon 1998, p. 29). Il multiculturalismo si costituisce quindi come approccio progettuale volto all'individuazione di modalità di interazione basate non necessariamente sulle somiglianze ma piuttosto sul rispetto delle differenze (Kottak, 2012).

Similmente, il termine *cross-culturale* si riferisce al “processo di comunicazione di natura comparativa” (Ting-Toomey, 1999). Questo approccio, più indagato anche da un punto di vista metodologico, sottolinea le differenze tra le culture adattando le scelte progettuali a queste diverse caratteristiche.

Il termine *interculturale*, invece, si riferisce al “processo di comunicazione interattivo tra membri di comunità culturali diverse” (Ting-Toomey, 1999). Si concentra

maggiormente sullo scambio reciproco di idee e norme culturali. È una prospettiva attiva e di trasformazione sociale che indaga i punti di interazione tra le diverse culture e crea una nuova narrazione progettuale intorno ad essi.

A questo punto la domanda che sorge spontanea può essere: cosa si intende per *cultura*? Quali sono i margini che separano i diversi gruppi etnici entro i quali un progettista matura la consapevolezza di dover creare una mediazione tra differenti *background* culturali?

La ricerca sugli aspetti culturali è stata, ed è, tradizionalmente appannaggio dell'antropologia e della sociologia, motivo per cui le riflessioni che verranno sviluppate si limiteranno ad un'analisi di base, in modo da guidare però con coerenza le osservazioni che troveranno spazio nei capitoli successivi.

Seppur riconoscendone la difficoltà nel delinearne i confini semantici, Fabietti definisce la cultura come

“un complesso di idee, di simboli, di comportamenti e di disposizioni storicamente tramandati, acquisiti, selezionati e largamente condivisi da un certo numero di individui, con cui questi ultimi si accostano al mondo, in senso sia pratico sia intellettuale”

Ugo Fabietti, 2019, pag. 18

Aspetto di grande interesse presente in questa definizione è il concetto di “selettività”: se la cultura si presenta come un complesso di credenze e comportamenti appresi, condivisi (Miller, 2014) ma anche *selezionati*, ciò vuol dire che da una parte le generazioni successive “ereditano” dei modelli culturali da quelle precedenti, ma al contempo ne producono e acquisiscono di nuovi, in base alla propria esperienza e all'influenza di modelli provenienti dai rapporti costruiti con culture esterne (Fabietti, 2019). Ciò porta quindi a delineare ogni cultura come entità dinamiche: dei complessi di idee e comportamenti che cambiano nel tempo. Questo aspetto adattativo si dimostra con grande forza soprattutto al giorno d'oggi, in un'epoca di grandi spostamenti di popolazioni e di contatti umani fisici e digitali sempre più diffusi.

Le osservazioni sviluppate portano di conseguenza a tentare di rispondere alla seconda domanda: quali sono quindi i confini di una cultura?

Anche nel rispondere a questa domanda vengono prese in prestito le parole di Fabietti, il quale osserva che le culture non presentano dei confini netti e facilmente identificabili con sicurezza, bensì sono costituite da dei

<sup>65</sup> A livello nazionale possono essere menzionate le riflessioni sviluppate da Giuseppe Lotti (Università degli Studi di Firenze) sull'*intercultural design* confluite in una serie di pubblicazioni tra cui “Progettare con l'altro. Necessità, opportunità” (2012), “Design interculturale. Progetti dal mare di mezzo” (2015), “Una bellezza critica (nelle) teorie, poetiche e pratiche del design italiano” (2022). Spostando l'osservazione su scala internazionale, di rilievo sono le riflessioni e le azioni sperimentali avviate da Susan Radkte (Ulm University of Applied Sciences) raccontate in “Intercultural Design Basics: Advancing Cultural and Social Awareness Through Design”.

<sup>66</sup> Questo campo di indagine risulta maggiormente investigato. Tuttavia le riflessioni finora sviluppate mostrano un chiaro sbilanciamento applicativo legato agli ambiti del *web design*, *UX design* e *communication* (ad esempio Lee et al., 1999; Marcus, 2001; Luna et al., 2002; Hertzum et al., 2007; Rau et al., 2010; Akpem, 2020; Choong et al., 2021).

nuclei forti (comportamenti, simboli, idee) e, man mano che si allontana da questi “cardini” centrali, le differenze culturali tendono sempre più a confondersi, ad essere più labili, fino a sbiadire quasi totalmente (Fabietti, 2019).

Questa chiave di lettura porta in qualche modo a “semplificare” la sfera di analisi e di progettazione del designer, il cui ruolo potrebbe essere quindi circoscritto all’identificazione delle variabili culturali e dei nuclei culturali forti, prendendoli come punto di partenza per lo sviluppo dell’azione progettuale e ponendosi in questo modo come figura **mediatrice** le cui competenze possono essere messe a disposizione come strumento per sistematizzare questa molteplicità, promuovendo un’innovazione rispettosa della diversità, del confronto e dell’interazione tra persone e culture.

Il designer è di per sè un “mediatore” di saperi e di conoscenze (Celaschi, 2008) - per natura multidisciplinare e transdisciplinare - in grado, collaborando con figure delle scienze sociali, di navigare nelle complessità culturali e di creare spazi di interazione progettuale tra la propria cultura e le culture straniere, lavorando sulla loro reciproca influenza in forma di acquisizione, fusione e sovrapposizione (Nemo, 2016).

Per concludere questa analisi quindi identifichiamo nel concetto di **design per la promozione del dialogo interculturale** (che può essere sinteticamente definito **design per l’interculturalità**) un vero e proprio *approccio metodologico integrativo* che attraversa trasversalmente differenti ambiti di progetto. Non si pone come un fine ma come un mezzo, in senso dialogico e processuale.

L’attenzione alla componente culturale (e interculturale) è sempre più imprescindibile alla diverse discipline di progetto e in questo percorso di ricerca l’interesse è maturato proprio nel rapporto con il design per la valorizzazione del patrimonio culturale: un settore di progettazione che coinvolge il designer in una “doppia veste, quella del progettista e del preservatore e interprete del paradigma culturale che deve rappresentare” (Vannoni, 2009, pag. 25) ponendosi come obiettivo primario quello di far apprendere concetti culturali complessi e implementare azioni di accessibilità culturale progettualmente evolute e consapevoli. Questo approccio si rivela quindi fondamentale nell’elaborazione di strategie e azioni in grado di incentivare l’accessibilità culturale, poichè fondato sulla progettazione di esperienze, oggetti, ambienti che facilitino l’incontro tra le persone e l’eredità culturale di un territorio, verso una società più inclusiva, basata proprio sulla conoscenza e coscienza dell’*altro*.

## 5.2 Le discipline coinvolte e le azioni del design

Nell’ambito della progettazione culturale il designer si confronta con strumenti e metodologie di intervento afferenti a discipline di varia natura (Fig.20), le cui competenze e pratiche consolidate nel tempo si confrontano nell’atto operativo attraverso in approccio di tipo interdisciplinare<sup>67</sup>.

<sup>67</sup> Un approccio culturale che abbraccia competenze di più discipline di studio integrandole al fine di identificare soluzioni nuove per problemi complessi (De Giorgi, 2020).

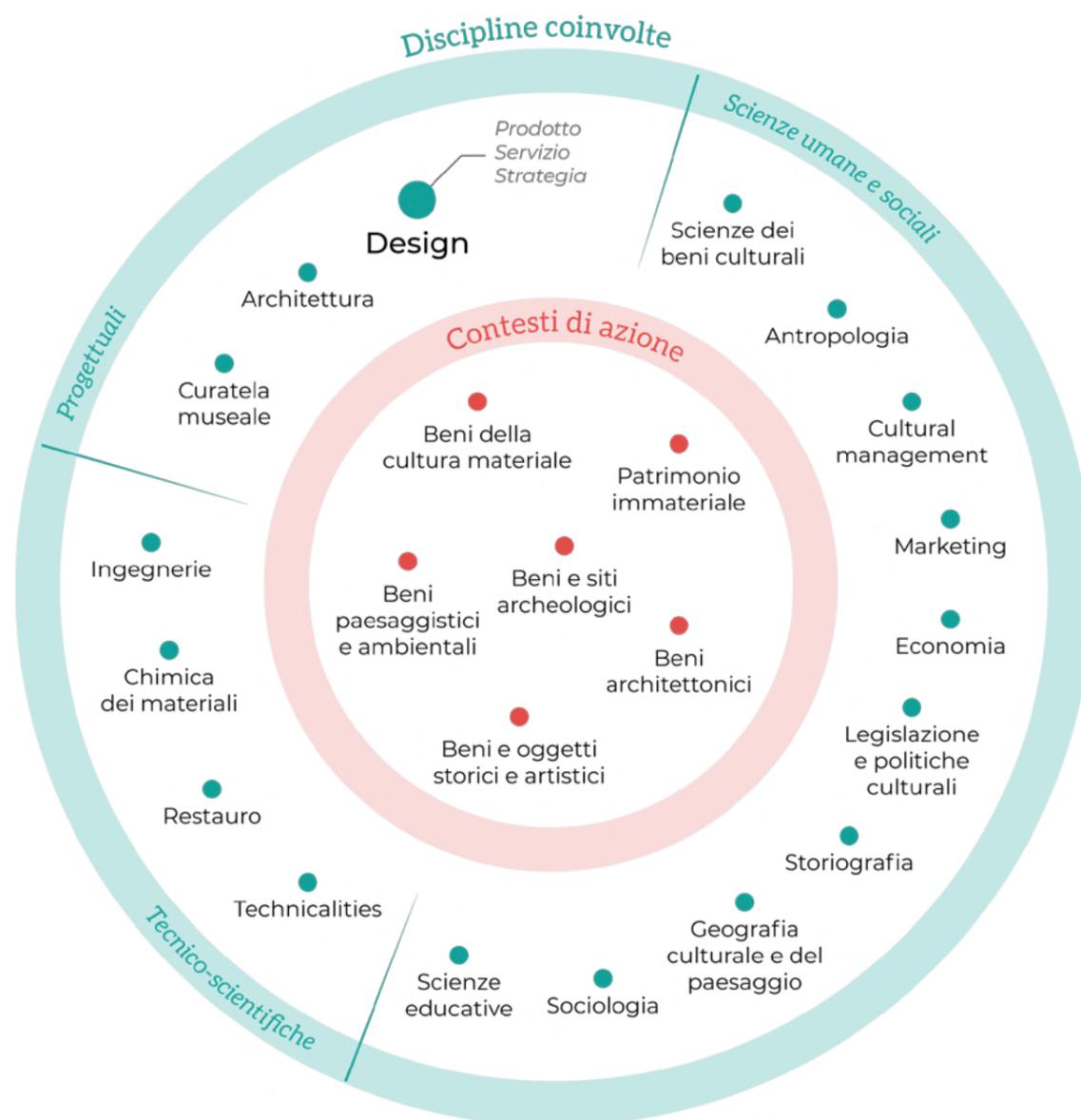


Fig.20 Le discipline coinvolte nel campo della progettazione culturale

L'ambito dei beni culturali è da tempo indagato da prospettive e approcci diversi da parte di scienze e saperi anche molto distanti che ne hanno affrontato lo studio in ottica mono o multidisciplinare. In questo panorama la sfera di azione del design si inserisce in un quadro disciplinare di tipo progettuale, al quale si affiancano competenze tecnico-scientifiche e *humanities* (scienze umane e sociali).

Il ruolo del designer (lungi dal doverne “giustificare” una presenza in questo processo di analisi, poichè il suo valore nelle dinamiche di incentivazione della fruizione del patrimonio è certamente consolidato, sebbene non sempre riconosciuto come nodale) è quello di facilitare la relazione tra persone - vecchi, nuovi e futuri cittadini - e beni culturali attraverso strategie operative innovative e sistemiche. E questo si lega anzitutto al fatto che un processo progettuale consapevole è in grado di formulare un'interpretazione creativa di un argomento o di un problema percepito<sup>68</sup>, andando a sviscerare, cogliere e tradurre i valori e le esperienze mappate in un determinato contesto di intervento in progetti tangibili, percettibili e cognitivamente evoluti.

Il design inoltre nel suo ruolo di disciplina “liquida” (prendendo in prestito una ben nota riflessione di Bauman) e multiverso (Manzini, 2004) può farsi consapevolmente carico della responsabilità di connettere scienze e saperi in senso dialogico e operativo: una vera e propria mediazione comunicativa tra diverse discipline.

Addentrando quindi la riflessione nell'ambito delle azioni progettuali mirate alla costruzione di un dialogo interculturale, è possibile identificare un'ampia **varietà di implementazioni** particolarmente interessanti per essere attuate in un processo di valorizzazione del patrimonio. Le azioni qui individuate (Fig.21) - certamente non esaustive data la complessità dell'ambito di ricerca - appartengono ai settori di progettazione di prodotto, servizio e strategia, anche in termini di sovrapposizione, - motivo per cui il design assume altresì il ruolo di strumento operativo multidimensionale (Dal Palù & al., 2018).

Un ulteriore sviluppo dell'analisi permette inoltre di andare a delineare dei **piani di intervento “trasversali”** ai diversi livelli di azione identificati. Essi riguardano, ad esempio, la creazione di spazi culturalmente proattivi: luoghi che non hanno una funzione progettualmente pre-definita, ma che rimangono aperti a diverse “pratiche di appropriazione” e a diverse fruizioni d'uso; lo sviluppo di strategie di comunicazione e di modalità espositive basate sul rafforzamento del

<sup>68</sup> Il *problem finding* può essere definito come la prima azione di tipo semiotico di un processo interpretativo di osservazione e ricognizione di una situazione di crisi (attuale o potenziale) cui segue una fase di *problem shaping*, ossia un inquadramento contestuale e una valutazione critica della problematica identificata (Zingale, 2020).

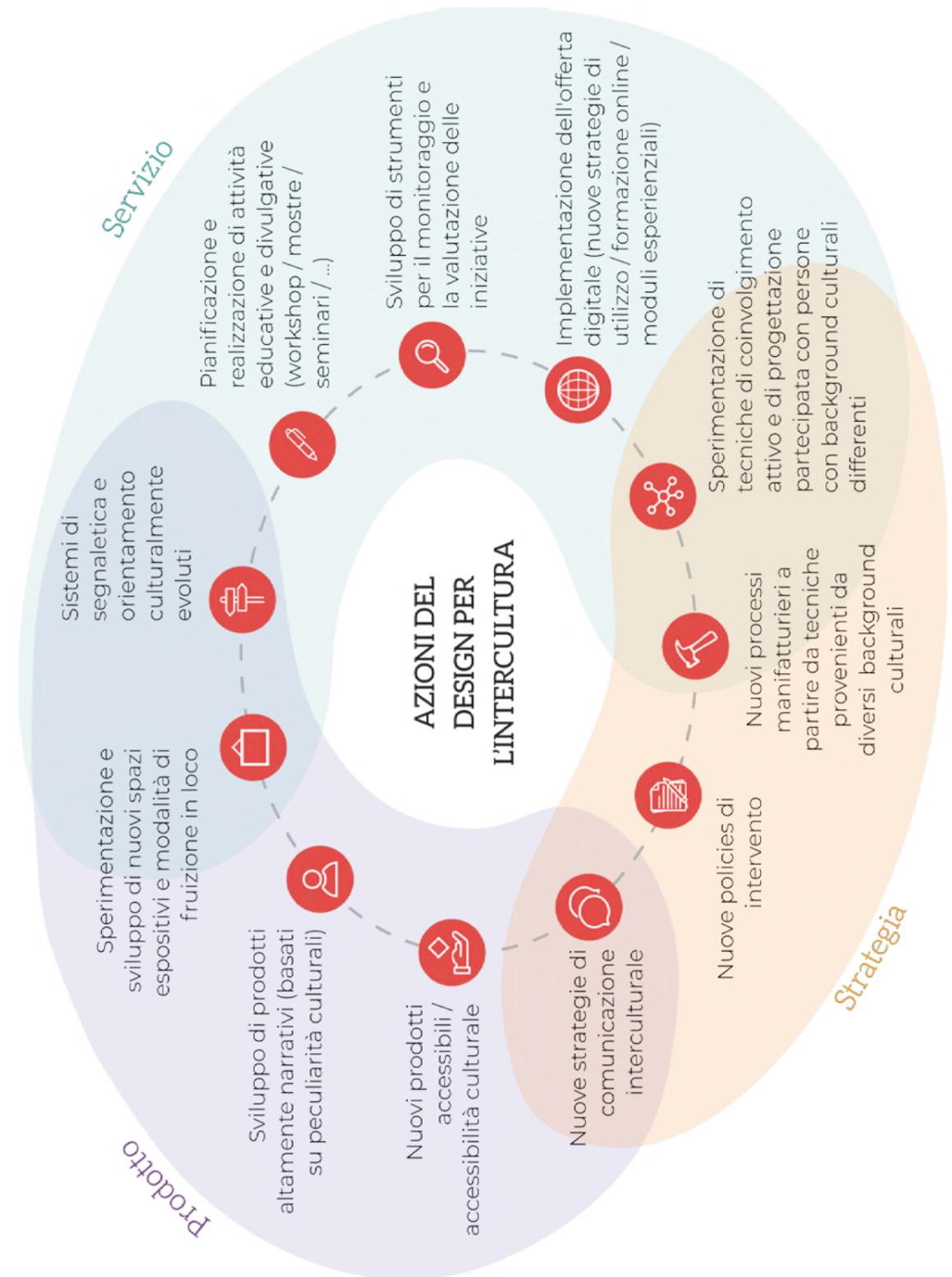


Fig.21 Alcune delle possibili azioni del design per favorire il dialogo interculturale

<sup>69</sup> E in questo senso sono interessanti alcune delle iniziative promosse dal Museo Egizio di Torino nel programma "Il Museo fuori dal Museo", che nasce dalla volontà di rendere accessibili i contenuti delle collezioni dell'Egizio anche a coloro che non possono visitare il Museo *in loco* (ad oggi le realtà coinvolte sono state ospedali, carceri, scuole, università, biblioteche).  
Fonte: sito web del Museo Egizio, sezione "Progetti speciali"

coinvolgimento dei visitatori e della loro interazione fisica ed emotiva con gli spazi museali; l'elaborazione di nuove strategie per ampliare e rafforzare le collezioni e i contenuti museali e per comunicare la pluralità di storie che i relativi oggetti rappresentano e incarnano; la "creazione guidata" di nuove percezioni del patrimonio, ad esempio portando "il museo fuori dal museo", cioè creando pratiche progettuali in grado di far uscire i beni culturali dai luoghi di pura conservazione, ove possibile, rendendolo così un vero e proprio bene condiviso<sup>69</sup>.

Attraverso un'attività di mappatura di alcune azioni progettuali virtuose (a diverse scale di intervento), si vuole quindi dettagliare un'analisi sulle attuali sperimentazioni avviate - nonché evidenziare nuovi possibili approcci - relative al design per la valorizzazione del patrimonio culturale in cui l'atto progettuale assume consciamente il ruolo di "traduttore" di valori e identità per le comunità nuove ed esistenti che coabitano un territorio.

### 5.3 Casi studio di design per l'interculturalità

Il confronto tra identità e patrimoni culturali diversificati è stato, ed è tuttora, un argomento di difficile interpretazione progettuale, poichè le ricadute sociali, politiche ed economiche sono particolarmente complesse da delineare se non attraverso una **collaborazione multidisciplinare efficace**. Spesso per questo motivo ad azioni potenzialmente interessanti ma non sistematicamente progettate (sia da un punto di vista strutturale che narrativo) si è guardato con diffidenza: caso emblematico è stata la campagna di promozione "Fortunato chi parla arabo" (Fig.22) promossa dal Museo Egizio di Torino nel 2015-2018, che prevedeva un ingresso gratuito ogni due visitatori in grado di leggere e parlare in arabo. Pur ponendosi un obiettivo particolarmente coerente con le strategie di accessibilità culturale avviate dal Museo stesso, l'iniziativa è stata oggetto di un intenso dibattito di natura politica e fortemente criticato (dimostrando, con grande chiarezza, anche i limiti e la pigrizia intellettuale di molti dei rappresentanti politici in tema società multiculturale). La mancanza infatti di una strategia comunicativa coerente e inclusiva - che portasse in luce chiaramente gli stereotipi culturali verso i quali questo evento poteva andare incontro (ad esempio *lingua araba = religione islamica*) e li affrontasse in chiave sistemica - ha sostanzialmente messo ancora



Fig.22 Locandina dell'iniziativa "Fortunato chi parla arabo" (2015-2018), promossa dal Museo Egizio di Torino

più in risalto delle fragilità strutturali sia strategiche che speculative legate all'affrontare un tema delicato quale, appunto, il dialogo interculturale - argomento che porta con sé certamente grandi punti di forza e potenzialità su un piano sociale ma che presenta anche molti elementi intrinseci di "rischio" collegati alla percezione e alla gestione del conflitto.

In questo paragrafo si vogliono quindi presentare, adottando un approccio di tipo fenomenologico (Muratowsky, 2016), una serie di casi studio di iniziative di accessibilità culturale al patrimonio rivolte a persone con background migratorio e caratterizzate da un approccio sistemico e consapevole in cui l'azione del design ricopra un ruolo evidente nei processi di strutturazione, sviluppo o disseminazione dell'evento.

#### 5.3.1 Metodologia di indagine

La ricerca e l'indagine delle esperienze mappate, come già sottolineato in uno dei capitoli precedenti (paragrafo 4.5.1), sono avvenute consultando letteratura, fonti documentaristiche (quali report, articoli, supporti audio-visivi) e di archivio rese disponibili da fondazioni, istituzioni museali, gruppi di ricerca universitari e associazioni culturali nazionali ed europee attive nel settore dell'accessibilità culturale al patrimonio.

Questo processo di ricerca si è articolato in tre fasi principali:

1. l'**identificazione delle esperienze**, selezionate tramite standard specifici e predefiniti, quali l'autorevolezza della fonte o dell'ente promotore; la coerenza tematica; la riconoscibilità della componente di design, privilegiando quindi i casi studio in cui le azioni progettuali fossero chiaramente identificabili;
2. un'analisi specifica della **strutturazione dell'iniziativa**, andando anche a circoscrivere chiaramente le azioni attivate, il contesto di intervento e gli output progettuali;
3. e infine una **sintesi comparativa** degli atteggiamenti più diffusi e degli strumenti adottati, con un'attenzione particolare sull'influenza multidisciplinare di questi ultimi.

Prima di entrare nel vivo delle singole schede di analisi, si vuole porre un ulteriore breve approfondimento relativo all'**identificazione delle fonti**.

La letteratura di riferimento si basa infatti, in gran parte, sulle reperibilità di materiali digitali (report, mappature, fotografie, rielaborazioni di dati) resi disponibili da alcune realtà specifiche<sup>70</sup>.

<sup>70</sup> Questo elenco non ha la pretesa di fornire una panoramica completa delle fonti dei materiali reperiti (e in seguito descritti), ma vuole offrire al lettore una visione d'insieme di alcune delle "banche dati" facilmente consultabili e autorevoli, poichè promosse da realtà culturali particolarmente attive sia in ambito teorico che sperimentale.

*In primis* il repertorio di sperimentazioni progettuali promosse dalla Fondazione ISMU<sup>71</sup> e confluite nella piattaforma on-line "Patrimonio e intercultura". Si tratta di una risorsa nata con lo scopo di mettere a disposizione scritti (prodotti internamente o da enti esterni) e strumenti, nonchè diffondere buone pratiche di partecipazione culturale dei "nuovi cittadini" attraverso un approccio il più possibile interdisciplinare - ad esempio coinvolgendo operatori museali, bibliotecari o archivisti, docenti e studenti, educatori, antropologi, mediatori, artisti e progettisti in dialogo con il patrimonio culturale tangibile e intangibile.

Altro repertorio particolarmente valido è quello messo a disposizione dall'associazione culturale portoghese **Acesso Cultura**, realtà che si occupa del tema dell'accesso alla cultura attraverso la promozione di iniziative rivolte a persone con difficoltà fisiche, cognitive e culturali. Tra le numerose iniziative da loro attivamente promosse di specifico interesse vuole essere segnalata la pubblicazione "Inclusion of Migrants and Refugees: The Role of Cultural Organizations", che si pone come obiettivo quello di fornire conoscenze e strumenti operativi per guidare i professionisti della cultura interessati a svolgere un ruolo attivo nell'inclusione sociale dei migranti attraverso programmi e azioni specifiche.

Le ultime due fonti che vogliono essere segnalate - e che già sono state accennate all'interno di questo capitolo - sono la piattaforma "Design for Migration" e le pubblicazioni redatte dal Gruppo di ricerca legato al laboratorio di "Design per la sostenibilità" del Dipartimento di Architettura - DIDA dell'Università di Firenze.

La piattaforma online "**Design for migration**" nasce nel 2018 da un progetto del designer Matteo Moretti (all'epoca ricercatore presso la Facoltà di Design e Arte della Libera Università di Bolzano) con lo scopo di raccogliere e narrare in un singolo spazio virtuale alcune pratiche di *social design* a supporto del fenomeno migratorio particolarmente significative sul territorio nazionale e internazionale. Le esperienze raccolte spaziano attraverso tipologie di intervento molto variegate: da produzioni editoriali, a design di prodotto e grafica, passando per il panorama musicale,

<sup>71</sup> Iniziative e Studi sulla Multietnicità: una fondazione di Milano che produce e sostiene ricerche e iniziative sulla società multiculturale e sui fenomeni migratori.

fino a iniziative di valorizzazione delle competenze artigiane. L'obiettivo è quello di far emergere possibili metodologie o strategie progettuali comuni ai vari casi studio raccolti e renderle disponibili a un pubblico più ampio e interessato. Alcune di queste esperienze sono inoltre confluite in una pubblicazione "Socio-social-design" (2019), un piccolo saggio che affronta il tema delle metodologie e delle strategie di progettazione come strumento per offrire nuove prospettive (e potenziali soluzioni) al fenomeno delle migrazioni e all'integrazione con le comunità nelle quali i migranti si stabiliscono.

Infine un repertorio particolarmente valido di iniziative, sia promosse internamente che raccolte da esperienze progettuali esterne, è composto dalle numerose pubblicazioni che dal 2015 in poi sono state prodotte dal Gruppo di ricerca legato al laboratorio di "**Design per la sostenibilità**" del Dipartimento di Architettura - DIDA dell'Università di Firenze e di cui Giuseppe Lotti è responsabile scientifico. Nel tempo il Laboratorio ha infatti sviluppato una serie di progetti di natura interculturale attraverso workshop, borse di ricerca e tesi, ponendo particolare attenzione al contesto Mediterraneo (Marocco, Tunisia, Palestina), ma anche al Brasile e Laos.

### 5.3.2 Schedatura dei casi studio

I casi studio di seguito analizzati sono in totale 15 - ordinati cronologicamente - e sono stati selezionati da una mappatura più ampia (precedentemente realizzata) poichè ritenuti maggiormente coerenti con gli obiettivi della ricerca e più completi sotto un profilo descrittivo (sia di repertorio scritto che visivo / fotografico)<sup>72</sup>.

Le singole schede riportano un'anagrafica del progetto, la descrizione dell'esperienza, i materiali prodotti (ed eventualmente le competenze coinvolte, qualora reperibile il dato) e i criteri interpretativi attuati.

<sup>72</sup> Tali casi studio sono stati individuati poichè ritenuti di particolare interesse - data la loro coerenza e completezza attuativa - per offrire una panoramica "multilivello" (includendo cioè interventi di prodotto, servizio e comunicazione) in grado di contribuire allo sviluppo di un quadro generale che supporti la realizzazione di esperienze progettualmente evolute relative a contesti sperimentali multiculturali.

## COLLEZIONI Hafa

**Anno**  
1998-2001

**Luogo**  
Torino, Italia

**Soggetti coinvolti**  
Milli Paglieri, designer e artigiani italiani e marocchini



### Materiali

Produzioni artigianali con materiali differenti (legno, metalli, tessuti, ceramiche...)

### Il progetto

Il progetto Hafa Collections, coordinato dall'architetta e designer Milli Paglieri, vede l'artigianato piemontese, affiancato da designer torinesi e artigiani marocchini, reinterpretare le forme dell'abitare arabo, recuperando tecniche di lavorazione tipiche di Marrakech.

Le collezioni nascono in Italia, ma si modificano nel tempo, durante la loro produzione. L'interazione con gli artigiani, grazie alle loro esperienze produttive e ai loro consigli, ha modificato e arricchito i progetti iniziali. Tutte le collezioni hanno l'obiettivo di raccontare una storia, e i diversi oggetti diventano tasselli di un racconto che si arricchisce nel tempo di nuovi elementi. Nel 1998 è stata creata la "Collezione Hafa": 12 designer e artisti italiani e marocchini sono stati sollecitati a ripensare mobili e arredi in collaborazione con abili artigiani marocchini. Riproponendo rituali apparentemente perduti, materiali antichi e lavorazioni tradizionali, i creatori hanno saputo trovare risposte a molte esigenze dell'abitare contemporaneo: l'ambiente della terrazza, lo spazio intorno al cerimoniale del tè con sedute e tavolini bassi, le numerose prese d'acqua e la luce d'ambiente, tipici della casa marocchina, hanno costituito nell'interpretazione dei designer esperienze di arricchimento e contaminazione tra gli oggetti e la cultura occidentale. Nel 2001 il progetto si arricchisce con la "Hafa Hammam Collection": una collezione firmata da Milli Paglieri e Paola Navone, che ha cercato di riprodurre l'atmosfera, i profumi e i rituali di bellezza dell'*hammam* (complesso termale simile a un bagno turco) con una linea di prodotti per la cura del corpo e della pelle e una serie di oggetti e accessori. Oggetti evocativi, ricchi di riferimenti ai patrimoni dei due paesi. Oggetti "doppi", semplici e complessi, spontanei e colti, perché raccontano la storia e la cultura materiale di un popolo e la cultura del design di un altro.

Fonte:  
sito web del progetto "Hafa esprit", sezione "Collections"



Produzioni artigianali con materiali diversi



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Prodotti altamente narrativi Processi manifatturieri Collaborazioni internazionali
Collezioni			
Ecomusei	Allestire	Service design	
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere		
Edifici storici	Informare / identificare	Strategic design	
Città d'arte			
Archivi e biblioteche	Partecipare attivamente		
Altro: Cultura materiale			

## SISTEMA DI SEGNALETICA PER LA CITÉ INTERNATIONALE UNIVERSITAIRE DE PARIS

-  **Anno**  
2004
-  **Luogo**  
Cité Internationale Universitaire, Parigi, Francia
-  **Soggetti coinvolti**  
Ruedi Baur, André Baldinger



### Materiali

Attrezzature segnaletiche e di orientamento, arredi urbani, type design, brand identity

### Il progetto

Il sistema di *wayfinding* progettato da Ruedi Baur per la Cité Internationale Universitaire de Paris è un esempio di come l'interazione tra visitatore e sistema di segnaletica possa essere in grado di plasmare la percezione di uno spazio, anche in termini di inclusione e ospitalità culturale.

La residenza studentesca risale al 1920, motivo per cui per lo sviluppo di questo intervento è stato necessario prendere in considerazione sia la necessità di valorizzare questo patrimonio architettonico e urbano, sia la volontà di rendere la cittadella accessibile a tutti: guidando e informando studenti e visitatori all'interno di un sito complesso, in cui gli edifici si alternano a spazi verdi.

In questo caso, in un'ottica interculturale, una delle caratteristiche principali è stata l'ideazione di una font, il Newut, progettata in collaborazione col designer André Baldinger. Sfruttando quello che viene definito il paradigma del "priming ortografico" - secondo il quale quando una persona legge, la posizione e la forma delle lettere non risultano strettamente codificate - è possibile dare al testo una dimensione totalmente visiva che va al di là del suo contenuto effettivo (quindi inserendo caratteri di alfabeti non latini - come il cinese, il greco, l'arabo, l'ebraico, il cirillico - le cui forme sono simili a quelle romane, pur mantenendo il testo pienamente leggibile).

Questa soluzione crea un design dinamico e camaleontico in cui gli elementi dell'identità visiva, come la segnaletica, sembrano pronti ad adattarsi a un mondo in rapida evoluzione. Questo sistema di *wayfinding* non solo svolge la sua funzione primaria ma trasmette messaggi visivi che fanno parte dell'identità complessa, multiforme e chiaramente multiculturale dell'università.

Fonte:  
sito web dello studio *Intégral*  
Ruedi Baur - Paris



Segnaletica interna



Segnaletica esterna



Type design



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Comunicazione interculturale Allestimenti e arredo urbano Sistemi di segnaletica e orientamento culturalmente evoluti Ridistribuzione dei flussi
Collezioni			
Ecomusei	Allestire	Service design	
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere		
Edifici storici		Strategic design	
Città d'arte	Informare / identificare		
Archivi e biblioteche	Partecipare attivamente		
Altro			

## BRERA: UN'ALTRA STORIA

 **Anno**  
2012-2014

 **Luogo**  
Pinacoteca di Brera, Milano, Italia

 **Soggetti coinvolti**  
Servizi Educativi della Pinacoteca di Brera, Simona Bodo, Silvia Mascheroni, Maria Grazia Panigada, Storyville



**Materiali**  
Documentario,  
percorsi di visita,  
formazione dei  
mediatori

### Il progetto

Il progetto "Brera: un'altra storia. Percorsi interculturali nel museo", svoltosi all'interno degli spazi espositivi della Pinacoteca di Brera (Milano), è stato un programma museale interculturale sapientemente raccontato attraverso strumenti di montaggio video, al fine di mantenere memoria storica di questo esempio virtuoso.

Dalla consapevolezza che il museo è uno scrigno che contiene una molteplicità di storie, è nata l'idea di far emergere ciò che le opere d'arte possono raccontare a ciascuno di noi in una prospettiva diversa e condivisa. Grazie allo sguardo di otto mediatori museali provenienti da Bosnia, Brasile, Egitto, Filippine, Italia, Perù, Senegal e Ungheria, i visitatori della Pinacoteca sono stati guidati a interpretare la complessità e la ricchezza delle opere del museo scoprendo nuovi significati e inedite interpretazioni, fino a trovare segni di contaminazione e reciproca influenza figurativa.

La rilevanza culturale e sociale del progetto risiede nella promozione di diversi livelli di accessibilità: lo sviluppo di una nuova familiarità tra il Museo e i "nuovi cittadini", la promozione di nuovi punti di vista sulle collezioni da parte dei visitatori abituali e, più in generale, la costruzione di politiche di accesso e partecipazione rivolte a un pubblico interculturale, non "segmentato" in base alla provenienza e alla nazionalità. Un altro punto di forza di questo progetto è la sua narrazione attraverso un video: questo aspetto di "memoria storica" è spesso sottovalutato nella progettazione di questo tipo di esperienze, invece si rivela un elemento fondamentale per dare valore al progetto stesso e poterlo prendere come esempio per lo sviluppo di azioni future, anche strutturate su altre realtà.

Fonte:  
sito web "Patrimonio di  
Storie", gruppo di lavoro  
dell'Associazione Culturale  
Silvia Dell'Orso



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Video-making Nuove modalità di fruizione <i>in loco</i> Coinvolgimento diretto
Collezioni	Allestire		
Ecomusei		Promuovere	
Beni paesaggistici e ambientali	Informare / identificare		
Edifici storici		Strategic design	
Città d'arte	Partecipare attivamente		
Archivi e biblioteche			
Altro			

## ENCICLOPEDIA DEI MIGRANTI

 **Anno**  
2014-2017

 **Luogo**  
Rennes, Francia

 **Soggetti coinvolti**  
L'âge de la Tortue



### Materiali

produzione editoriale,  
documentario,  
spettacolo teatrale

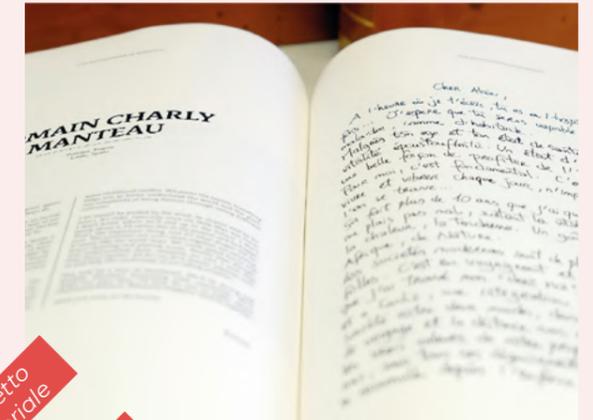
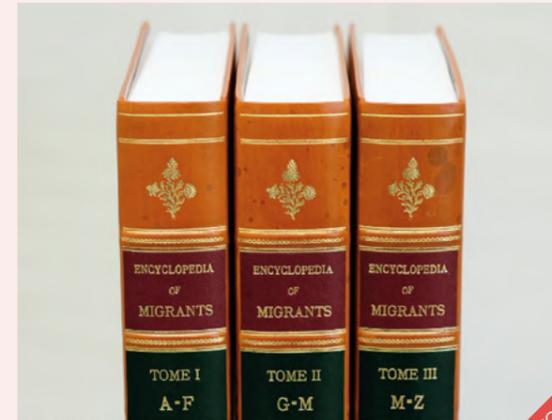
### Il progetto

L'Enciclopedia dei Migranti è un progetto internazionale sostenuto dal programma Erasmus+. Si basa su una rete di partner di diverso profilo (organizzazioni, università, musei, ecc.) provenienti da Francia, Spagna, Portogallo e Gibilterra. Il progetto è stato coordinato dall'organizzazione francese "L'âge de la Tortue", che opera nel campo delle arti visive. L'iniziativa ha avuto una dimensione artistica e sperimentale pensata con l'obiettivo di creare un'enciclopedia sia in versione cartacea che digitale, con circa 400 testimonianze realizzate e scritte direttamente dai migranti. Il formato dell'enciclopedia è stato scelto per diffondere un sapere non scientifico, frutto di esperienze di vita, con tutta la soggettività che questo comporta. In questo libro in più volumi, rilegato in pelle, la cura dell'impaginazione e del design grafico è visibile ed essenziale per il significato del progetto stesso: l'idea fondante era infatti quella di raccogliere diverse testimonianze di migranti, che potessero essere fonte di una nuova conoscenza, basata sull'intimo e sull'individuo. L'aspetto più interessante di questo progetto è l'idea che questi racconti di vita siano essi stessi interpretati come un patrimonio, da proteggere, ricordare e diffondere, proprio come nell'interpretazione di Diderot e d'Alembert quando diedero vita alla prima Enciclopedia.

Per concretizzare il progetto nella sua fase di impaginazione è stato scelto di organizzare un workshop presso L'Institut Supérieur des Arts Appliqués (LISAA) una scuola di graphic design con sede a Rennes.

A seguito del successo di questa iniziativa culturale è stato anche prodotto un documentario - che ripercorre tutte le fasi coinvolte nella realizzazione del progetto - e il progetto artistico "Luci di emergenza".

Fonti:  
- sito web ufficiale  
"Encyclopedia of migrants"  
- sito web del progetto "Luci di emergenza"



Progetto editoriale



Documentario

### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Prodotto altamente narrativo
Collezioni			
Ecomusei	Allestire	Service design	Video-making Progettazione grafica
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere		
Edifici storici			
Città d'arte	Informare / identificare	Strategic design	Nuove strategie di comunicazione interculturale Coinvolgimento diretto
Archivi e biblioteche	Partecipare attivamente		
Altro: Identità culturale			

## COSMO - TIME TO RELIGHT

 **Anno**  
2015-in corso

 **Luogo**  
Torino, Italia

 **Soggetti coinvolti**  
Studio Lupo & Burtscher, Bakary Darboe



**Materiali**  
Prodotti d'arredo in legno

### Il progetto

*Cosmo* è un progetto commerciale che si distingue per la volontà di creare prodotti artigianali in grado di promuovere l'interazione e il dialogo interculturale. La gamma di oggetti concepiti incarna una confluenza delle diverse culture, tradizioni, creatività e artigianato di tutti i soggetti coinvolti: l'obiettivo è proprio lo scambio di conoscenze tecniche tra artigiani fuggiti dai loro paesi di origine e designer locali che apportano la loro esperienza e le loro idee nel concept dei prodotti. L'interazione tra artigianato e design, competenze interculturali e conoscenza condivisa arricchisce, crea nuovi processi lavorativi, nuove collaborazioni e nuovi prodotti.

Nello specifico la prima edizione "Time to relight" del progetto *Cosmo* nasce da una collaborazione tra l'artigiano Bakary Darboe e i designer Lupo & Burtscher. La collaborazione è iniziata con la sperimentazione di tecniche di lavorazione del legno congeniali all'artigiano e da uno studio sulle forme e le cromie della tradizione tipiche del Gambia. Gli oggetti della collezione evidenziano la ricerca sulle geometrie superficiali realizzata attraverso tagli netti, attraverso lo scavo con scalpello oppure con pialla manuale.

Questa prima collezione è stata realizzata in collaborazione con il laboratorio del falegname Christian Mittendorfer e i tornitori Drechslerei Fritz e Benno Vinatzer.

Fonti:  
- sito web della collezione "Meet-Cosmo"  
- sito web "Design for migration", progetto "Cosmo"



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Prodotto altamente narrativo Valorizzazione processi artigianali Collaborazioni internazionali
Collezioni			
Ecomusei	Allestire	Service design	
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere		
Edifici storici			
Città d'arte	Informare / identificare	Strategic design	
Archivi e biblioteche	Partecipare attivamente		
Altro: Tecniche artigianali			

## WELCOME REFUGEES

-  **Anno**  
2016-in corso
-  **Luogo**  
NOESIS - Thessaloniki Science Center and Technology Museum, Themi, Grecia
-  **Soggetti coinvolti**  
UNHCR, organizzazioni no-profit del territorio



**Materiali**  
Percorsi di visita interattivi, traduzioni video

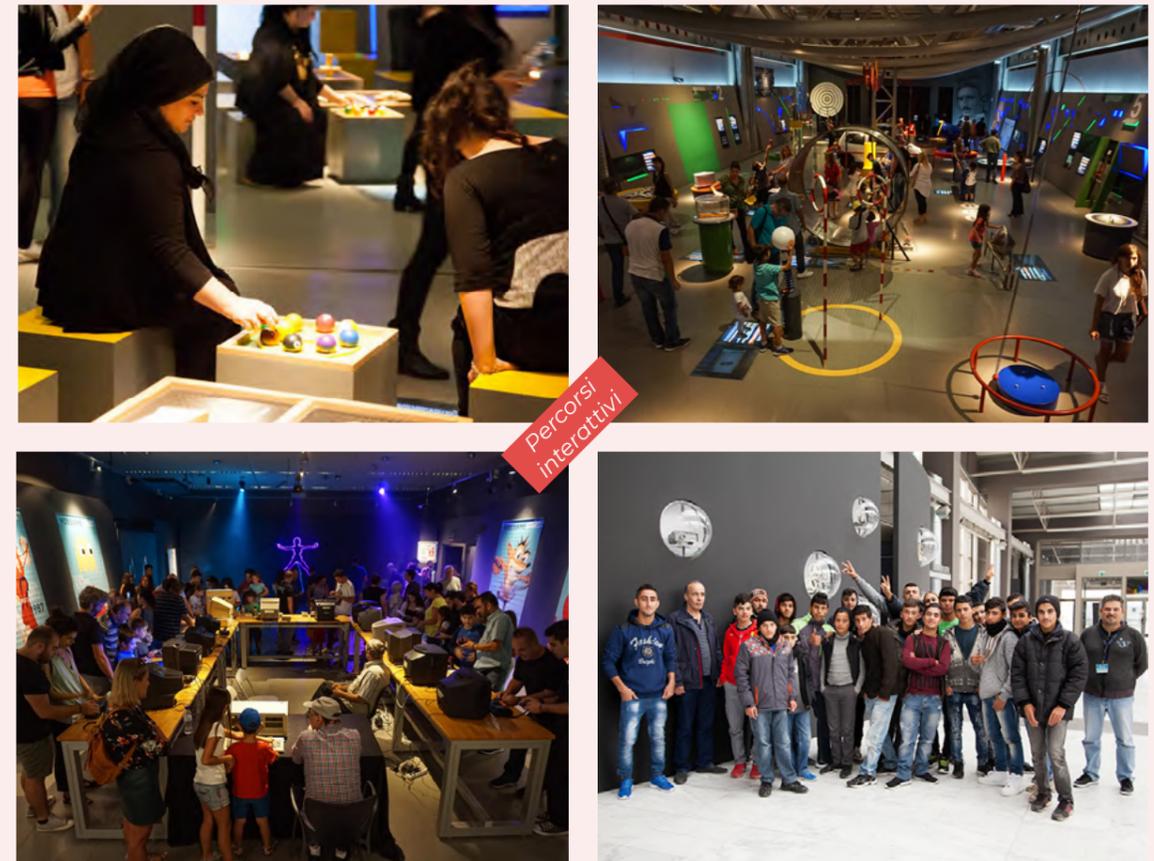
### Il progetto

L'obiettivo del *Welcome refugees program* promosso dal museo NOESIS è quello di accogliere i bambini dei campi profughi di Salonicco e offre loro un programma scientifico, educativo, culturale e sociale in modo da contribuire alla formazione di un clima di accoglienza, al loro adattamento al modo di vivere e alla loro integrazione nel tessuto sociale del paese.

Nello specifico i bambini rifugiati e i loro accompagnatori assistono alla proiezione di un film al Planetario (tradotto in arabo), vengono guidati da un interprete presso il Museo della Tecnologia in modo da conoscere le scienze positive e gli sviluppi tecnologici attraverso un tour educativo e allo stesso tempo divertente, e vengono offerti loro dei workshop e momenti di gioco per imparare, tramite oggetti interattivi, che la fisica può configurarsi come un'attività divertente e allo stesso tempo educativa.

Il percorso di visita è articolato in tre macro-sezioni: la mostra sull'Antica Tecnologia Greca, contenente repliche delle scoperte tecnologiche e delle macchine dell'Antica Grecia dal periodo preistorico fino al periodo ellenistico e bizantino; il Technopark con mostre interattive, in cui il visitatore ha l'opportunità di scoprire le conoscenze scientifiche in modo interattivo; la Mostra dell'Automobile con modelli di auto che segnano la storia del veicolo.

Fonti:  
- sito web del NOESIS - Thessaloniki Science Centre and Technology Museum  
- Vlachou, M. (2017). *The Inclusion of Migrants and Refugees: The Role of Cultural Organisations*. Almada: Acesso Cultura



Percorsi interattivi

### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Prodotti accessibili (traduzioni)
Collezioni	Allestire		
Ecomusei	Promuovere	Service design	Attività educative e divulgative
Beni paesaggistici e ambientali	Informare / identificare		
Edifici storici	Partecipare attivamente	Strategic design	Percorsi di visita interattivi
Città d'arte			
Archivi e biblioteche			Attività promozionali di accessibilità
Altro			

## LA RIVOLUZIONE DELLE SEPIE - CROSSINGS

 **Anno**  
2016-in corso

 **Luogo**  
Belmonte Calabro, Calabria, Italia

 **Soggetti coinvolti**  
Associazione Le Seppie, Collettivo Orizzontale



**Materiali**  
Arredi urbani,  
interventi  
architettonici, arredi  
domestici

### Il progetto

Belmonte Calabro è una cittadina calabrese con un grande afflusso di migranti che attraversano il Mar Mediterraneo diretti in Italia. Da questo contesto estremamente multiculturale ma caratterizzato anche da delle oggettive difficoltà di integrazione e interazione tra abitanti e “nuovi arrivati”, nasce il progetto “Crossing”. L’iniziativa, rinnovata con cadenza annuale, si pone l’obiettivo di fornire gli strumenti per creare una più profonda comprensione del territorio e del suo patrimonio culturale ai nuovi e vecchi abitanti.

Attraverso la sperimentazione di azioni architettoniche e relazionali innovative si tenta di affrontare consapevolmente il tema dello spopolamento dei “borghi minori”, valorizzare le differenze culturali e favorire il dialogo e gli scambi tra diverse identità culturali.

Ogni anno prendono quindi vita una serie di attività, laboratori, workshop architettonici e momenti di incontro e scambio culturale tra diversi stakeholders (cittadini e migranti). Queste iniziative “trasformano” pian piano il borgo del centro storico in una vera e propria “architettura vivente”, ricca di spazi ibridi e liberamente fruibili, così da consentire alle comunità di appropriarsene in base alle esigenze collettive e ai bisogni sociali emergenti nonché sperimentando forme di riattivazione urbana e sociale di aree marginali.

Fonti:  
- sito web della “Rivoluzione delle seppie”, sezione specifica “Belmondo experience”  
- sito web “Design for migration”, progetto “La rivoluzione delle seppie”



Co-progettazione



Interventi interni



Arredo urbano



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Nuove modalità di fruizione dello spazio
Collezioni			
Ecomusei	Allestire	Service design	Arredi urbani
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere		
Edifici storici		Strategic design	Coinvolgimento diretto
Città d'arte	Informare / identificare		
Archivi e biblioteche			
Altro: Centri storici	Partecipare attivamente		Identità territoriale
			Arredi domestici legati ai saperi artigiani dei partecipanti

## IDENTITÀ MIGRANTE

 **Anno**  
2016-2017

 **Luogo**  
Università di Firenze, Italia

 **Soggetti coinvolti**  
Susanna Cerri, Maddalena Rossi, Civic City



**Materiali**  
Percorso espositivo,  
volume

### Il progetto

Il progetto *Identità migranti. Segni per una nuova geografia dell'accoglienza* è nato con l'intento di sperimentare una collaborazione interdisciplinare tra il campo del visual design e quello dell'urban planning, finalizzata alla creazione di codici e linguaggi progettuali ibridi capaci di creare luoghi e spazi pubblici plurali, ospitali, inclusivi e aperti alla diversità.

Il progetto ha riflettuto intorno alla correlazione tra plurilinguismo e spazio pubblico, mediante la costruzione partecipata di un Alfabeto migrante, a partire dall'analisi critica del sistema di segni prodotti dai complessi meccanismi e dispositivi spaziali attraverso i quali in Italia si articola l'accoglienza dei flussi migratori provenienti dal Mediterraneo (luoghi, strutture e barriere fisiche e linguistiche).

Le riflessioni prodotte sono quindi confluite nella costruzione di un prodotto editoriale sperimentale, che cerca di tenere insieme linguaggi, esperienze ed expertise diverse. Il testo è scandito da una serie di parole chiave (Mediterraneo, Fughe, Approdi, Corpi, Costellazioni, Segni), che ne costituiscono i capitoli e a ciascun capitolo è associato un diverso sistema iconografico di riferimento.

Questo volume si configura come un "viaggio" in cui la narrazione principale (rappresentata in grigio) accompagna il lettore all'interno del progetto di ricerca, mentre in contemporanea un'altra storia (evidenziata in rosso) sviluppa delle riflessioni critiche dal punto di vista del visual designer, commentando il progetto nella sua parte iconografica e comunicativa e inserendolo nella tradizione del social design.

Fonte:  
Cerri, S., Rossi, M. (2016).  
*Identità migranti Segni  
per una nuova geografia  
dell'accoglienza. Firenze: SdT  
edizioni*



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Prodotto editoriale
Collezioni	Allestire		
Ecomusei		Promuovere	
Beni paesaggistici e ambientali			
Edifici storici	Informare / identificare	Strategie di comunicazione interculturale	
Città d'arte			Strategic design
Archivi e biblioteche	Partecipare attivamente	Percorso espositivo	
Altro: Centri storici, Identità culturale			

## IO SONO BENVENUTO

- Anno**  
2017 - in corso
- Luogo**  
Museo Egizio, Torino, Italia
- Soggetti coinvolti**  
UNHCR - Alto commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati (Roma)



### Materiali

Welcome Wall (parete con post-it), riallestimento delle sale con attrezzature mobili

### Il progetto

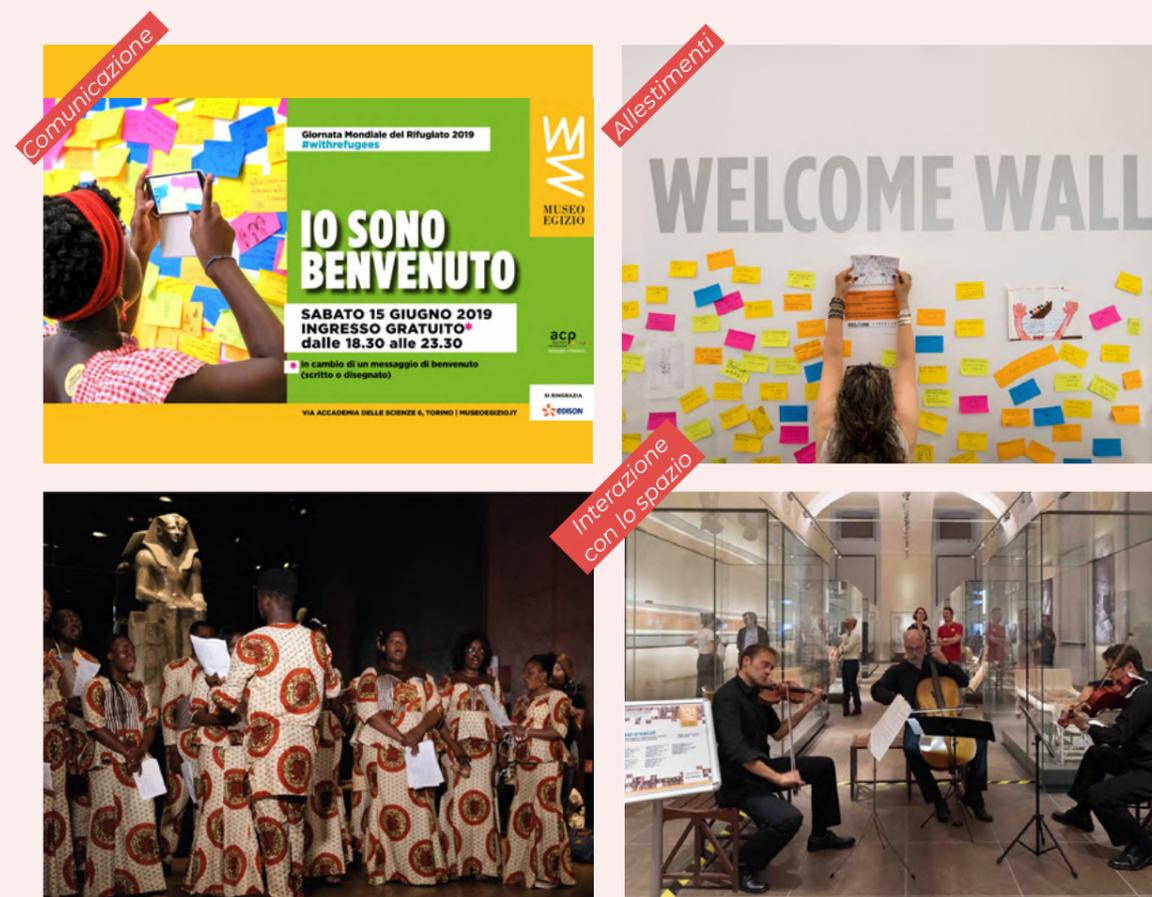
L'iniziativa intende promuovere il Museo come luogo d'incontro e di dialogo, cercando di avvicinare i cittadini stranieri al patrimonio culturale esposto nelle sue sale e di creare un ambiente di inclusione e accoglienza. L'evento viene organizzato con cadenza annuale in occasione della "Giornata Mondiale del Rifugiato" e prevede un'apertura straordinaria del Museo dedicata allo svolgimento di numerose attività musicali all'interno degli spazi espositivi. L'accesso è gratuito per tutti i visitatori, in cambio di un piccolo messaggio di benvenuto da apporre sul Welcome Wall, una grande parete (situata per l'occasione all'ingresso del museo) simbolo di apertura e accoglienza.

Un modo per far sì che il museo sia percepito come davvero "di tutti e per tutti", come ha sottolineato il direttore Christian Greco:

*"il museo diventa il luogo in cui tutti i cittadini, anche quelli che sono entrati a far parte della nostra comunità da un tempo relativamente breve, si sentono accolti, imparano a conoscere l'immenso patrimonio custodito tra le nostre mura e, così facendo, comprendono meglio se stessi e gli altri. Questo è lo scopo della cultura, costruire ponti e abbattere barriere".*

Christian Greco, 2017

Fonte:  
sito web del Museo Egizio di Torino, sezioni "progetti speciali" e "ultime notizie"



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Allestimenti Nuove modalità di fruizione <i>in loco</i> Comunicazione Attività promozionali di accessibilità
Collezioni	Allestire		
Ecomusei	Promuovere	Service design	
Beni paesaggistici e ambientali	Informare / identificare		
Edifici storici	Partecipare attivamente	Strategic design	
Città d'arte			
Archivi e biblioteche			
Altro			

## ME: DINNER SET

 **Anno**  
2017

 **Luogo**  
Imm Cologne, Colonia, Germania

 **Soggetti coinvolti**  
Moak Studio, Emma Van Eijkeren



### Materiali

Set di contenitori con elementi in ceramica, argilla terracotta, cinturini in pelle, legno di frassino e acciaio

### Il progetto

Me è un set versatile di attrezzature da cucina mobili per la preparazione e il trasporto dei cibi durante i picnic, frutto di un programma di scambio collaborativo tra designer internazionali, il MTic-design.

Il concept si basa sull'identificazione di un'attività ricreativa (il picnic) in comune tra le culture olandese e colombiana.

In Colombia, infatti, il picnic è associato a una tradizione, particolarmente diffusa nelle zone rurali, denominata "Paseo del holla". Questo rituale popolare incoraggia le famiglie colombiane a riunirsi vicino al fiume locale e a condividere il piatto tradizionale colombiano: il *sancocho*, che di solito viene preparato sul posto, come molti dei piatti consumati durante questo evento.

A differenza nei Paesi Bassi, i picnic, molto popolari all'arrivo dell'estate, sono praticati principalmente all'interno dei parchi cittadini, spesso in concomitanza con alcuni festival: in questi luoghi pubblici non è sempre consentito cucinare con fiamme libere, se non in apposite aree barbecue, quindi i cibi vengono preparati precedentemente.

Il progetto *Me* riunisce questi diversi "rituali" e modi di preparare i picnic - quello colombiano di portare il cibo ancora da cucinare e quello olandese di portare tutto già pronto - e crea un set in cui è possibile sia avere una piccola griglia in uno spazio ristretto e controllato, sia portare con sé cibo già preparato in precedenza.

Fonti:  
- sito web di Moak Studio  
- sito web del programma di ricerca MTic-design



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Prodotto altamente narrativo Ibridazione modalità di consumo
Collezioni			
Ecomusei	Allestire	Service design	
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere		
Edifici storici			
Città d'arte	Informare / identificare	Strategic design	
Archivi e biblioteche	Partecipare attivamente		
Altro: Patrimonio immateriale			

## GRAND COMMIS DE CUISINE

**Anno**  
2018

**Luogo**  
Firenze, Italia

**Soggetti coinvolti**  
Daniela Ciampoli, Marco Marseglia, progettisti italiani e marocchini, Alfredo Quaranta ceramiche



**Materiali**  
Couscoussiera in ceramica

### Il progetto

Grand Commis de Cuisine è una couscoussiera nata nell'ambito di un progetto di cooperazione Italia-Marocco, volto a valorizzare l'artigianato dei due Paesi (Ciampoli & Marseglia, 2018). Il couscous è un piatto particolare, ampiamente consumato in entrambe le culture (marocchina e italiana, in particolare nel Sud Italia) e con un forte valore materiale e simbolico di aggregazione, condivisione e senso di comunità.

Dall'analisi della modalità di preparazione tradizionale del couscous marocchino, tramite cottura a vapore e non per assorbimento diretto di acqua, è iniziata una fase di progettazione finalizzata all'individuazione formale e funzionale di un oggetto adatto sia a questa preparazione sia alle più comuni modalità di servizio a tavola. La couscoussiera progettata è composta da tre elementi: una pentola di base in cui cuocere carne o pesce e verdure, una ciotola in cui cuocere il couscous a vapore, forata sul fondo per permettere al vapore di salire e insaporirlo, e un coperchio che funge da piatto di portata.

La forza di questo progetto, tuttavia, sta nel tentativo dei designer di creare un mix di processi produttivi e materiali dei due Paesi. La fase di produzione è stata affidata a un artigiano ceramista italiano, Alfredo Quaranta, che, guidato da designer italiani e marocchini, ha sperimentato un'ibridazione di dispositivi decorativi e formali delle due culture.

Fonte:  
Ciampoli, D., Marseglia, M. (2018). Attorno al Mediterraneo. Firenze: DIDApres



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Prodotto altamente narrativo Ibridazione modalità di consumo
Collezioni			
Ecomusei	Allestire		
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere	Service design	
Edifici storici			
Città d'arte	Informare / identificare	Strategic design	
Archivi e biblioteche	Partecipare attivamente		
Altro: Patrimonio immateriale			

## BLOCK BY BLOCK

**Anno**  
2018-2021

**Luogo**  
Toronto Ward Museum, Toronto, Canada

**Soggetti coinvolti**  
Team multidisciplinare composto da curatori, ricercatori, coordinatori locali, video-maker, illustratori, graphic designer, web designer



### Materiali

Interviste, blog online, manifesti artistici, allestimenti mostre

### Il progetto

La città di Toronto ospita il 20% degli immigrati canadesi. Quasi la metà della popolazione di Toronto è nata al di fuori del Canada e in tutta la città si parlano oltre 180 lingue e dialetti. Essendo una delle città più multiculturali del mondo, l'immigrazione è stata parte integrante del passato e del presente di Toronto.

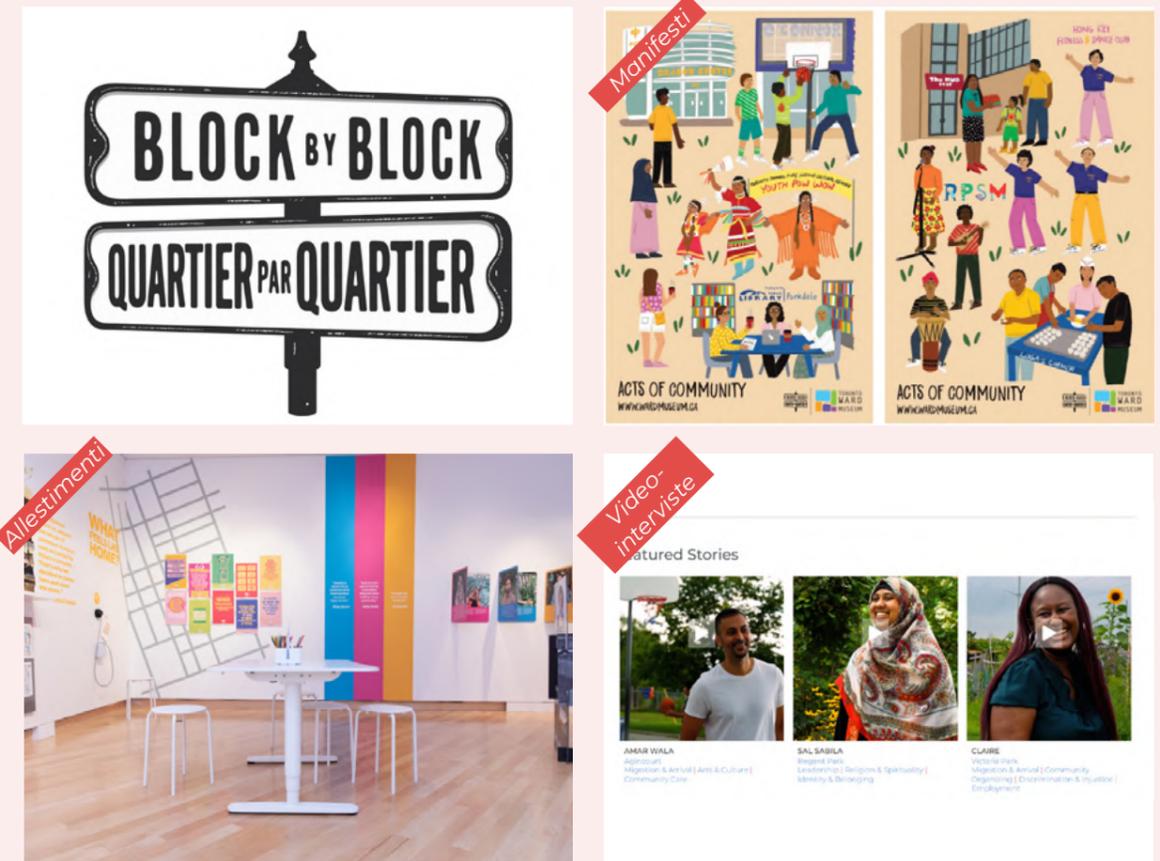
Da questo contesto nasce il progetto Block by Block, un programma multimediale partecipativo del Toronto Ward Museum.

Ogni anno, un nuovo team di 16 giovani viene formato per intervistare i membri della comunità in quattro diversi quartieri di Toronto sulle loro esperienze di migrazione, insediamento e vita civica nella città.

Queste esperienze si concretizzano annualmente attraverso una mostra prodotta in collaborazione con partner locali - ad esempio nel 2020 è stata prodotta un'esposizione di 25 manifesti artistici sulle vetrine di 25 aziende locali e centri comunitari nei quattro quartieri - , una serie di eventi virtuali o dal vivo e, in particolare, l'aggiornamento dei contenuti online presenti sul sito del museo. Indipendentemente dal tipo di supporto narrativo adottato, tutte le storie mostrano la cura della comunità nella costruzione delle relazioni locali ed esplorano gli effetti dei cambiamenti all'interno di questi quartieri estremamente multiculturali.

Questo progetto si inserisce all'interno di una più ampia strategia adottata dal Toronto Ward Museum di ridare vita alla storia della città raccontandola nella sua pluralità attraverso la lente delle comunità immigrate e co-progettando con la cittadinanza stessa le tematiche da affrontare nelle diverse esposizioni.

Fonte:  
Sito web del "Toronto Ward Museum"



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Video-making Nuovi spazi espositivi Attività divulgative Coinvolgimento diretto Offerta digitale
Collezioni			
Ecomusei	Allestire	Service design	
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere		
Edifici storici			
Città d'arte	Informare / identificare	Strategic design	
Archivi e biblioteche			
Altro: Centri storici, Identità culturale	Partecipare attivamente		

## SARTORIA MIGRANTE

 **Anno**  
2019-2020

 **Luogo**  
Milano, Italia

 **Soggetti coinvolti**  
Connecting cultures, associazioni e artigiani del territorio



**Materiali**  
Sedute

### Il progetto

*Sartoria migrante* è un progetto di formazione e di lavoro collettivo in cui designer italiani insieme a donne e uomini provenienti da diversi *background* culturali in possesso di competenze artigianali collaborano al fine di realizzare delle collezioni di mobili o prodotti tessili caratterizzati da un'attenzione specifica al tema della sostenibilità sociale e ambientale.

L'obiettivo primario è quello di valorizzare e applicare a dei progetti concreti il patrimonio di conoscenze e abilità possedute dalle persone che giungono in Italia - spesso lasciando proprio delle attività artigianali - per realizzare una gamma di prodotti di alto valore estetico e allo stesso tempo sostenibile, tramite ad esempio la scelta di utilizzare dei materiali di riuso.

Uno dei progetti più completi è la collezione "Please Sit", composta da 21 sedute realizzate dalla designer Denise Bonapace in collaborazione con donne e uomini immigrati selezionati in base alle loro competenze sartoriali. Ogni pezzo nasce dal recupero di vecchie sedie di legno recuperate dall'associazione (attraverso una call diffusa via social), riparate da giovani falegnami e rinnovate con dei tessuti rigenerati offerti da due aziende tessili di Prato.

Ognuna delle sedie prende inoltre il proprio nome proprio da quello dell'artigiano che l'ha realizzata, ad enfatizzare ancora di più il legame tra identità personale e cultura materiale.

Le sedie di Please Sit hanno inoltre un'identità espressa da un documento di particolare contenuto valoriale: una sorta di "passaporto" che ne racconta la storia, la provenienza, la lavorazione, i materiali utilizzati, il designer, l'artigiano che lo ha realizzato.

Fonte:  
sito web di Connecting  
Cultures, progetto "Sartoria  
Migrante" e progetto "Sartoria  
Migrante: le sedie di Please Sit"



Produzione artigianale



Alcuni pezzi della collezione

### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Prodotti altamente narrativi in legno e tessuti Coinvolgimento diretto Valorizzazione processi artigianali
Collezioni			
Ecomusei	Allestire	Service design	
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere		
Edifici storici		Strategic design	
Città d'arte	Informare / identificare		
Archivi e biblioteche	Partecipare attivamente		
Altro: Tecniche artigianali			

## A MILLION STORIES

 **Anno**  
2019-2021

 **Luogo**  
Online

 **Soggetti coinvolti**  
Roskilde Libraries (Danimarca), in collaborazione con la Future Library (Grecia) e le biblioteche pubbliche di Malmö (Svezia) e Colonia (Germania)



**Materiali**  
Video-interviste,  
blog online, toolkit  
per biblioteche

### Il progetto

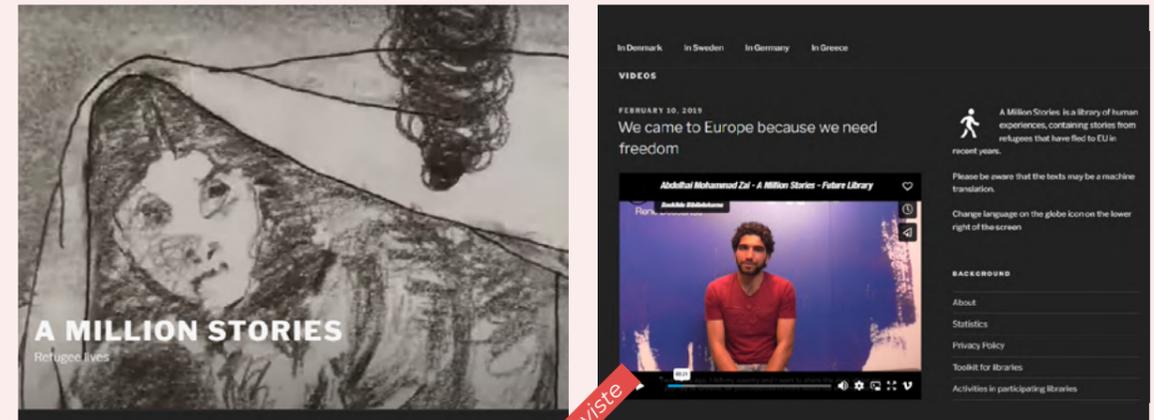
A Million Stories è una piattaforma online che si pone l'obiettivo di essere una vera e propria *biblioteca* di esperienze umane. Al suo interno contiene storie autobiografiche - in vari formati, tra cui film, audio, racconti visivi e scritti - di oltre 600 rifugiati che sono fuggiti nell'Unione Europea negli ultimi anni

Il punto chiave di questo progetto è che solo attraverso l'identificazione con le esperienze, i sentimenti e le prospettive degli altri - non filtrate dai media, dai giornalisti o raccontate da prospettive politiche (quindi spesso decontestualizzate) - è possibile avviare un vero processo di trasmissione culturale e di integrazione sociale.

I racconti così narrati sono in grado di creare delle connessioni narrative tra "due storie di vita": una del passato dei rifugiati e una del loro presente, che offre una grande visione del contesto culturale plurale di cui fanno parte.

La ricerca degli *storytellers* viene affidata alle varie biblioteche partner del progetto. A loro viene anche fornito un toolkit per organizzare efficacemente le interviste e valutare i feedback da parte dei soggetti coinvolti e gli impatti sulla comunità.

Fonte:  
Sito web del progetto "A Million  
Stories. Refugee lives"



### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Video-making Coinvolgimento diretto Fruizione digitale Strumenti per il monitoraggio e la valutazione delle iniziative Policies di intervento
Collezioni			
Ecomusei	Allestire		
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere	Service design	
Edifici storici	Informare / identificare	Strategic design	
Città d'arte			
Archivi e biblioteche	Partecipare attivamente		
Altro: Identità culturale			

## TESSUTI SOCIALI

 **Anno**  
2020-2022

 **Luogo**  
Museo del Tessuto di Prato, Italia

 **Soggetti coinvolti**  
Università per Stranieri di Siena



**Materiali**  
Percorsi digitali  
interattivi, corsi di  
formazione

### Il progetto

Il progetto "Tessuti Sociali" (SOCIAL Learning, Allestimenti museali, Lingue, Interazioni), coordinato dall'Università per Stranieri di Siena, è nato con l'obiettivo di progettare nuovi percorsi conoscitivi - virtuali e interattivi - per il Museo del tessuto di Prato. Lo scopo dell'iniziativa è stato quello di incoraggiare la partecipazione attiva dei cittadini e delle famiglie appartenenti alle comunità albanese, cinese, marocchina e pakistana alla vita culturale del Museo.

Il progetto si è sviluppato in tre fasi principali:

1. un primo momento ha previsto il coinvolgimento di alcuni studenti di diverse scuole della città, che, dopo una settimana di formazione su tematiche inerenti le collezioni e la comunicazione interculturale, hanno sviluppato di un prodotto digitale per raccontare il Museo ai propri coetanei utilizzando più lingue e cercando di far emergere testimonianze e ricordi legati alla loro comunità di origine;
2. la seconda fase ha visto la partecipazione attiva del pubblico adulto, appartenente alle comunità straniere individuate, in attività educative in modo tale da favorire lo sviluppo delle competenze linguistiche e della consapevolezza interculturale;
3. infine è stato avviato un nuovo percorso digitale permanente che, tramite tecnologia QRCode, consente di visitare il Museo grazie a testi e audio disponibili in italiano semplificato, albanese, arabo, cinese e urdu.

In parallelo con lo sviluppo di percorsi e iniziative interattive, il progetto ha incluso anche una fase di indagine socioculturale, avviata con lo scopo di individuare le ragioni della scarsa fruizione del Museo da parte del pubblico individuato. In conclusione alle osservazioni sviluppate, si è cercato di realizzare un modello di fruizione degli spazi museali il più possibile scalabile su altre realtà nazionali.

Fonti:  
- sito web del Museo del tessuto di Siena, sezione "inclusività"  
- sito web "Patrimonio e intercultura", sezione "progetti"



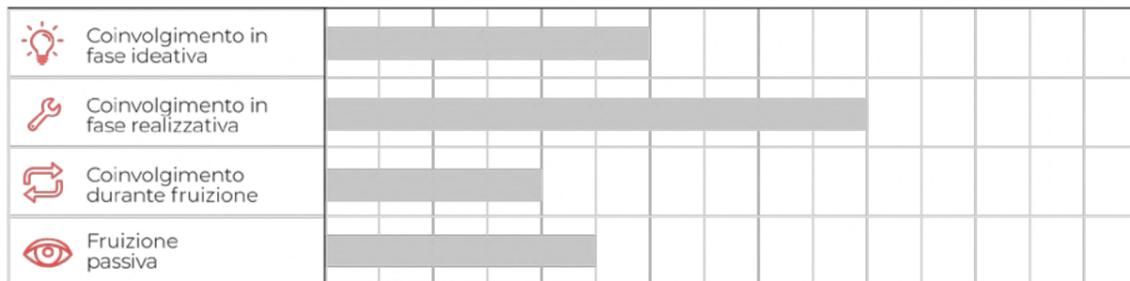
### Criteri interpretativi - sintesi

Contesti di azione	Categorie di azione	Livello di azione	Tipologia di intervento
Sistemi museali	Incoraggiare la fruizione	Prodotto d'uso	Attività educative e divulgative Percorsi di visita interattivi Nuove policies Prodotti accessibili
Collezioni			
Ecomusei	Allestire	Service design	
Beni paesaggistici e ambientali	Promuovere		
Edifici storici			
Città d'arte	Informare / identificare	Strategic design	
Archivi e biblioteche			
Altro	Partecipare attivamente		



Poco esplorate risultano essere invece le sfere riguardanti lo sviluppo di policies e di strumenti per il monitoraggio e la valutazione delle iniziative svolte. Si tratta sicuramente di attività di appannaggio tradizionale della sociologia e delle competenze micro-economiche e gestionali, ma in cui lo sguardo critico e pragmatico della disciplina del design potrebbe offrire delle chiavi di lettura innovative e creative.

Una seconda categorizzazione dei casi studio descritti riguarda le modalità di coinvolgimento delle persone con background migratorio a cui queste iniziative sono rivolte (Tab.06). Nella maggioranza dei casi risulta evidente come l'inserimento di questi soggetti sia stato determinante già in fase ideativa e realizzativa, sottolineando, in questo modo, l'importanza del sapersi muovere con dimestichezza attraverso gli strumenti tipici della progettazione partecipata.

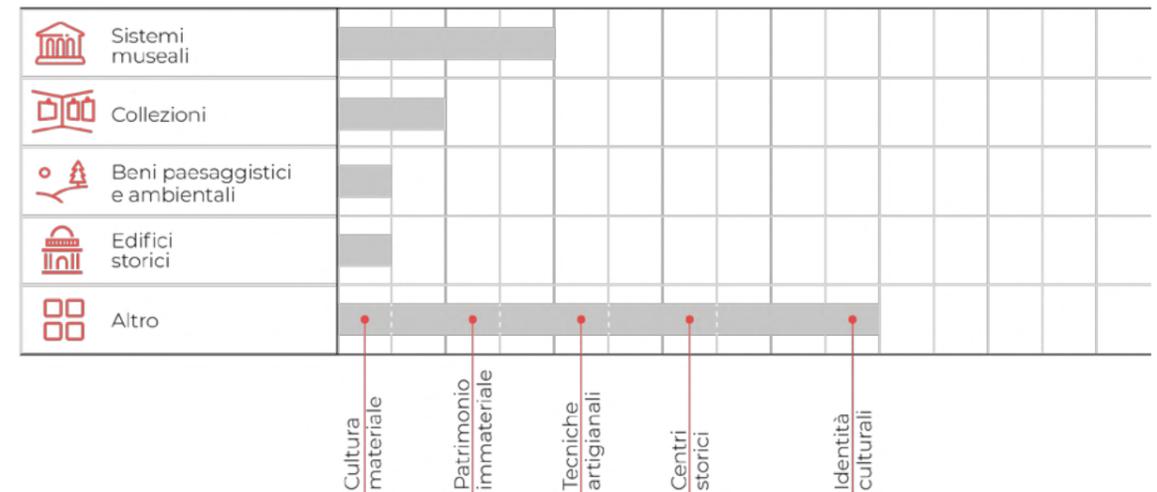


Tab.06 Modalità di coinvolgimento delle persone con background migratorio all'interno dei progetti analizzati

Anche la distribuzione dei progetti in base alla tipologia di bene culturale oggetto di intervento racconta molto del panorama in cui queste azioni vengono sviluppate (Tab.07). Nella maggior parte dei casi, infatti, queste iniziative nascono "dal basso", cioè da enti, associazioni o realtà culturali di medie dimensioni che tendenzialmente operano quotidianamente nella complessità (nel bene e nel male) della natura multiculturale della comunità di cui fanno parte o con cui collaborano. La presenza della disciplina del design risulta in questi casi più facile da individuare, sia perchè fondamentale per lo sviluppo di un approccio pratico e culturalmente evoluto al tema dell'integrazione e della valorizzazione delle identità culturali, sia per la flessibilità strutturale di molte di queste realtà: a differenza, ad esempio, della evidente rigidità di un'istituzione - quale può essere un museo o una fondazione pubblica o privata - in cui l'inserimento di figure esterne all'organico strutturato

segue necessariamente dei percorsi amministrativi ed economici più complessi.

Da questa schematizzazione risulta inoltre evidente come, in realtà, i campi di sperimentazione siano al momento limitati a poche tipologie di beni, tralasciando totalmente (o quasi) i contesti relativi alle realtà ecomuseali, città d'arte, archivi e biblioteche..



Tab. 07 Distribuzione dei casi studio in base alla tipologia di bene culturale oggetto di intervento

Per concludere questa analisi si vuole di seguito offrire una mappa sintetica (Tab.08) della distribuzione dei singoli progetti oggetto di indagine, collocati all'interno di una matrice strutturata sui parametri *tipologia di bene* e *livello di azione del design*<sup>73</sup>.

<sup>73</sup> La matrice nasce da una rielaborazione della chiave di lettura presentata da Eleonora Lupo in "Il design per i beni culturali" (2009).

A conferma di quanto già osservato, la maggioranza dei progetti si colloca nella tipologia di beni culturali qui semplificata come "altro", che a sua volta presenta delle sottocategorie individuate quali: cultura materiale, patrimonio immateriale, tecniche artigianali, centri storici / cittadini, identità culturali.

Tutti i casi analizzati sono caratterizzati da una certa complessità dell'azione progettuale, in cui i singoli interventi sono difficilmente circoscrivibili ad una sfera di competenza precisa (prodotto, servizio, strategia) ma sono definibili come *multi-layer*: sono cioè "progetti che presentano un nucleo centrale che si sviluppa ed è affiancato da una serie di sottoarticolazioni, strettamente collegate alla necessaria complessità della natura dell'oggetto dell'intervento e quindi degli obiettivi dell'azione" (Lupo, 2009).

	 Sistemi museali	 Collezioni	 Edifici storici	 Beni paesaggistici e ambientali	 Altro
Prodotto					
Servizio	 Tessuti sociali  Welcome refugee  Io sono benvenuto  Brebra: un'altra storia		 Segnaletica CIUP	 La rivoluzione delle seppie	 Identità migrante  ME: dinner set  Collezioni Hafa  Cosmo  Grand commis de cuisine  Block by block  Sartoria migrante  A million stories  Enciclopedia dei migranti
Strategia					

Tab. 08 Matrice riassuntiva dei progetti analizzati

### 5.3.4 Riflessioni conclusive

Gli esempi progettuali qui riportati confermano la necessità di ampliare la sfera di riflessione e di sperimentazione dei designer nello sviluppo di azioni di accessibilità e dialogo interculturale all'interno del settore di indagine del design per i beni culturali.

E in particolare l'esigenza di creare una metodologia e di individuare degli strumenti di intervento condivisibili, che diano la possibilità di definire delle buone pratiche scalabili su diversi contesti di azione.

Nel capitolo successivo verrà affrontato un primo ragionamento<sup>74</sup> in merito alla definizione di un processo metodologico (o, più coerentemente, delle linee guida metodologiche) per lo sviluppo di progetti dalla forte natura interculturale. Considerazioni che nascono dall'analisi della letteratura di riferimento (Sezione 1) e dalle riflessioni scaturite in seguito alla lettura critica dei casi studio appena descritti.

<sup>74</sup> La natura "embrionale" di questo settore di ricerca porta necessariamente allo sviluppo di riflessioni "in divenire": certamente forti di una base teorica fondante ma ridefinibili in vista anche di future sperimentazioni più strutturate e sistematiche.

### References

- Akpem, S. (2020). *Cross-Cultural Design*. E-book: A Book Apart.
- Balsamo, M. (a cura di)(2004). *Strategie del design per il Mediterraneo. Ustica, destagionalizzazione e design*. Palermo: Flaccovio editore.
- Brignoni, M. (2014). *Approcci al Design per/con i Sud del Mondo*. In Bassi, A., Bulegato, F. (a cura di). *Le Ragioni del Design*. Milano: FrancoAngeli.
- Celaschi, F. (2008). Design mediatore tra bisogni. In Germak, C. (a cura di). *Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo*. (pp. 40-52) Torino: Allemandi.
- Cerri, S., Rossi, M. (2016). *Identità migranti Segni per una nuova geografia dell'accoglienza*. Firenze: SdT edizioni.
- Choong, Y. Y., Guo, Z., Plocher, T., Rau, P. L. P. (2021). *Cross-cultural design*. In Karwowski, W., Salvendy, G (a cura di). *Handbook of Human Factors and Ergonomics*, pp. 252-279. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Choong, Y. Y., Rau, P. L. P., Plocher, T. (2010). *Cross-cultural web design*. In Proctor R. W., Vu, K. P. L. (a cura di). *Handbook of human factors in web design* (2nd ed.), pp. 284-300. Boca Raton, Florida: CRC Press.
- Ciampoli, D., Marseglia, M. (2018). *Attorno al Mediterraneo*. Firenze: DIDApress.
- Clemmensen, T., Hertzum, M., Hornbæk, K., Kumar, J., Shi, Q., Yammiyavar, P. (2007). *Usability constructs: A cross-cultural study of how users and developers experience their use of information systems*. *Lecture Notes in Computer Science*, 4559, pp. 317-327.
- De Giorgi, C. (2020). *L'interdisciplinarietà nella cultura dei materiali per il design*. In Dal Palù, D., De Giorgi, C., Lerma, B. (a cura di). *The material side of design*, pp. 41-51. Torino: Umberto Allemandi.
- Demorgon, J., (1998). *L'histoire interculturelle des sociétés*. Parigi: Anthropos.
- Dennington, C. (2017). *Service Design as a Cultural Intermediary. Translating cultural phenomena into services*. In *The Design Journal* n. 20, pp. S600-S613.
- DeJuan, M. D., Luna, D., Peracchio, L. A. (2002). *Cross-cultural and cognitive aspects of web site navigation*. In *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), pp. 397-410.
- De Souza, M., Dejean, P. H. (1999). *Interculturality and design: is culture a block or an encouragement to innovation?*.
- Fabietti, U. (2019). *Elementi di antropologia culturale*. Milano: Mondadori Università.
- Gasparotto, S., Ziliani, M. (2019). *Design for migration. Metodologie di progetto per l'innovazione sociale*. Pisa: Scienza e Pace.
- Giorgi, D. (2017). *Design starting from cultural heritage*. In Giorgi, D., Lotti, G., Marseglia, M. (a cura di). *Prove di design altro*, pp. 89-100 Firenze: DIDApress.
- Giorgi, D., Lotti, G., Mecca, S., Trivellin, E., (2018). *Progetti di internazionalizzazione in Maghreb condotti da area design di DIDA*. In *Agathón* n. 03 pp. 205-212.
- Harada, A., Lee, K. P. (1999). *A study of the cultural effects on user-interface design: with the emphasis on the cross-cultural usability testing through World Wide Web*. In *Proceedings of the 4th Asian Design Conference*, Nagaoka, Japan.
- Irace, F. (a cura di)(2013). *Design&Cultural heritage*. Milano: Electa.
- Kottak, C. P. (2012). *Antropologia culturale*. Milano: The McGraw-Hill Companies.
- Lotti, G. (2009). *Design per il sud del mondo*. In Bottega, S. M., Grilli, S. (a cura di). *Proceedings della confederenza Less is Next*. Per un design solidale e sostenibile, pp. 190-207. Firenze: La Marina.
- Lupo, E. (2009). *Il design per i beni culturali. Pratiche e processi innovativi di valorizzazione*. Milano: FrancoAngeli.
- Lupo, E., Parente, M., Sedini, C. (2018). *Design Approaches and*

- Methodologies for the Valorization of Places. Experiences from the Western Mediterranean Area.* In PAD n.14, pp. 61-84.
- Manzini, E. (2004). *Design multiverso.* In Bertola, P., Manzini, E. (a cura di) *Design multiverso. Appunti di fenomenologia del design*, pp. 9-13. Milano: POLIdesign.
- Marcus, A. (2001). *Cross-cultural user-interface design.* In Smith, M. J., Salvendy, G. (a cura di). *Proceedings of the Human-Computer Interface International (HCII) Conference (Vol. 2, pp. 502-505).* Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Association.
- McMullen, M. (2016). *Intercultural Design Competence: A Guide for Graphic Designers Working Across Cultural Boundaries.* In *The International Journal of Visual Design*, 10(3), pp.19-30.
- Miller, B. (2014). *Antropologia culturale.* Milano: Pearson Italia.
- Moretti, M. (2019). *Design for migration: Nuove pratiche di design verso una società più inclusiva.* *Roots-Routes*, IX(29), pp. 1-9.
- Moretti, M. (2019). *Socio- Social- Design. Design Practices for New Perspective on Migration.* Mantova: Corraini edizioni.
- Muratowsky, G. (2016). *Research for designers. A guide to methods and practice.* Londra: SAGEpublications.
- NEMO (2016). *Museums, migration and cultural diversity: Recommendations for museum work.* Berlino: Network of European Museum Organisations.
- Nicola, C. (a cura di) per Enaip Piemonte (2004). *La comunicazione interculturale. Strumenti per la formazione, la promozione della tolleranza, l'accettazione delle differenze.* Torino: Enaip Piemonte.
- Spinelli, B. (2006). *Il Quadro e la prospettiva interculturale.* In Mezzadri, M. (a cura di). *Integrazione Linguistica in Europa: Il Quadro Comune Di Riferimento per Le Lingue.* Torino: Utet Libreria.
- Ting-Toomey, S. (1999). *Communicating Across Cultures.* New York: The Guilford Press.
- Vannoni, D. (2009). *L'ergonomia cognitiva per i beni culturali.* In Bozzola, M. (a cura di). *D.Cult Piemonte. Il design per i beni culturali e ambientali*, pp. 24-29. Milano: Lybra Immagine.
- Vlachou, M. (2017). *The Inclusion of Migrants and Refugees: The Role of Cultural Organisations.* Almada: Acesso Cultura.
- Zingale, S. (2020). *Design o progettualità? Il progetto come trasformazione inventiva.* In Deni, M., Mangano, D. (a cura di). *Ocula n.21. Quando è design / When is design / Quand c'est du design*, pp. 51-72. Bologna: Associazione Ocula.



## Output metodologico

### 6.1 Messa a fuoco di linee guida metodologiche

*“The field of design research is a marketplace of methodological diversity.”*

Ben Matthews, Margot Brereton,  
*Navigating the methodological mire*, 2014

Come si è già voluto anticipare, le riflessioni affrontate in questo capitolo non vogliono offrire una metodologia di lavoro *ex novo*, quanto piuttosto identificare nel concetto di design per la promozione del dialogo interculturale un **integrazione all'approccio metodologico** che attraversa trasversalmente differenti ambiti di progetto e che arricchisce (spesso anche strutturalmente) la pluralità di modelli cognitivi e approcci progettuali sviluppati per consentire ai professionisti di eseguire diversi tipi di risoluzione dei problemi in situazioni complesse.

Il designer consapevole della complessità socio-culturale in cui opera ricerca per il proprio *output* di progetto (si configuri esso come un prodotto, un servizio o un'azione strategica) un valore culturale aggiunto associato all'ampiezza e alla precisione delle prestazioni offerte (De Giorgi & Germak, 2008).

Viene qui di seguito adottata come chiave di lettura di partenza la metodologia prestazionale e deduttiva<sup>75</sup> sviluppata e trasmessa all'interno del Corso di Laurea in Design e Comunicazione del Politecnico di Torino, per

<sup>75</sup> Di fatto un'evoluzione della metodologia esigenziale-prestazionale di Ciribini (Ciribini G., 1987, *Della «cultura tecnologica della progettazione»*; e G. Ciribini, *Tecnologia e progetto*, Celid, Torino, 1984).

ampliarla e declinarla in un'ottica applicativa contestuale all'ambito di ricerca.

Il processo progettuale (Fig. 25) nel suo complesso si compone di due macro-fasi: una di *metaprogetto* e una di *sviluppo del progetto*. Fasi che, a loro volta, sono definite da delle sotto-articolazioni (scenario, sistema esigenziale, progetto di massima e fase esecutiva) a cui corrispondono specifiche azioni.

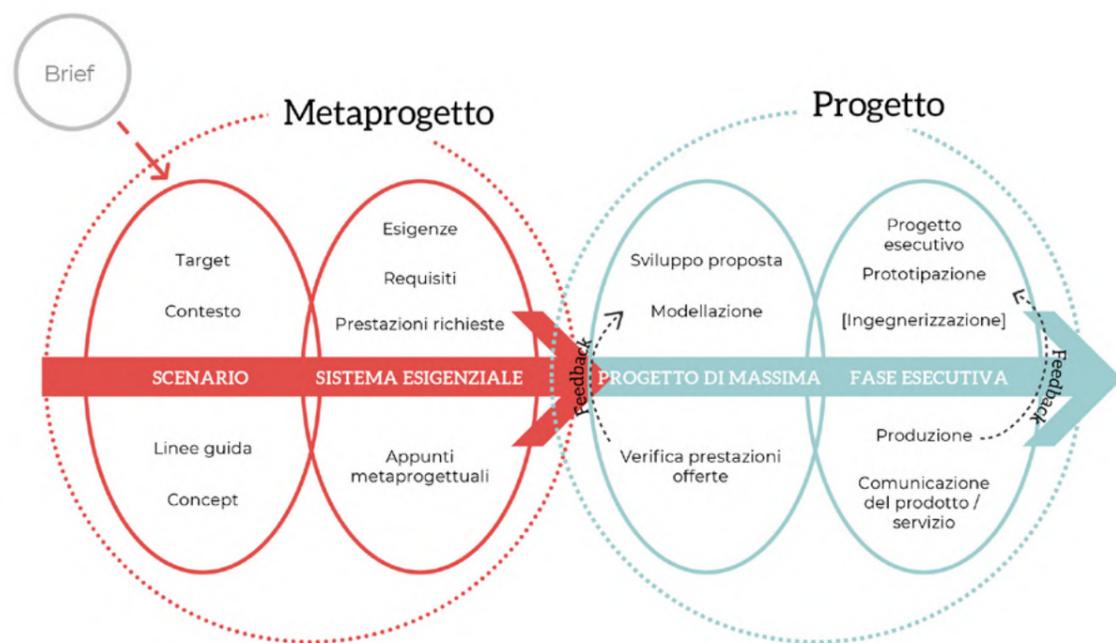


Fig. 25 Schema processuale e metodologico adottato dal Politecnico di Torino nel Corso di Laurea in Design e Comunicazione

Senza entrare nel dettaglio dell'articolazione di questo approccio metodologico, si vogliono porre da subito tre riflessioni:

1. la prima è che l'implementazione delle linee guida proposte in questa ricerca riguarda prevalentemente la fase analitica *metaprogettuale* (con alcune osservazioni critiche puntuali anche relative alla fase di sviluppo del progetto);
2. la seconda è che la linearità visiva del modello qui riportato tende in parte a svalutare l'importanza processuale del confronto costante (*sistema di feedback*) con il contesto culturale oggetto di indagine;
3. infine, facendo riferimento al settore del design per la valorizzazione dei beni culturali attraverso l'esplorazione del rapporto tra società multiculturale e accessibilità culturale (in particolare utilizzando

un approccio interculturale), il designer si trova ad operare in un contesto progettuale di estrema *complessità*, in termini di strumenti e metodologie di intervento afferenti a discipline di varia natura.

Come correttamente osservato da Vittoria Bosso, infatti all'interno di questi contesti di intervento la sfera di azione del design rimanda a specifiche situazioni/circostanze, piuttosto che a veri e propri step: "un *ciclo progettuale* che non sia da intendere come un percorso rigido e sequenziale, ma che preveda l'inserimento flessibile del designer in diversi momenti (a seconda della richiesta della committenza e del tipo di progetto). Talvolta, il designer potrebbe presenziare dall'inizio del progetto, altre volte potrebbe, invece, doversi inserire in corso d'opera (e quindi operare sulla base di una ricerca desk e di campo già svolta da altri) o, ancora, essere interpellato solo a progetto già avviato per il supporto al monitoraggio e alla valutazione d'impatto" (Bosso, 2021, pag. 167).

### 6.1.1 Marker interculturali

Gli elementi chiave integrativi all'attuale approccio si costruiscono sostanzialmente intorno all'estrazione consapevole dei *markers interculturali*, elementi distintivi di specifici contesti culturali, e alla traduzione di queste caratteristiche in prodotti o servizi evoluti ed altamente rappresentativi (Lin & al., 2007).

Il primo chiarimento semantico riguarda quindi la definizione dei *markers culturali e identitari* (anche definibili *ethnic markers*): si tratta di fattori legati all'aspetto e alle sembianze fisiche (tra cui anche le caratteristiche somatiche), alle modalità di interazione e relazionali, ai valori e ai significati associati, alle ritualità, alla cultura materiale, alle gestualità, ai fattori funzionali e comportamentali, che offrono un quadro esplicativo di come gli individui coordinano le loro norme e i loro comportamenti con gli altri (Bell & Peagle, 2021)<sup>76</sup>.

Questi elementi sociali sono di estremo interesse per il designer nella progettazione all'interno di contesti multiculturali: il background culturale soggettivo (che risiede in un contesto collettivo di appartenenza diretta o trasmessa) coordina infatti i valori e i comportamenti

<sup>76</sup> Schnell (1990), ad esempio, ne individua ben 80 suddivisi nelle seguenti categorie (non necessariamente trattate come variabili separate): uso e padronanza della lingua; confessione e pratica religiosa; affiliazione soggettiva a un certo gruppo etnico; percezione della discriminazione; contatti con i gruppi etnici dominanti e stranieri; contatti con il Paese d'origine; auto-identificazione; desiderio di coesione etnica; desiderio di vita segregata; sensazione di mancanza di casa; simpatia per le diverse nazioni; obiettivi dell'istruzione; orientamento al ruolo di genere; abitudini culturali (musica, video, giornali, cibo); riconoscimento delle festività nazionali.

che vengono trasmessi all'interno di una società, manifestandosi in caratteristiche come abbigliamento, cucina, lingua, ricchezza e *status symbol*, e altro (Baronchelli et al, 2022).

Certamente l'individuazione e la categorizzazione etnografica dei *markers culturali* è argomento ancora di ampia discussione, soprattutto legato alla difficoltà di definirne delle matrici scientifiche sistematiche (Fershtman & Gneezy, 2001; Simpson, 2006; Chen et Li, 2009; Koopmans & Veit, 2014; Ejstrup et al, 2014; Bell & Peagle, 2021; Baronchelli et al, 2022), e tuttavia, a livello empirico, il fattore chiave da considerare è che gli elementi assumono lo *status* di *markers culturali* quando sono comunemente utilizzati in un determinato gruppo culturale rispetto a quelli meno diffusi o assenti in altri gruppi, quando presentano cioè delle evidenze di *ricorsività* all'interno di una comunità di riferimento.

L'accezione che vuole essere presa in considerazione in questa ricerca è quella di *marker* di tipo **interculturale**, che possono essere definiti come elementi maggiormente prevalenti all'interno di un particolare gruppo culturale ma che sono considerati sorprendenti e notevoli da un altro gruppo culturale (Bruns & al., 2012).

Se è innegabile che il background culturale di una determinata comunità oggetto di indagine influenza profondamente lo sviluppo di un progetto, è anche vero che il contesto territoriale stesso (portatore lui medesimo di numerose "sotto-identità") plasma le chiavi di lettura e gli obiettivi di una progettazione di tipo interculturale. In un'interessante analisi sviluppata da Jan Carel Diehl nel 2006, l'autore distingue sette aree relative alla diversità culturale che possono influenzare il processo di sviluppo di un progetto (Fig.26). Il gruppo pratico è composto da elementi relativi al processo di progettazione (metodologia, procedure), alla *design education* (trasferimento di conoscenze progettuali tra culture), alla strategia (aziendale e marketing) e ai designer (ossia le influenze culturali soggettive portate dal progettista stesso). Il gruppo teorico è composto da elementi di "estetica" (preferenza per alcuni elementi visivi specifici in culture diverse), semantica (interpretazione del design e della funzione) e interazione uomo-prodotto (l'uso effettivo dei prodotti in culture diverse).

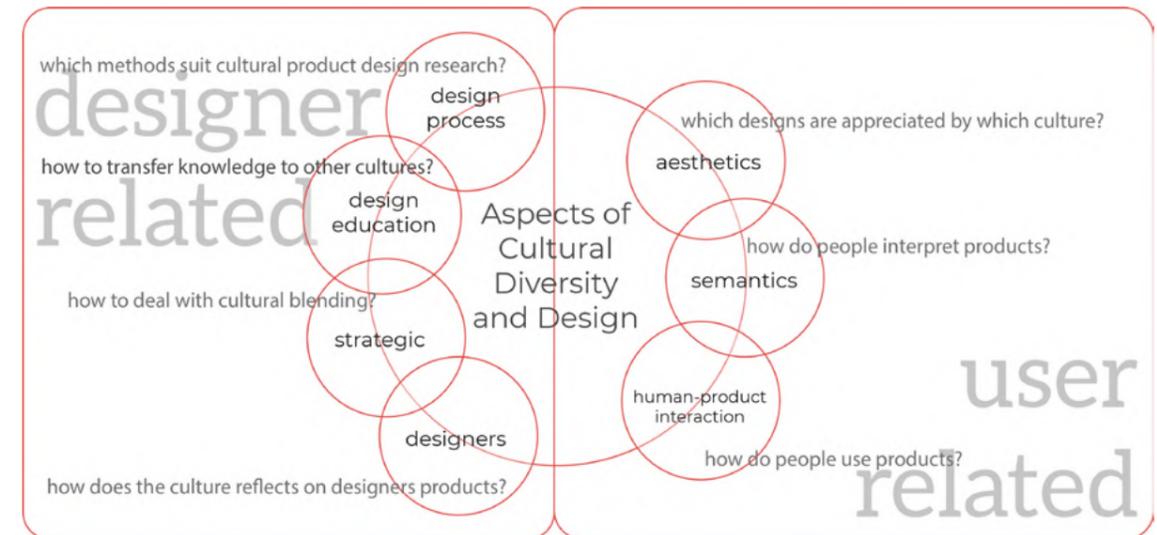


Fig. 26 Mappatura delle aree sulla diversità culturale e design (Diehl, 2006)

### 6.1.2 Approccio relazionale

Come anticipato nel capitolo precedente, il designer all'interno di questi processi assume il ruolo (diretto o indiretto) di "mediatore pro-attivo" di saperi e di esperienze: un facilitatore in grado, collaborando con le altre figure disciplinari coinvolte, di navigare nelle complessità culturali e di creare spazi di interazione - partecipata e iterativa - durante l'intero ciclo di sviluppo progettuale. E l'importanza della natura collaborativa di questi processi è risultata evidente anche all'interno dei casi studio mappati in precedenza.

Inoltre, dalla lettura critica degli stessi, si è esplicitata un'ulteriore tendenza di tipo relazionale: ossia l'efficacia (in termini di coinvolgimento attivo e di diffusione di pratiche) della promozione di iniziative *top-down*, che partono cioè da un obiettivo generico e lavorano a ritroso per determinare le azioni che dovranno svolgere i diversi attori per raggiungere lo scopo prefissato.

La figura del designer si pone quindi, tra gli obiettivi primari, l'individuazione di una rete di stakeholder e l'incentivazione e la creazione di un terreno progettuale in grado di attivare la partecipazione diretta degli stessi al processo di sviluppo dell'iniziativa. Questo lavoro di mappatura degli attori risulta essenziale all'interno di queste progettualità dalla forte matrice sociale poichè facilita l'identificazione e l'esplorazione delle necessità,

la lettura dei bisogni e delle risorse territoriali e comunitarie, nonché la coerenza culturale - in termini di efficacia e accessibilità - delle soluzioni trasformatrici da implementare (Bosso, 2021).

E nell'attivazione di questi processi in grado di generare progetti consapevoli e realmente basati sul dialogo interculturale - inteso come scambio reciproco di competenze e aspettative - vengono in supporto le azioni tecniche di coinvolgimento e approccio inclusivo tipiche del *Participatory Design* (Tab. 09), nonché l'adozione di alcuni metodi qualitativi derivanti dalla ricerca sociale<sup>77</sup>.

<sup>77</sup> Quali, ad esempio, l'osservazione partecipante, l'intervista discorsiva e il focus group (Dovigo, 2005).

Strumenti e tecniche	Sondare i partecipanti	Innescare interesse	Migliorare comprensione	Generare idee
Creare oggetti tangibili				
2-D collages	X	X	X	X
2-D mappings		X	X	X
3-D mock-ups			X	X
Parlare, raccontare e spiegare				
Diari e registri quotidiani	X	X	X	
Schede per organizzare e categorizzare le idee			X	X
Agire, recitare e giocare				
Giochi da tavolo e a corpo libero		X	X	X
Oggetti di scena e scatole nere			X	X
Ideazione e realizzazione partecipata				X
Improvvisazione				X
Recitazione, scenette e giochi di ruolo			X	X

Tab. 09 Strumenti e tecniche del *Participatory Design* organizzate per tipologia di azione e scopo (sintesi da Binder et al., 2012)

## 6.2 Integrazioni all'approccio metodologico

Partendo dal quadro teorico delineato, è stata quindi sviluppata una sintesi delle linee guida metodologiche integrative (Fig. 27) che indagano i punti di interazione tra culture diverse andando a creare nuove narrazioni intorno ad essi e che aiutino i designer a sviluppare progetti interculturali efficaci.

Lo sviluppo di questo approccio consiste, dato un tema progettuale nell'estrarre i *marker interculturali* distintivi da specifici contesti culturali e poi tradurre queste caratteristiche in prodotti o servizi altamente rappresentativi (Lin & al., 2007).

Per semplificarne la narrazione, queste linee guida verranno suddivise per blocchi spiegati singolarmente.

### Esplorazione del contesto

Innanzitutto, è necessario attuare un'attenta analisi dei contesti e delle storie collettive legate al tema di indagine, mappando e analizzando anche casi di studio internazionali, laddove necessario, accanto all'analisi territoriale.

La creazione di questo *framework* di base è essenziale per comprendere le interpretazioni soggettive e il ruolo sociale dei possibili comportamenti culturali messi in atto, nonché per conoscere adeguatamente alcuni principi chiave condivisi dalle culture che convivono in uno determinato territorio, in modo da non cadere in errori concettuali e interpretativi.

Per quanto riguarda lo scenario complessivo, sarebbe importante riuscire a creare, come anticipato, un approccio di ricerca interdisciplinare (Muratowsky, 2016), coinvolgendo altre competenze accanto a quella del design, a partire da sociologi e antropologi, per poter definire un sistema essenziale coerente e completo.

### Denominatori comuni

Il secondo *step* consiste nell'identificazione di un sistema di denominatori comuni, rappresentato sia dai *marker culturali* (tangibili, intangibili o comportamentali) condivisi da due o più culture analizzate - i già citati *marker interculturali* - ma anche da tutti quegli elementi che, pur essendo simili per certi aspetti, assumono sfumature di significato a seconda della cultura di riferimento (elementi che potremmo collocare all'interno di una "area di prossimità"). Ad

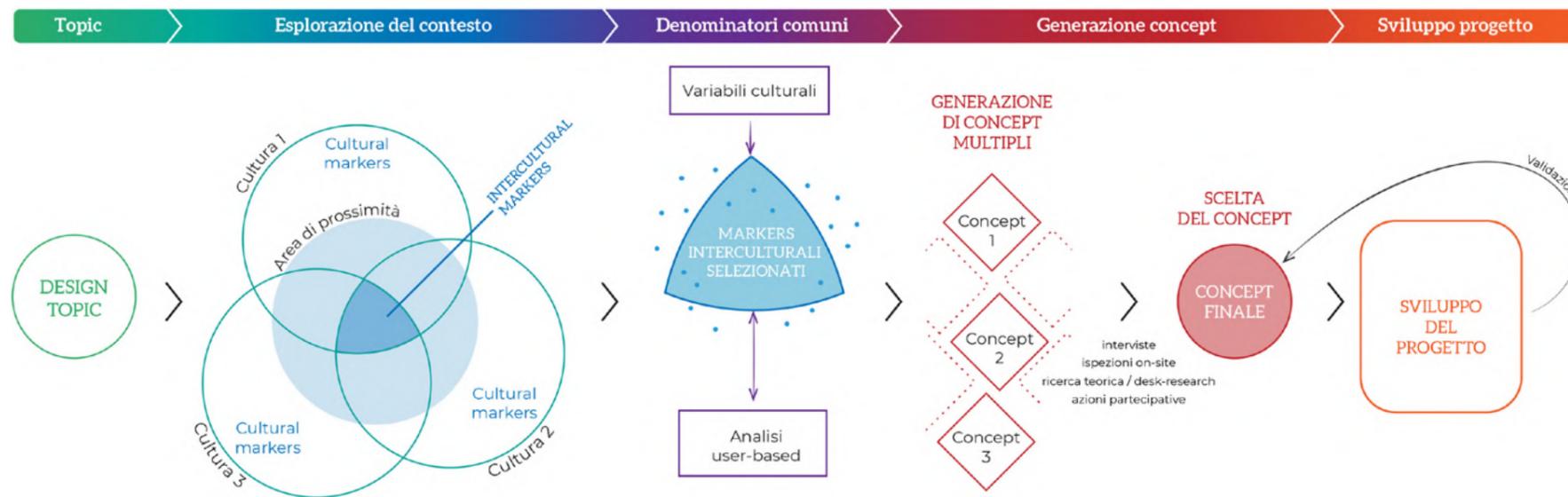


Fig. 27 Sintesi delle linee guida metodologiche integrative per lo sviluppo di progetti interculturali

affiancare questa analisi di matrice culturale, nella costruzione dello scenario va inoltre considerato l'ambiente complessivo, legato alle questioni economiche e sociali, nonché le tecnologie disponibili.

I diversi significati che i *marker culturali* identificati e "selezionati" assumono nel contesto di culture diverse e le relative implicazioni sociali dovranno essere a questo punto ulteriormente analizzati: il progettista deve infatti prestare molta attenzione alle variabili sociali e culturali (vedi Box 05, capitolo 4) che possono influenzare radicalmente i risultati del progetto, come le differenze di comportamento, di prospettiva e di valori tra persone appartenenti a società o gruppi culturali diversi. Questa fase si concentra anche su un'analisi *user-based* per esplorare l'interazione tra cultura e tecnologia, il dialogo tra utenti e progettisti e la comprensione delle esigenze dei singoli attori in relazione all'ambiente culturale.

#### Generazione del concept

Questa fase consiste nello sviluppo di diverse risposte concettuali attraverso la definizione di possibili soluzioni e approcci mediante ricerche teoriche, interviste, ispezioni *in loco* (se necessario), *feedback*, discussioni, azioni di progettazione partecipata, sempre rimanendo coerenti con le riflessioni sviluppate durante le fasi analitiche precedenti.

In questa operazione la componente partecipativa (indipendentemente dalla tecnica adottata) è molto importante perché permette di assicurarsi che il concept selezionato - o una combinazione di alcuni di essi - sia nell'effettivo il più appropriato così da poter avviare la fase di sviluppo del processo di progettazione. Ciò richiede la comprensione di come altre culture interpretano immagini, *layout*, colori, simboli, forme, texture, modelli e altri elementi simbolici (McMullen, 2016).

#### Sviluppo del progetto

Una volta definito il concept più rappresentativo, inizia lo sviluppo del progetto, quindi dalla fase di progettazione preliminare (progetto di massima) a quella esecutiva. In questa fase metodologica si avvia anche la verifica della qualità del progetto (processo di validazione), confrontando le prestazioni offerte con il sistema esigenziale definito.

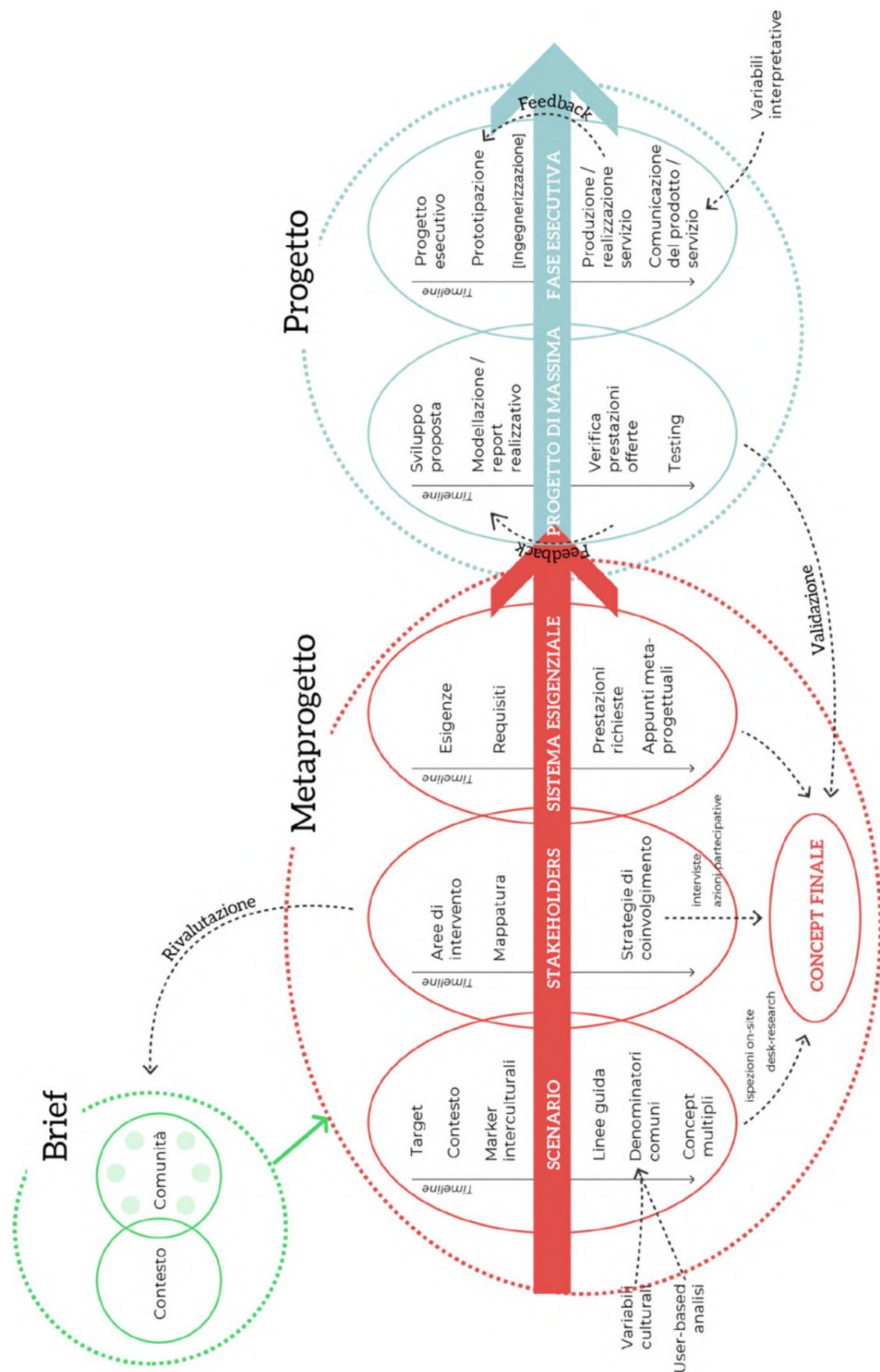
### 6.2.1 Schema integrato

Nello schema presente nella pagina successiva (Fig.28) è possibile percepire, alla luce delle riflessioni appena sviluppate e delle analisi condotte in fase esplorativa, come il modello metodologico di partenza possa essere implementato e adattato in funzione degli obiettivi di ricerca.

Come già anticipato, lo schema proposto non è da intendersi come esaustivo: la natura "embrionale" di questo settore di ricerca, seppur forte di una base teorica fondante, porta con sé delle inevitabili possibilità di affinamento e discussione, che si svilupperanno anche in vista di future sperimentazioni più strutturate e sistematiche.

Ai fini di questa ricerca, la validazione sperimentale di questo approccio è stata avviata attraverso un processo di ricerca-azione che nei capitoli successivi verrà approfonditamente descritto.

Fig. 28 Nella pagina successiva: approccio metodologico integrato



References

Bell, A. V., Paegle, A. (2021). *Ethnic Markers and How to Find Them*. In *Human Nature* n. 32, pp. 470-481.

Binder, T., Brandt, E., Sanders, E. (2012). *Tools and techniques: Ways to engage telling, making and enacting*. In Simonsen, J. Robertson, T. (a cura di). *Routledge International Handbook of Participatory Design*, pp.145-181. Londra: Routledge.

Bosso, V. (2021). *Formare al design per l'impatto sociale*. Tesi di Laurea Laura Magistrale in Design Sistemico, Politecnico di Torino.

Brereton, M., Matthews, B. (2014). *Navigating the methodological mire. Practical epistemology in design research*. In Rodgers, P., Yee, J. (a cura di). *The Routledge Companion to Design Research*. Londra: Routledge.

Bruns, M., Tomico Plasencia, O., Kint, J. M. L. (2012). *Applying intercultural markers obtained from cooking in the design process*. In Zampollo F., Smith C. (Eds.), *Proceedings of the 1st International Conference on Designing Food and Designing for Food, ICDFFDF, June 28-29, 2012, London, UK*, pp. 140-155.

Chen, Y., Li, S. X. (2009). *Group identity and social preferences*. In *American Economic Review* n.99, pp. 431-457.

De Giorgi, C., Germak, C. (2008). *Design dell'esplorazione*. In Germak, C. (a cura di). *Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo*. (pp. 53-70) Torino: Allemandi.

Diehl, J. C. (2006). *Globalization and cross-cultural product design*. In *Proceedings DESIGN 2006, the 9th International Design Conference, Dubrovnik, Croatia*, pp. 503-509.

Dovigo, F. (a cura di) (2005). *La qualità plurale. Sguardi transdisciplinari sulla ricerca qualitativa*. Milano: FrancoAngeli.

Fershtman, C., Gneezy, U. (2001). *Discrimination in a segmented society: An experimental approach*. In *The Quarterly Journal of Economics* n. 116, pp. 351-377.

Gasparotto, S., Ziliani, M. (2019). *Design for migration. Metodologie di progetto per l'innovazione sociale*. Pisa: Scienza e Pace.

Guglielmetti, I. (2011). *Patrimoni immateriali e Design Thinking: La "dote" di un designer nel progetto E.C.H.I., Etnografie italo-svizzere per la valorizzazione del patrimonio immateriale dell'area transfrontaliera. Un'esperienza in corso*. In *La Ricerca Folklorica*, n. 64, pp 105-117.

Jensen, N. H., Petersen, M. B., Høgh-Olesen, H., Ejstrup, M. (2015). *Testing theories about ethnic markers: Ingroup accent facilitates coordination. Not cooperation*. In *Human Nature* n.26, pp. 210-234.

Koopmans, R., Veit, S. (2014). *Cooperation in ethnically diverse neighborhoods: A lost-letter experiment*. In *Political Psychology* n. 35, pp. 379-400.

Lin, R., Sun, M.-X., Chang, Y.-P., Chan, Y.-C., Hsieh, Y.-C., Huang, Y.-C. (2007). *Designing "Culture" into Modern Product - A Case study of Cultural Product Design*. In *Proceedings of the Usability and Internationalization HCI and Culture, Beijing, China, 22-27 July 2007*, pp. 388-397.

McMullen, M. (2016). *Intercultural Design Competence: A Guide for Graphic Designers Working Across Cultural Boundaries*. In *The International Journal of Visual Design*, 10(3), pp.19-30.

Muratowsky, G. (2016). *Research for designers. A guide to methods and practice*. Londra: SAGEpublications.

Ozaita, J., Baronchelli, A., Sánchez, A. (2022). *Ethnic markers and the emergence of group-specific norms: an experiment*. In *Scientific Reports* n.12, 5068.

Schnell, R. (1990). *Dimensions of ethnic identity*. In H. Esser, J. Friedrichs (a cura di). *Generation and identity: Theoretical and empirical contributions to the sociology of migration*, pp. 25-42. Opladen, Germania: Westdeutscher Verlag.

Simpson, B. (2006). *Social identity and cooperation in social dilemmas*. In *Rationality and Society* n.18, pp. 443-470.

## Sezione 3

### Ricerca-azione: un nuovo Centro (inter)culturale per la Città di Torino

---

In contemporanea e in supporto alla definizione di queste linee guida metodologiche è stata avviata una sperimentazione pilota che segue il quadro progettuale proposto.

Il progetto di ricerca che verrà descritto in questa sezione è nato nell'ambito di una collaborazione tra il Politecnico di Torino e la Confederazione Islamica Italiana con il fine di sviluppare un nuovo Centro Culturale nella Città di Torino. Questa realtà sarà collocata all'interno di un edificio dismesso che è stato sede di una delle più importanti fonderie di caratteri tipografici in Italia - la Ex Fonderia Nebiolo - e che è di fatto un patrimonio culturale storico della Città.

Obiettivi primari di questa collaborazione sono stati la costruzione del progetto scientifico dei contenuti e il supporto al processo decisionale della Confederazione Islamica nonché l'esplorazione di nuove modalità di comunicazione in grado di stimolare lo scambio interculturale ma anche di raccontare la storia di questo patrimonio, attraverso scale di intervento a diversi livelli, come il linguaggio visivo da adottare, il tono di voce, gli approcci comunicativi (esterni o nel rapporto con le istituzioni territoriali), le tipologie di eventi, le attività di gestione quotidiana, e più in generale tutto ciò che crea l'immagine veicolata del Centro stesso.

# 7

## La ricerca-azione come strumento di validazione

### 7.1 La ricerca-azione: inquadramento semantico

*“È nella logica del progetto territoriale, quindi anche del design territoriale e del design dei beni culturali, assegnare una importanza fondamentale alla partecipazione degli stakeholders locali e della complessità degli attori che agiscono nel territorio.”*

Carlo Franzato, *Design dei beni culturali nel progetto territoriale*, 2008

Date le premesse metodologiche delineate nel capitolo precedente, uno degli approcci attuativi più coerenti per la validazione e la ridefinizione - più intesa come un “affinamento tecnico” - del processo progettuale è risultato essere lo strumento della **ricerca-azione**<sup>78</sup>.

Essa si configura come un approccio di *ricerca pratica* che “mira ad apportare cambiamenti trasformativi al contesto d’indagine attraverso il simultaneo processo di azione e ricerca” (Laureti, 2019, p.81) e che trova ampio spazio all’interno delle metodologie processuali adottate nella disciplina del design (Bernhardsson et al, 2018).

Dall’analisi della letteratura relativa a questo approccio (tra cui Swann, 2002; Cole et al, 2005; Villari, 2005; Henfridsson et al, 2011; Muratowsky, 2016; Bernhardsson et al, 2018) emergono alcuni punti cardine intorno ai quali viene strutturata e che risultano particolarmente

<sup>78</sup> Un approccio di ricerca nato e sviluppatosi nell’ambito della psicologia sociale e introdotto per la prima volta da Kurt Lewin nel 1946.

affini con gli obiettivi di questa ricerca.

Il primo riguarda sostanzialmente l'**individuazione contestuale di un problema** e la corretta formulazione delle domande di progetto. La ricerca-azione facilita infatti una immersione totale all'interno di un tessuto territoriale nelle sue differenti componenti sociali, economiche e culturali. Ciò permette al progettista (e a tutti coloro che collaborano nello sviluppo dell'azione progettuale) di "assorbire" in tempi relativamente rapidi e sostanziali alcune delle principali dinamiche relazionali che caratterizzano il contesto di azione. E ciò avviene attraverso un'interazione diretta con gli attori locali (cittadini, associazioni, enti, professionisti) assieme ai quali si avviano dei meccanismi *bottom-up* di sviluppo territoriale (Franzato, 2008) - che, come già evidenziato nei capitoli precedenti, si configurano come uno degli aspetti fondamentali in questo tipo di progettualità dalla forte valenza sociale.

In secondo luogo questo approccio è caratterizzato dalla messa in atto di una serie di **azioni partecipative**, dove i ricercatori e i progettisti collaborano tra loro e con altri stakeholders di rilievo (Muratowsky, 2016) attraverso tecniche di coinvolgimento e approccio inclusivo tipiche del *Participatory Design* (si veda la Tab. 09 nel capitolo precedente), nonché tramite l'adozione di alcuni metodi qualitativi derivanti dalla ricerca sociale, quali l'osservazione partecipante, l'intervista discorsiva e il focus group (Dovigo, 2005).

La strutturazione di una mappatura degli attori da coinvolgere (direttamente o indirettamente) nel processo progettuale è certamente un'operazione prioritaria in funzione dello sviluppo di un'adeguata azione a livello territoriale. Queste figure possono essere individuate, ad esempio, nelle amministrazioni pubbliche, così come negli enti e negli operatori (pubblici e privati) del territorio (o la cui sfera di influenza ha ampie ricadute locali), fino al complesso della cittadinanza, ponendo particolare attenzione alle sue diverse sfaccettature sociali e culturali.

Progettisti, ricercatori, stakeholders locali ed esperti afferenti a diverse discipline avviano in questo modo un rapporto multidirezionale che ha come scopo l'elaborazione di uno o più concept progettuali coerenti con le caratteristiche del contesto oggetto di intervento.

Infine, un ulteriore elemento chiave risiede nel fatto che la ricerca-azione è un **processo iterativo** di azione-

riflessione-verifica (Fig. 29) in uno studio sistematico e documentato (Swann, 2002): una spirale ciclica ricorsiva attraverso la quale è possibile verificare, validare o ridefinire le premesse teoriche di partenza dell'azione sperimentale.

Certamente, data la sua natura fortemente contestuale, la ricerca-azione non si pone l'obiettivo di delineare dei risultati "generalizzabili e repentinamente esportabili ad altri contesti" (Lisbeth, 1993; Cohen e Manion, 1984), ma quanto più di strutturare delle linee guida *processuali* scalabili, nonché di generare delle *good practices* di intervento.

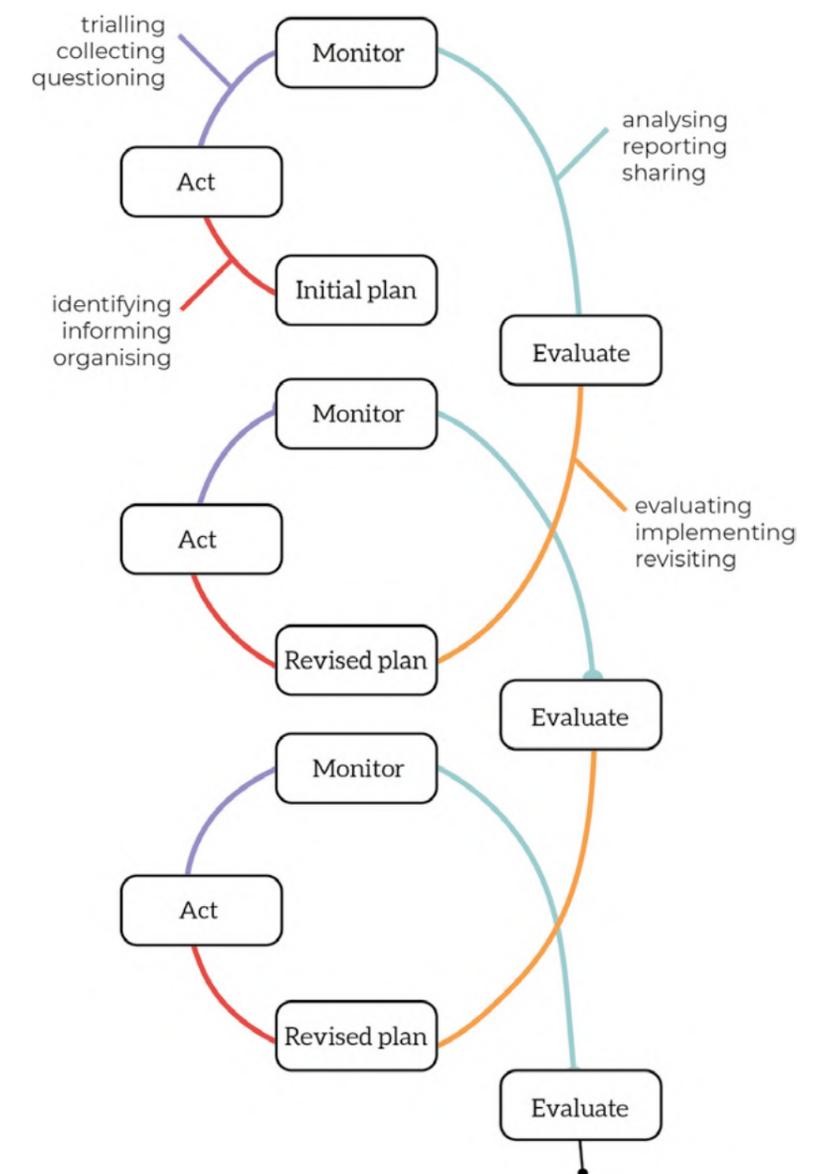


Fig. 29 Il processo dell'Action Research. Rielaborazione da Gjoko Muratowsky, 2016

## 7.2 Mappatura e definizione delle opportunità di intervento

La definizione quindi di un'occasione di sperimentazione pratica delle riflessioni sviluppate all'interno del quadro teorico, è risultata essere una tra le azioni di maggior rilievo nella prosecuzione del percorso di ricerca.

Questa fase è stata avviata contestualmente con l'implementazione dell'indagine teoretica ed è andata delineandosi man mano che il quadro della mappatura si arricchiva di casi studio e progetti di particolare interesse progettuale. Questa raccolta ha infatti permesso di andare ad individuare, col tempo, le realtà culturali presenti a livello nazionale e internazionale più attive sul tema dell'accessibilità culturale e, attraverso un processo di selezione interna e "captazione" di opportunità esterne, si sono andate ad instaurare una serie di occasioni di confronto e dialogo con questi poli culturali. Tali momenti di incontro sono andati strutturandosi in diverse fasi del percorso di ricerca, ognuno dei quali con un obiettivo differente.

Le prime due esperienze (la Master Class e il dialogo col Museo Egizio di Torino) hanno riguardato più un supporto nella fase di conoscenza degli strumenti e dei processi di attuazione di attività di accessibilità culturale. La terza occasione (lo sviluppo di un nuovo Centro Culturale a Torino) è quella che può essere definita come la vera e propria fase di ricerca-azione e che troverà ampio spazio descrittivo all'interno di questa sezione.

### 7.2.1 La Master Class "Il museo: caso studio per progetti accessibili e inclusivi"

La Master Class "Il museo: caso studio per progetti accessibili e inclusivi" è stata realizzata nel 2020 a Torino ed è stata promossa dall'associazione torinese "+Cultura Accessibile"<sup>79</sup> in collaborazione con il Circolo del Design e Palazzo Madama.

Obiettivo dell'iniziativa è stato quello di fornire ai partecipanti **strumenti conoscitivi e progettuali** su come rendere accessibile un museo, in quanto luogo che racchiude in sé sia numerose opportunità di fruizione multidimensionale ma anche una serie di criticità legate alla configurazione degli edifici e dei servizi offerti.

Il focus teorico si è quindi articolato intorno alle tematiche dell'accessibilità fisica e cognitiva, affiancando una sperimentazione di natura prevalentemente analitica all'interno di Palazzo Madama (Torino).

La Masterclass si è strutturata in cinque giornate di *full immersion* ed ha visto la collaborazione di partecipanti provenienti da diversi contesti professionali (architettura, design di prodotto e comunicazione, organizzazione eventi, servizi educativi, ecc.), accomunati dall'interesse verso nuove sfide per la fruizione del patrimonio culturale. Questo aspetto di **multidisciplinarietà** è risultato di grande rilievo nell'analisi del contesto di intervento, poichè ha permesso di cogliere aspetti di potenziale intervento progettuale inerenti alle sensibilità professionali dei diversi attori.

Le tematiche della diversità umana, del rapido cambiamento dei profili demografici (inerenti la disabilità, l'invecchiamento, le migrazioni...), gli esempi di applicazioni nonchè l'opportunità di interagire direttamente con i visitatori di Palazzo Madama - per indagare le esperienze, i livelli di conoscenza e le aspirazioni in relazione al museo stesso - ha dato la possibilità di creare un background teorico forte per una successiva analisi critica del contesto di intervento.

L'identificazione delle sfide da affrontare e la stesura di un progetto strategico di massima (**Box 06**) è stato infine condiviso con i referenti del museo stesso al fine di avviare un confronto sulle potenzialità attuative ma anche sulle diverse criticità economiche e organizzative a cui il Museo sarebbe dovuto andare incontro per lo sviluppo di alcune delle azioni proposte.

<sup>79</sup> Realtà torinese attiva nel campo dell'accessibilità e dell'inclusione culturale (soprattutto da un punto di vista fisico e sensoriale) nonchè membro di EIDD - Design For All Europe.

Box 06 Master Class 2020. Progetto “Io c’entro. Esperienza a Palazzo”

# IO C'ENTRO

## esperienza a Palazzo



**Gruppo di lavoro:**  
 Caputo, I.;  
 Paggetti, M. G.;  
 Ronco, F.;  
 Tampone, M.

**Luogo:** Palazzo Madama,  
 Torino (Italia)

La proposta sviluppata dal gruppo di lavoro si è basata sulla volontà di operare sugli aspetti positivi già presenti all'interno museo, andandoli a potenziare attraverso idee puntuali e contestuali. La scelta di elaborare delle proposte provenienti da “ciò che il museo già possiede” piuttosto che individuare filoni progettuali *ex novo* si inserisce in una riflessione legata alla sostenibilità economica dell'intervento, nonché alla volontà di valorizzare il più possibile il patrimonio e i servizi già presenti andandone ad esplicitare, per l'appunto, il valore intrinseco piuttosto che generarne di nuovo. A seguito di queste riflessioni, infatti, le azioni proposte si collocano principalmente su un piano strategico di comunicazione (interna ed esterna) e di promozione di eventi.

Obiettivo di questa tesi non è quello di entrare nel dettaglio in merito a questa specifica esperienza, tuttavia nelle pagine successive si vuole offrire una panoramica delle fasi di analisi e sviluppo dell'azione sperimentale, in modo da evidenziare le strategie metodologiche attuate e gli strumenti messi in campo - che hanno offerto delle basi per l'elaborazione di alcune delle riflessioni teoriche raccontate nei capitoli precedenti di questa tesi.

Fig. 30 Estrapolazione di alcune delle slides di presentazione dell'analisi progettuale



**INDIVIDUAZIONE DELLE SFIDE:**  
Aspetti positivi da potenziare

- Caffetteria curata e luminosa
- Torre panoramica
- Giardino
- Contesto/piazza → centro Torino anche da un punto di vista geografico
- Stratificazione storica Palazzo
- Parte del sistema delle Residenze Reali e Patrimonio Mondiale Unesco
- Volontà anche se non coordinate
- Canali social attivi
- Ricchezza collezioni
- Interessante identificazione degli armadietti

Luoghi belli ma non comunicati, "nascosti"

Masterclass DFA\_RICERCA

**INDIVIDUAZIONE DELLE SFIDE:**  
Aspetti positivi da potenziare

palazzo madama

**INDIVIDUAZIONE DELLE SFIDE:**  
A livello strategico \_ COMUNICAZIONE (ACCESSIBILITÀ COGNITIVA)

- Interna:** confusa, stratificata e non uniforme → a livello visivo e contenutistico
- Mancanza di un **percorso narrativo** continuo ("fil rouge")
- Uso di un **linguaggio descrittivo** molto specialistico e poco accessibile alla maggior parte dei visitatori
- Poca attenzione a **Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA)** e alle **diverse disabilità** nello sviluppo della cartellonistica: tipologia di font, dimensione, contrasto

vidente invece nei canali social)

Masterclass DFA\_RICERCA

**INDIVIDUAZIONE DELLE SFIDE:**  
A livello strategico \_ ACCESSIBILITÀ SENSORIALE E MOTORIA

- Necessità **accompagnatore** → no autonomia / esclusione
- Personale** di sala da formare → trasformarli in figure "attive"
- Assenza di **stimoli uditivi**
- Problema della **valorizzazione** delle opere / **interazione**
- Bookshop** poco visibile
- Posizionamento e quantità** opere / info
- No senso di **accoglienza**

Masterclass DFA\_RICERCA



**interno | piano secondo**

cosa vedo? cosa leggo? dove vado?

Masterclass DFA\_RICERCA

**interno | piano secondo suggerimenti**

didascalie interattive

aule didattiche

modelli tattili 3D

Museo Colle del Duomo di Viterbo

palazzo madama

**scalone Juvarriano**

cosa vedo? posso toccare?

Masterclass DFA\_RICERCA

**scalone Juvarriano suggerimenti**

modello tattile

suoni e installazioni

esperienze a tema

Museo Omero Ancona

palazzo madama

**conclusioni**

IO C'ENTRO  
esperienza e Palazzo

utente al centro  
multisensorialità  
esperienza  
accoglienza  
racconto

palazzo madama

Masterclass DFA\_RICERCA

## 7.2.2 Il Museo Egizio di Torino e le azioni di accessibilità culturale

<sup>80</sup> Alla presenza di Paola Matossi L'Orsa (Direttrice Marketing, Comunicazione e Relazioni Esterne), Federica Facchetti e Alessia Fassone (curatrici).

L'attivazione nel 2020 di un dialogo con il Museo Egizio di Torino<sup>80</sup> nasce in concomitanza con avvio alla fase di ricerca mirata all'individuazione e mappatura di *good practices* di accessibilità culturale al patrimonio.

In questa occasione è stato infatti avviato un lavoro di analisi delle attività di natura fortemente interculturale promosse dal Museo stesso (circa una ventina), a cui si è aggiunta una riflessione postuma loro modalità di fruizione dell'istituzione attraverso strumenti digitali.

La scelta dell'individuazione del Museo Egizio come interlocutore attivo è stata motivata dal fatto che, oltre a rappresentare un'istituzione particolarmente attiva nel rapporto col territorio, nel 2018 questa realtà ha ricevuto una menzione speciale all'*European Museum of the Year Award* per l'attività di ricerca e i progetti nati per favorire il dialogo interculturale. Questo risultato rientra all'interno di una evidente strategia di accessibilità culturale messa in atto dal Museo già dal 2016: tra i suoi stessi pilastri identitari troviamo infatti la volontà di essere "un museo accessibile con forte ruolo educativo e sociale [...]" (Bilancio Sociale del Museo Egizio, 2018).

Scopo di questa analisi è stato quello di offrire una chiave di lettura progettuale attraverso cui sottolineare punti di forza e potenzialità delle iniziative finora sviluppate (Box 07).

Il lavoro di ricerca si è concretizzato attraverso un documento di raccolta di schede di analisi, le quali presentano una breve anagrafica ed una parte più analitica. Nella sezione conclusiva sono state inoltre sintetizzate le principali iniziative di accessibilità fisica ed economica ed è stato realizzato uno schema visivo sui partner con cui il Museo ha collaborato nello sviluppo di queste iniziative di inclusione sociale.

Obiettivo di questo lavoro non è stato quello di strutturare una ricategorizzazione dei servizi offerti dal Museo Egizio, bensì un riaccorpamento degli stessi secondo chiavi di lettura atte a mettere in evidenza dei possibili spazi di intervento futuri.

## Box 07 Mappatura di attività di accessibilità culturale promosse dal Museo Egizio

Da un punto di vista metodologico le attività di accessibilità culturale promosse dal Museo Egizio sono state distinte tra: "Fuori museo" (iniziative nate con lo scopo di rendere accessibili i contenuti delle collezioni anche a coloro che non possono visitare fisicamente gli spazi museali); "In museo" (attività svolte all'interno della sede del Museo Egizio e i cui destinatari principali sono le comunità migranti presenti sul territorio); "Fruizione digitale" (azioni di valorizzazione del patrimonio del Museo sviluppate attraverso piattaforme digitali).

In seguito vi è stata un'ulteriore suddivisione delle iniziative in base agli obiettivi strategici prefissati di "formazione" (creazione di percorsi/laboratori atti ad implementare le conoscenze sulle collezioni presenti al Museo), "promozione" (strutturazione di eventi mirati ad ampliare il target a cui usualmente si rivolge il Museo) e "divulgazione" (raccontare il Museo e la cultura egizia attraverso strumenti educativi e narrativi differenti).

Infine è stata realizzata una schedatura dettagliata delle singole attività. Il reperimento delle informazioni descrittive è avvenuto attraverso una ricerca delle iniziative dai canali ufficiali del Museo (sito web, social, pubblicazioni), nonché tramite esperienze dirette e confronto con materiali disponibili online da varie fonti autorevoli (interviste alle curatrici, conferenze stampa, testate giornalistiche...).

Questo lavoro analitico è stato molto rilevante ai fini della ricerca teorica perchè ha permesso di individuare alcuni degli **strumenti di intervento pratici** messi in atto e tipici del settore museale.

Da un punto di vista critico, tuttavia, i progetti si presentano come frammentati, carenti cioè di una strutturazione sistemica e continuativa. Inoltre è emerso chiaramente come in una realtà istituzionale strutturata, quale per l'appunto il Museo Egizio, il design fatichi a essere riconosciuto come interlocutore attivo in grado di rafforzare la dimensione interculturale attraverso riflessioni teoriche e progettuali.

Di seguito vengono riportate le schede di analisi e le riflessioni critiche prodotte durante il lavoro di mappatura.

Fig. 31 Nella pagina successiva: panoramica e catalogazione delle azioni di accessibilità culturale promosse dal Museo Egizio

## MUSEO E INTERCULTURA

Possibile mappatura di attività di accessibilità culturale promosse dal Museo Egizio

### FUORI MUSEO

Iniziativa nata con lo scopo di rendere accessibili i contenuti delle collezioni anche a coloro che non possono visitare fisicamente gli spazi museali.

### FRUIZIONE DIGITALE

Azioni di valorizzazione del patrimonio del Museo sviluppate attraverso piattaforme digitali.

### IN MUSEO

Iniziativa svolta all'interno della sede del Museo Egizio e i cui destinatari principali sono le comunità migranti presenti sul territorio.

FORMAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liberi di imparare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Torino la mia città</li> <li>Workshop musei e migranti</li> <li>Il mio Museo Egizio</li> <li>Museums and stereotypes</li> </ul>	
PROMOZIONE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Papiro tour</li> <li>Partner di iniziative esterne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'arte ti somiglia</li> <li>Draw a bird</li> <li>Cook like an Egyptian</li> <li>L'antico Egitto fai da te</li> <li>Io sono benvenuto</li> <li>Balon Mundial</li> <li>Fortunato chi parla arabo</li> <li>Partner di iniziative esterne</li> <li>Politiche di tariffe speciali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dal Nilo al Po... e ritorno</li> <li>Miramir, l'Egitto sullo schermo</li> </ul>
DIVULGAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il bello che fa bene</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Istantanee dalla collezione</li> <li>Virtual Tour</li> <li>Collezioni online</li> <li>La Stelevisione</li> <li>MuseumShop</li> <li>Le passeggiate del Direttore</li> <li>Spazio ZeroSeiEgizio</li> </ul>	

**\* FORMAZIONE** creazione di percorsi/laboratori atti ad implementare le conoscenze sulle collezioni presenti al Museo  
**\* PROMOZIONE** strutturazione di eventi mirati ad ampliare il target a cui usualmente si rivolge il Museo  
**\* DIVULGAZIONE** raccontare il Museo e la cultura egizia attraverso strumenti educativi e narrativi differenti

## FUORI MUSEO // PROMOZIONE

### PAPIRO TOUR

**ANNO** 2019 - in corso  
**LUOGO** Mostra itinerante nelle biblioteche torinesi  
**PARTNER** • Biblioteche Civiche Torinesi  
**SOGGETTI COINVOLTI** Cittadinanza

**IL PROGETTO**  
 La mostra itinerante "PapiroTour. L'Antico Egitto in biblioteca" è stata inaugurata in occasione del 150° anniversario dell'istituzione del Servizio Biblioteche e tra il 2019 e il 2020 farà tappa in 12 biblioteche cittadine, un mese in ciascuna sede. Il tema centrale della mostra è il papiro, la scoperta dei geroglifici e di altre forme di scrittura egizia. Il percorso espositivo si sviluppa intorno alla copia del Libro dei Morti di Taysnakht, una specie di guida di viaggio per accompagnare il defunto verso l'Aldilà, realizzata su papiro nell'ambito del progetto "Liberi di imparare". In questa occasione, a tutti i possessori della tessera Biblioteche Civiche sarà riservata la gratuità d'ingresso al Museo per tutta la durata della mostra e fino al 31 dicembre 2020.

*È stata diffusa su tutto il territorio con le stesse modalità o si sono state fatte analisi/valutazioni/strumenti divulgativi specifici rispetto alle diverse aree?*

**ATTIVITÀ**  
 Conferenze, diffusione della mostra verso i diversi quartieri torinesi, anche distanti dal centro.

**FEEDBACK**  
 Il progetto è stato ampiamente narrato dai principali quotidiani online del territorio torinese.

**OSSERVAZIONI**  
 Punti di forza  
 - Coinvolgimento attivo di aree urbane anche molto periferiche  
 - Attività divulgative strutturate su numerose tematiche e rivolte a differenti pubblici  
 - Rafforzamento del legame col territorio

**Criticità**  
 - Da verificare con i referenti del Museo

**STRUMENTI**  
 Strutture espositive, duplicazione del papiro

**QUESTIONI APERTE**  
 1. Sono stati preparati dei questionari da lasciare sul luogo per testare il grado di interesse rispetto all'iniziativa?  
 2. In quanti possessori della tessera Biblioteche Civiche, finora, hanno usufruito dell'ingresso gratuito al Museo?  
 3. La riproduzione del papiro è in scala 1:1?



## FUORI MUSEO // FORMAZIONE

### LIBERI DI IMPARARE

**ANNO** 2018 - 2019  
**LUOGO** Casa Circondariale Lorusso-Cutugno  
**PARTNER**  
 • Direzione della Casa Circondariale "Lorusso-Cutugno" (TO)  
 • Ufficio del Garante dei diritti delle persone private della libertà del Comune di Torino  
 • Istituto tecnico Plana (TO)  
 • Primo Liceo Artistico (TO)  
**SOGGETTI COINVOLTI**  
 Detenuti allievi del corso di falegnameria n. dato da richiedere

**IL PROGETTO**  
 Il progetto nasce con l'obiettivo di far conoscere ai detenuti della Casa Circondariale Lorusso-Cutugno le collezioni del Museo Egizio e alcune professionalità che vi lavorano. L'incontro tra le diverse realtà coinvolte ha dato vita a laboratori che hanno visto impegnati dei detenuti nella realizzazione di repliche di reperti della collezione del Museo Egizio del corredo della Tomba di Kha. Queste copie sono state in seguito utilizzate per i laboratori presso l'ospedale Regina Margherita, e hanno dato vita alla mostra itinerante "Liberi di imparare. L'antico Egitto nel carcere di Torino", inaugurata nel dicembre 2018 presso il Museo.

*Quali sono stati i loro feedback?*

**ATTIVITÀ**  
 Didattica e attività artigianali in collaborazione con i laboratori di falegnameria dell'Istituto tecnico e del Liceo artistico coinvolti: duplicazione dei reperti del corredo della Tomba dell'architetto Kha e di sua moglie Merit; mostra itinerante.

**FEEDBACK**  
 Mostra itinerante "Liberi di imparare"; inoltre il progetto ha avuto importanti riscontri mediatici e pareri positivi da parte dei detenuti e del direttore del carcere.

**OSSERVAZIONI**  
 Punti di forza  
 - Coinvolgimento attivo di categorie che rischiano di essere escluse dall'offerta culturale territoriale  
 - Iniziativa in partenariato interistituzionale  
 - Trasmissione di competenze artigianali

**Criticità**  
 - Sarebbe interessante rendere disponibile un documento con un *modus operandi* dettagliato della strutturazione dell'iniziativa in modo da poterla scalare su altre realtà

**STRUMENTI**  
 Pannelli espositivi, elementi informativi, duplicazione di reperti

**QUESTIONI APERTE**  
 1. Numero di detenuti coinvolti?  
 2. Come ci si è coordinati col personale del carcere? Quale ruolo ha assunto ogni partner di progetto?



## FUORI MUSEO // PROMOZIONE

### TEENAGER EGIZIANI E MUSEO

**ANNO** 2014  
**LUOGO** Istituto Des Ambrois (Oulx), Museo Egizio  
**PARTNER**  
 • Fondazione "Misr el-Kheir" (Il Cairo)  
**SOGGETTI COINVOLTI**  
 Studenti egiziani n. 20

**IL PROGETTO**  
 Dal 2014 un gruppo di ventisei studenti egiziani ha avuto la possibilità di seguire il percorso di studi superiori presso l'Istituto Des Ambrois di Oulx, in provincia di Torino, con borse di studio della Fondazione egiziana "Misr el-Kheir", già attiva in Italia da alcuni anni. Gli studenti e le loro classi sono stati coinvolti in un percorso di conoscenza delle Collezioni.

**STRUMENTI**  
 dato da richiedere

---

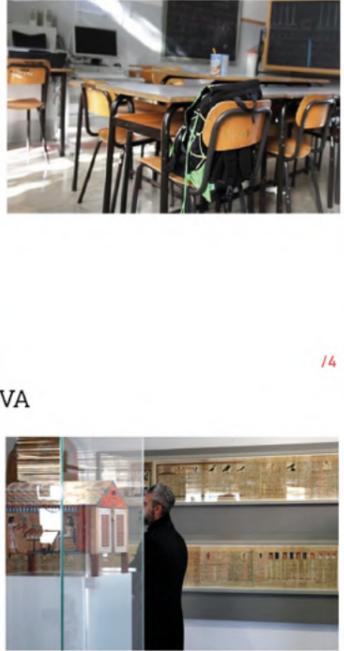
## FUORI MUSEO // PROMOZIONE

### SPAZIO CULTURA INCLUSIVA

**ANNO** 2018 - in corso  
**LUOGO** Palazzo di Giustizia di Torino  
**PARTNER**  
 • Comune di Torino  
 • Amministrazione Penitenziaria (TO)  
 • Tribunale di Torino  
 • Compagnia di San Paolo

**IL PROGETTO**  
 Nel 2018 è stato inaugurato all'interno della Caffetteria del Palazzo di Giustizia lo "Spazio Cultura Inclusiva": un'area ristoro che viene resa disponibile per attività di partecipazione allargata sui temi della giustizia, legalità e diritti. Un luogo a disposizione di associazioni, istituti, fondazioni, cittadini e organismi interessati a presentare progetti culturali (da proporre al Comune di Torino) che favoriscano la partecipazione e i processi di inclusione sociale.

**STRUMENTI**  
 dato da richiedere



**FUORI MUSEO // DIVULGAZIONE**  
**IL BELLO CHE FA BENE**

15

- ANNO**  
2014 - in corso
- LUOGO**  
Ospedale pediatrico Regina Margherita
- PARTNER**  
• Fondazione FORMA Onlus (TO)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Bambini e ragazzi dai 5 ai 17 anni  
n. dato da richiedere



**IL PROGETTO**  
L'obiettivo principale è quello di avvicinare alla realtà del Museo e al suo patrimonio i bambini e i ragazzi ricoverati presso l'Ospedale Regina Margherita: una categoria di utenza complessa da coinvolgere per diversi motivi, sia per le difficoltà fisiche sia per la giovane età. La strutturazione di **piccoli laboratori** di varia natura (alcuni più storici, altri più artistici...) organizzati da due curatori e da alcuni componenti dell'ufficio comunicazione e marketing, ha dato la possibilità di creare una programmazione sistematica con più appuntamenti nell'arco dell'anno. Per coloro che potevano uscire dall'ospedale sono state anche organizzate **visite del Museo con le famiglie**.



«Gli strumenti sviluppati vengono presentati annualmente a maggior numero di operatori delle attività didattiche»

- ATTIVITÀ**  
Didattica e attività laboratoriali: illustrazioni, riproduzione di geroglifici. Visite guidate strutturate *ad hoc*.
- FEEDBACK**  
Il progetto viene riproposto da 6 anni ed ha visto aumentare nel tempo il numero di appuntamenti annuali.
- OSSERVAZIONI**  
**Punti di forza**  
- Attenzione nel creare un tipo di didattica complementare e coinvolgente  
- Coinvolgimento attivo di categorie che rischiano di essere escluse dall'offerta culturale territoriale  
- Iniziativa in partenariato interistituzionale  
**Criticità**  
- Disomogeneità nelle descrizioni e nel titolo dell'iniziativa da parte dei due enti promotori
- STRUMENTI**  
Materiale da disegno e scrittura (acquerelli, carta, penne a china...), stampe con riproduzioni di reperti presenti al Museo
- QUESTIONI APERTE**  
1. Numero di bambini coinvolti in ogni giornata laboratoriale?  
2. Attività svolte e materiali utilizzati?  
3. Quali materiali sono stati utilizzati? Chi li ha messi a disposizione?  
4. Rimane qualcosa ai bambini (disegni realizzati, merchandising, etc...) dopo l'attività svolta?

**IN MUSEO // FORMAZIONE**  
**IL MIO MUSEO EGIZIO**

17

- ANNO**  
2016 - 2017
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**  
• MIC - Associazione Mondì In Città ONLUS (TO)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Donne immigrate dal Nord Africa n. 11



**IL PROGETTO**  
Attraverso questa iniziativa, il Museo Egizio ha voluto promuovere l'integrazione delle **donne immigrate dal Nord Africa** - e in particolare provenienti dall'Egitto - nella vita e nella società cittadina. Nel corso del biennio 2016-2017, nello specifico, 11 donne hanno preso parte a un **corso di formazione** di 10 lezioni nelle sale museali per approfondire temi legati alla vita quotidiana nell'antico Egitto e per acquisire le conoscenze di base per condurre **brevi visite guidate tematiche**.  
Le donne formate ora guidano gruppi all'interno del Museo in occasione di particolari eventi in qualità di socie ACME (Amici Collaboratori del Museo Egizio).

- ATTIVITÀ**  
Corso di formazione: trasmissione di competenze per diventare guide autonome di brevi visite tematiche all'interno del Museo.
- FEEDBACK**  
Le donne formate hanno in seguito preso parte a diverse altre iniziative sempre all'interno degli spazi del Museo.
- OSSERVAZIONI**  
**Punti di forza**  
- Attenzione all'inclusività di categorie a rischio di esclusione o emarginazione culturale  
- Coinvolgimento di donne nel ruolo di promotrici attive dei processi culturali territoriali e protagoniste di incontri *ad hoc* con il pubblico delle comunità a cui appartengono  
**Criticità**  
- Rischio di personalizzazione del pubblico di riferimento: analisi del pubblico specifica e non scalabile a diverse realtà
- STRUMENTI**  
Dossier, schede di approfondimento
- QUESTIONI APERTE**  
1. Vi sono state richieste per la riattivazione dell'iniziativa?  
2. Come sono stati strutturati i corsi di formazione?  
3. Come sono stati individuati i soggetti da coinvolgere nel corso di formazione?  
4. Strumenti messi a disposizione?  
5. È stata prevista qualche forma di retribuzione/vantaggio economico per le guide formate?

**IN MUSEO // FORMAZIONE**  
**TORINO LA MIA CITTÀ**

16

- ANNO**  
2015 - in corso
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**  
• MIC - Associazione Mondì In Città ONLUS (TO)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Donne provenienti dal Nord Africa e dal Medio Oriente n. 130



**IL PROGETTO**  
Fin dall'apertura del Nuovo Museo Egizio sono stati organizzati incontri e visite rivolti a rappresentanti di diverse comunità straniere presenti sul territorio, principalmente provenienti dall'Egitto. In particolare, un'interessante iniziativa si è svolta in collaborazione con la Onlus MIC - Mondì In Città: un gruppo di circa **130 donne provenienti dal Nord Africa e dal Medio Oriente** ha partecipato a **speciali visite** con i curatori del Museo, supportate dalla **presenza di mediatori culturali**.  
Alcune di queste donne hanno poi implementato le nozioni acquisite tramite un **corso di formazione** (il progetto "Il mio Museo Egizio") con lo scopo di poter condurre esse stesse brevi visite guidate.

- ATTIVITÀ**  
Visite speciali; corso di formazione per trasmettere competenze per diventare guide autonome di brevi visite tematiche all'interno del Museo.
- FEEDBACK**  
Alcune donne hanno proseguito col percorso "Il mio Museo Egizio" per diventare guide negli spazi museali.
- OSSERVAZIONI**  
**Punti di forza**  
- Attenzione all'inclusività di categorie a rischio di esclusione o emarginazione culturale  
- Coinvolgimento di donne nel ruolo di promotrici attive dei processi culturali territoriali e protagoniste di incontri *ad hoc* con il pubblico delle loro comunità  
**Criticità**  
- Sarebbe interessante capire quale sia stata la strutturazione specifica di questa esperienza  
- Difficoltà nel reperire informazioni approfondite sull'esperienza
- STRUMENTI**  
Dossier, schede di approfondimento, collezione museale
- QUESTIONI APERTE**  
1. Come sono state strutturate le esperienze di visita?  
2. Come sono stati individuati i soggetti da coinvolgere nel corso di formazione all'interno del gruppo complessivo?  
3. Materiale messo a disposizione?  
4. L'iniziativa è ancora attiva?

**IN MUSEO // FORMAZIONE**  
**WORKSHOP MUSEI E MIGRANTI**

18

- ANNO**  
2018 - 2019
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**  
• ABCittà (MI)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Rappresentanti di realtà museali e culturali, cittadinanza n. dato da richiedere



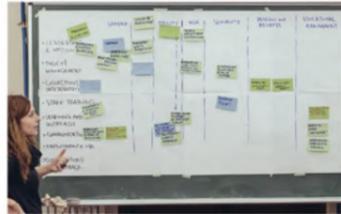
**IL PROGETTO**  
Realizzato attraverso tre **giornate di formazione** nel corso del 2018 e del 2019, il progetto si è basato sullo studio e l'ascolto reciproco fra operatori museali, culturali e sociali della città di Torino e di altre realtà. Ogni giornata è stata articolata in una mattinata di ascolto di **pratiche, testimonianze e case history**, e un pomeriggio di **workshop** nelle sale del museo. L'evento ha cercato di **individuare i bisogni dei migranti** affrontando la responsabilità da parte dei musei di essere vissuti anche come luoghi di confronto e dialogo interculturale. Le tre giornate hanno affrontato rispettivamente: "I bisogni dei migranti"; "Pratiche a confronto" e "Musei e cittadinanza: strumenti di dialogo".

- ATTIVITÀ**  
Momenti di dibattito, workshop e tavole rotonde.
- FEEDBACK**  
Partecipazione attiva di oltre 300 professionisti, provenienti da musei italiani e stranieri. Gli esiti delle giornate di formazione sono confluiti all'interno di tre report descrittivi dettagliati su ogni giornata.
- OSSERVAZIONI**  
**Punti di forza**  
- Sensibilità a tematiche di forte attualità  
- Abilità della realtà museale di mettersi in discussione attraverso strumenti di dialogo e confronto diretti  
- Apertura del workshop a tutti gli interessati e non solo a professionisti del settore  
**Criticità**  
- Non è disponibile online il report della terza giornata
- STRUMENTI**  
Dossier informativi
- QUESTIONI APERTE**  
1. Numero di partecipanti per ogni giornata di workshop?  
2. Sono state tracciate le professionalità coinvolte nell'iniziativa?  
3. Quali sono stati gli strumenti adottati per comprendere le reali esigenze della categoria di analisi, i migranti?

## IN MUSEO // FORMAZIONE MUSEUMS AND STEREOTYPES

/9

- ANNO**  
2018
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**
  - ABCittà (MI)
  - 4iS - Plataforma para Inovação Social (Portogallo)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Professionisti e rappresentanti di realtà museali e culturali  
*n. dato da richiedere*



**IL PROGETTO**  
Un corso di formazione di quattro giorni finalizzato ad esplorare, attraverso il coinvolgimento di esperti diversi e un approccio interdisciplinare, la **relazione fra musei e stereotipi**. La scuola "Museums and Stereotypes" si pone l'obiettivo di combinare **lezioni e workshop** tenuti da esperti qualificati a visite e **partnership** con alcuni dei maggiori musei di Torino. Il Museo Egizio nello specifico ha ospitato la Scuola nella giornata di giovedì 25 ottobre 2018, il cui tema è stato "What we can learn from cities", e nella giornata di domenica 28 ottobre 2018, in cui sono state trattate le conclusioni delle lezioni e dei **workshop**.

- ATTIVITÀ**  
Momenti di dibattito, **workshop** e tavole rotonde.
- FEEDBACK**  
L'esperienza è confluita all'interno di un Report fotografico sul sito ufficiale di Museums and Stereotypes.  
Avviata una seconda edizione.
- OSSERVAZIONI**  
**Punti di forza**
  - Sensibilità verso tematiche di forte attualità
  - Strumenti di dialogo e confronto
  - Rafforzamento delle "professionalità" dell'inclusione culturale in ambito museale**Criticità**
  - Sarebbe interessante capire quali sono state le iniziative specifiche strutturate all'interno di questa esperienza
- STRUMENTI**  
Dossier, strumenti di partecipazione attiva (foglio-lavagna...)
- QUESTIONI APERTE**
  1. Numero di partecipanti per ogni giornata di workshop?
  2. Enti, associazioni, fondazioni coinvolte?
  3. Quali sono stati i risultati? Possono essere reperiti online?
  4. Attività e strumenti utilizzati?
  5. Che tipo di **workshop** sono stati sviluppati?

## IN MUSEO // PROMOZIONE BALON MUNDIAL

/11

- ANNO**  
2018
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**
  - Balon Mundial Onlus (TO)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Comunità di migranti presenti sul territorio  
*n. dato da richiedere*



**IL PROGETTO**  
Nel 2018, il Museo ha inaugurato una collaborazione con Balon Mundial Onlus, la Coppa del mondo delle comunità migranti. Il progetto nasce per favorire il **dialogo interculturale attraverso lo sport** e coinvolge le comunità di circa 30 Paesi che vivono a Torino e 17 centri di accoglienza del territorio. Il Museo Egizio ha preso parte all'evento affinché possa essere percepito non solo come luogo di conservazione di un patrimonio di tutti, ma anche come spazio aperto, per favorire l'incontro e il dialogo tra culture diverse. Nello specifico ha ospitato la **conferenza stampa** e l'estrazione delle squadre del campionato, realizzando inoltre dei voucher che hanno permesso alle comunità che hanno partecipato al torneo Balon Mundial di **visitare il Museo alla tariffa speciale** di 1€ dal 15 giugno al 15 settembre 2018.

- ATTIVITÀ**  
Voucher con tariffe ridotte per l'ingresso al Museo rivolto ai partecipanti all'evento; formazione delle squadre per il Torneo.
- FEEDBACK**  
164 persone hanno usufruito del voucher per l'ingresso ridotto.
- OSSERVAZIONI**  
**Punti di forza**
  - Attenzione all'inclusività di categorie a rischio di esclusione o emarginazione culturale
  - Iniziativa culturale ad ampio respiro, oltre i confini dell'istituzione museale**Criticità**
  -
- STRUMENTI**  
Voucher per ingressi a tariffa ridotta
- QUESTIONI APERTE**
  1. Numero di partecipanti all'evento?

## IN MUSEO // PROMOZIONE FORTUNATO CHI PARLA ARABO

/10

- ANNO**  
2015 - 2018
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**
  - ACME - Associazione degli Amici Collaboratori del Museo Egizio (TO)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Comunità di lingua araba  
*n. dato da richiedere*



**IL PROGETTO**  
La campagna di promozione "Fortunato chi parla arabo" ha regalato un **ingresso gratuito** ogni due visitatori in grado di leggere e parlare in arabo. L'obiettivo è stato quello di **avvicinare al Museo la comunità egiziana e più in generale quella araba**. Nel 2018 alla campagna "Fortunato chi parla arabo" è stato affiancato uno sguardo più ampio, avente come obiettivo la promozione del dialogo interculturale. Oltre all'ingresso a tariffa 2x1, nel 2018 sono state infatti organizzate **visite fisse alla collezione in lingua araba** tenute dalle guide volontarie ACME entrate in contatto con il Museo grazie al progetto "Il Mio Museo".

- ATTIVITÀ**  
Visite guidate in lingua araba gratuite; testi di sala, videoguide e il percorso per famiglie "Family Tour" (fruibile con l'audioguida) in lingua araba.
- FEEDBACK**  
Il progetto è stato oggetto di un intenso dibattito di natura politica e fortemente criticato.
- OSSERVAZIONI**  
**Punti di forza**
  - Attenzione all'inclusività di categorie a rischio di esclusione o emarginazione culturale
  - Sistema promozionale
  - Apertura e confronto verso comunità culturalmente legate al patrimonio del Museo**Criticità**
  - Rischio di personalizzazione del pubblico di riferimento: sarebbe interessante provare a scalare questa esperienza anche a realtà diverse
- STRUMENTI**  
Dépliant informativi
- QUESTIONI APERTE**
  1. Numero di partecipanti all'iniziativa?
  2. Qual è stato il riscontro da parte della comunità araba?
  3. Sono stati sviluppati altri strumenti divulgativi *ad hoc*?

## IN MUSEO // PROMOZIONE IO SONO BENVENUTO

/12

- ANNO**  
2017 - 2019
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**
  - UNHCR - Alto commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati (ROMA)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Migranti e cittadinanza  
*n. 3100 (2018)*



**IL PROGETTO**  
L'iniziativa si svolge annualmente in occasione della **Giornata Mondiale del Rifugiato** ed intende promuovere il Museo come luogo d'incontro e di dialogo e come intermediario nel superamento delle barriere sociali. Durante la serata le **esibizioni di otto cori**, membri dell'Associazione Cori Piemontesi, trasformano il museo in un luogo aperto e di dialogo tra culture diverse. In cambio dell'**ingresso gratuito**, a ciascun visitatore viene chiesto di scrivere o disegnare un **messaggio di benvenuto** e di posizionarlo sul **Welcome Wall**, una grande parete (situata per l'occasione all'ingresso del museo) simbolo di apertura e accoglienza.

- ATTIVITÀ**  
Ingressi gratuiti; esibizioni musicali all'interno degli spazi museali.
- FEEDBACK**  
Partecipazione di oltre 3100 persone nell'edizione del 2018.
- OSSERVAZIONI**  
**Punti di forza**
  - Attenzione all'inclusività di categorie a rischio di esclusione o emarginazione culturale
  - Sensibilità a tematiche di forte attualità**Criticità**
  -
- STRUMENTI**  
Welcome Wall (parete con post-it)
- QUESTIONI APERTE**
  1. Qual è il trend annuale degli ingressi?
  2. Cosa viene fatto con i messaggi apposti sul Welcome Wall? Vengono immagazzinati?

**IN MUSEO // PROMOZIONE  
PERCORSI**

/13

- ANNO**  
2018
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**  
• Articolo 10 Onlus (TO)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Donne straniere, minori e nuclei familiari



**IN MUSEO // PROMOZIONE  
JUST HUMANS**

/14

- ANNO**  
2019 - 2020
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**  
• Torino Graphic Days (TO)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Cittadinanza, grafici, illustratori



**IL PROGETTO**  
Il progetto, organizzato dall'Associazione Articolo 10 di Torino, si prefigge la **tutela e l'assistenza socio-sanitaria di donne straniere, minori e nuclei familiari**. È stato organizzato un corso di 4 moduli per imparare dove sono gli aiuti legati a sanità, casa, lavoro, servizi sul territorio. A questo si è affiancata un'offerta basata sulla considerazione della cultura come elemento fondante in un percorso di integrazione, con visite guidate nei musei della città, tra i quali, appunto, anche il Museo Egizio.

**STRUMENTI**  
Parete "partecipata" (con post-it)

**IL PROGETTO**  
"Just Humans: 100 illustrazioni senza confini" è un progetto espositivo itinerante che ha inaugurato la sua prima tappa nel cortile del Museo Egizio. Cento illustratori, locali ed internazionali, si sono trovati a riflettere propositivamente sul tema dell'attraverso i **linguaggi della comunicazione visiva**. L'obiettivo è quello di condurre ad un'interazione sociale che abbia cura di preservare e dare spazio alle diverse identità culturali.

**STRUMENTI**  
Strutture espositive e poster grafici

**IN MUSEO // DIVULGAZIONE  
MIRAMAR, L'EGITTO SULLO SCHERMO**

/16

- ANNO**  
2017
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**  
• ACME - Associazione degli Amici Collaboratori del Museo Egizio (TO)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Cittadinanza di lingua araba e italiana  
*n. dato da richiedere*



**IL PROGETTO**  
La rassegna culturale "Miramar, l'Egitto sullo schermo" ha voluto aprire una **finestra sull'Egitto moderno per mezzo della narrazione cinematografica** di questo Paese, tra le più importanti e longeve del mondo arabo. Attraverso pellicole appartenenti a generi diversi, si sono scoperte diverse sfaccettature della realtà egiziana che facilitano la lettura della società anche in vari momenti della storia recente. A seguito di ogni proiezione sono state approfondite alcune tematiche presenti nei film, mediante riferimenti letterari o cinematografici capaci di rendere ogni evento a suo modo speciale. L'audio adottato è stato quello originale in arabo egiziano, con sottotitoli in italiano.

- ATTIVITÀ**  
Proiezioni cinematografiche seguite da un dibattito.
- FEEDBACK**  
-
- OSSERVAZIONI**  
**Punti di forza**  
- Apertura e coinvolgimento verso culture differenti  
- Dialogo interculturale sviluppato anche attraverso strumenti concettualmente slegati dal patrimonio tangibile del Museo e molto contemporanei  
**Criticità**  
- Ad oggi sulle diverse piattaforme online non si trovano molte descrizioni dettagliate dell'iniziativa
- STRUMENTI**  
Rot-up informativi
- QUESTIONI APERTE**  
1. Numero complessivo di partecipanti all'iniziativa?  
2. Numero di proiezioni?

**IN MUSEO // DIVULGAZIONE  
DAL NILO AL PO... E RITORNO**

/15

- ANNO**  
2017
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**  
• MAO Museo d'Arte Orientale (TO)  
• Scuola araba "Il Nilo" (TO)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Giovani della comunità egiziana del territorio torinese  
*n. dato da richiedere*



**IL PROGETTO**  
Dal Nilo al Po e ritorno è un progetto rivolto alla **comunità egiziana** presente sul territorio torinese, per l'integrazione e la **valorizzazione della propria cultura d'origine**. L'iniziativa ha visto collaborare due musei (Egizio e MAO) custodi di manufatti archeologici e opere d'arte appartenenti a una cultura altra. È stata inoltre coinvolta la Scuola Egiziana di Torino "Il Nilo", i cui **allievi, tra gli 8 e i 13 anni**, sono stati chiamati a rielaborare le informazioni apprese nelle visite dei due musei. L'esperienza si è tradotta in una **piccola pubblicazione e in un video**, girato dai ragazzi più grandi, che hanno seguito un corso di videomaking.

- ATTIVITÀ**  
Esperienza di visita presso i due musei, attività di rielaborazione delle visite.
- FEEDBACK**  
Short documentary (prodotto da "Kangaroo video and more") e booklet.
- OSSERVAZIONI**  
**Punti di forza**  
- Attenzione all'inclusività di categorie a rischio di esclusione o emarginazione culturale  
- Creazione di output che mantengano memoria dell'esperienza anche in ottica di agevolare la scalabilità o la riproposizione del progetto su altre realtà  
**Criticità**  
- Sarebbe interessante avere a disposizione delle descrizioni esaustive e dettagliate dello svolgimento del progetto

**STRUMENTI**  
Schede di approfondimento, short documentary

- QUESTIONI APERTE**  
1. Numero di partecipanti all'iniziativa?  
2. Tipologia di attività di rielaborazione delle visite? Strumenti utilizzati?  
3. Che tipo di esperienza di visita è stata proposta?  
4. L'iniziativa è stata riproposta? Se no, per quali motivazioni?

Sei stati coinvolto, strumenti di monitoraggio?

**IN MUSEO // DIVULGAZIONE  
SPAZIO ZEROSEIEGIZIO**

/17

- ANNO**  
2018 - in corso
- LUOGO**  
Museo Egizio
- PARTNER**  
• Xké? Il laboratorio della curiosità (TO)
- SOGGETTI COINVOLTI**  
Bambini da zero a sei anni



**IN MUSEO // DIVULGAZIONE  
LUOGHI VIVENTI**

/18

- ANNO**  
2019 - in corso
- LUOGO**  
Museo Egizio, Musei delle Belle Arti e Charmettes di Chambéry
- PARTNER**  
• Circolo dei lettori (TO)  
• Musée des Beaux-arts (Chambéry, FRANCIA)  
• Les Charmettes (Chambéry, FRANCIA)



- IL PROGETTO**  
Si tratta di un luogo pensato per **introdurre in forma di gioco o di racconto i temi dell'antico Egitto**, un ambiente che offre ai visitatori più giovani un'esperienza di scoperta e conoscenza della civiltà faraonica. L'idea nasce in un'ottica di accessibilità e inclusione per rispondere ad una effettiva esigenza delle famiglie: offrire un'intrattenimento di qualità ai figli più piccoli sulle tematiche museali.
- STRUMENTI**  
Brand identity (Studio Undesign), rielaborazione di attività e oggetti a tema egizio (vasca con la sabbia per scavare e "scoprire i reperti", tenda, barca...)
- IL PROGETTO**  
Il progetto rientra in una logica di valorizzazione del patrimonio museale e propone **nuovi strumenti di fruizione museale (storytelling)** per scoprire e riscoprire le collezioni del Museo Egizio di Torino e dei musei delle Belle Arti e Charmettes di Chambéry. Tutti i visitatori hanno accesso a un percorso narrativo di accompagnamento della loro visita. Nove racconti inediti accompagnati da musiche originali sono i protagonisti dell'App che rende la visita più interattiva.
- STRUMENTI**  
Applicazione, brochure informativa

Chi ha progettato questi elementi?

## FRUIZIONE DIGITALE // PROMOZIONE - DIVULGAZIONE SITO WEB

/19

Il sito web del Museo si propone come strumento di ricerca, come mezzo di supporto alla visita e come piattaforma di orientamento rispetto agli altri canali di comunicazione digitale.

### RICERCA E SUPPORTO ALLA VISITA

Il Museo mette a disposizione e permette il libero accesso a una serie di contenuti tra i quali:

1. La **rivista scientifica** del Museo Egizio, la quale ha l'obiettivo di promuovere, raccogliere e diffondere le ricerche su numerosi aspetti della collezione del Museo, sui siti archeologici, nonché studi su argomenti aventi una rilevanza indiretta per la collezione;
2. La **"Collezione online"** consente di sfogliare (attraverso una ricerca tramite parole chiave mirate) un catalogo tecnico contenente la quasi totalità dei reperti esposti nelle sale del Museo;
3. La **"Collezione papiri"**, un database in continuo aggiornamento dove è possibile approfondire il contenuto dei papiri e sfogliarli tramite immagini ad alta risoluzione. Anche in questo caso la ricerca si effettua tramite termini mirati, ma attraverso una modalità più "guidata" (vengono suggerite delle parole chiave);
4. Ad oggi è possibile effettuare il **Virtual Tour** della mostra temporanea "Archeologia invisibile", sviluppato attraverso una collaborazione col Politecnico di Torino e con lo studio creativo Robin Studio, che, utilizzando fotocamere a 360°, hanno realizzato una riproduzione 3D dell'esposizione.

### PIATTAFORMA DI ORIENTAMENTO

Tramite il sito web vengono sponsorizzate le iniziative e le conferenze tenute all'interno del Museo, diffuse anche tramite la **Newsletter** ufficiale.

Inoltre, il sito viene utilizzato per veicolare le principali iniziative che il Museo diffonde tramite i social media, tra cui "Le passeggiate del direttore", "Istantanee dalla collezione" e "La Stelevisione" (YouTube), "L'antico Egitto fai da te" e "Granelli di laboratorio" (Instagram).

### ALTRI SERVIZI

Da inizio aprile è disponibile anche una sezione **Museumshop**, un bookshop dedicato all'acquisto online di e-book, libri cartacei, oggetti di cartoleria e accessori vari.



POLITECNICO DI TORINO

MUSEO EGIZIO



### OSSERVAZIONI

Il sito web si presenta sicuramente come uno strumento ben strutturato e ricco di spunti. I database disponibili sono un ottimo passo per rendere il museo più "vicino" anche nell'impossibilità di una visita in presenza fisica, tuttavia sono molto tecnici sia da un punto di vista descrittivo che in fase di ricerca tramite parole chiave. Il Museumshop è molto fornito, purtroppo non è facilmente individuabile sul sito a meno che non si sappia già della sua esistenza.



### ALCUNE CONSIDERAZIONI APERTE

1. Che tipo di altri servizi potrebbero essere forniti tramite il sito? Ad esempio, potrebbero essere promosse delle visite virtuali della collezione intera a pagamento?
2. Molti strumenti attualmente presenti sul sito sono rivolti ad un pubblico tecnico o mediamente specializzato, sarebbe possibile incrementare il livello di accessibilità culturale di questi contenuti?
3. Possono essere creati dei contenuti a pagamento che permettano di approfondire o sviluppare dei percorsi formativi specifici?
4. Sarebbero individuabili alcune attività formative da proporre, ad esempio, alle scuole anche tramite una fruizione in virtuale?
5. Quali sono i diversi possibili approcci per strutturare una visita guidata al Museo tramite Virtual Tour?

## ACCESSIBILITÀ ECONOMICA E FISICA

Con il fine di agevolare l'accessibilità al museo, sono state messe in atto numerose iniziative, riguardanti *in primis* la sfera economica - tramite riduzioni occasionali o specifiche per categorie di persone o gruppi -, ma anche facilitazioni culturali, come la strutturazione di percorsi didattici differenziati.



POLITECNICO DI TORINO

MUSEO EGIZIO

## FRUIZIONE DIGITALE // PROMOZIONE - DIVULGAZIONE SOCIAL MEDIA

/20

La strategia social adottata dal Museo Egizio è orientata verso un coinvolgimento continuo dell'audience tramite l'interazione con il pubblico e con le altre istituzioni museali.

La partecipazione del pubblico è facilmente documentabile andando ad analizzare il numero di utenti che seguono le singole pagine social:

- Facebook**  
"Mi piace": 208.188  
Follower: 215.113
- Instagram**  
Follower: 61.700
- Twitter**  
Follower: 29.009
- YouTube**  
Iscritti: 6.790  
Visualizzazioni: 420.643
- LinkedIn**  
Follower: 5.250



### INIZIATIVE

Le attività promosse tramite i canali social sono numerose e toccano diversi campi di interesse. Tra le principali troviamo:

- **"L'arte ti somiglia"**: una campagna di comunicazione del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo per promuovere i Musei italiani (Facebook, Instagram, Twitter)
- **"Cook like an Egyptian"**: vengono suggeriti degli ingredienti tipicamente utilizzati nella cucina egizia da provare ad inserire all'interno delle proprie ricette (Facebook, Instagram)
- **"Istantanee dalla collezione"**: i curatori raccontano alcuni tra gli oggetti più curiosi della collezione del Museo (Facebook, YouTube)
- **"Le passeggiate del Direttore"**: visite virtuali nelle sale del Museo accompagnati dal Direttore Christian Greco (YouTube, LinkedIn, Twitter)
- Altre iniziative di natura più sporadica

Tra le diverse iniziative ne troviamo numerose rivolte prevalentemente ad un pubblico di bambini, quali:

- **"La Stelevisione"** (YouTube)
- **"L'antico Egitto fai da te"** (Instagram)
- **"Draw a bird"** (Facebook, Instagram)
- **"Spazio ZeroSeiEgizio"**: pagine social dedicate alle attività legate all'omonimo spazio presente fisicamente all'interno del Museo. Tra le prime iniziative sviluppate vi è "Granelli di laboratorio" (Facebook, Instagram)



POLITECNICO DI TORINO

MUSEO EGIZIO



### OSSERVAZIONI

I social media risultano essere molto attivi e questo ha permesso di avere un incremento annuale di persone che seguono il Museo attraverso questi canali alternativi: si può analizzare un aumento significativo su tutte le piattaforme adottate confrontando i dati del 2017 e 2018 (reperibili sul Bilancio sociale 2018) con quelli attuali.

	2017	2018	2020
Facebook	136.000	182.732	215.113
Instagram	18.000	37.000	61.700
Twitter	18.400	26.500	29.009
YouTube	478	610	6.790
LinkedIn	-	600	5.250

Questo incremento indica certamente una strategia comunicativa adottata negli ultimi anni mirata ad essere particolarmente coinvolgente e interattiva.

Tuttavia le varie iniziative proposte, da un punto di vista strategico, non paiono essere sempre elaborate secondo un piano editoriale mirato, sia a livello grafico che propriamente strutturale. Ogni attività si presenta come a sé stante sotto diversi punti di vista: nei tempi di riproduzione, nell'approfondimento contenutistico, nella scelta dei canali adottati e nel livello stesso di coinvolgimento.



### ALCUNE CONSIDERAZIONI APERTE

1. Che tipo di altre attività da fare a casa potrebbero essere promosse?
2. È possibile individuare un format che possa essere in qualche modo adattato a tutte le iniziative da sviluppare?

## ACCESSIBILITÀ ECONOMICA



POLITECNICO DI TORINO

MUSEO EGIZIO

### TARIFFE

**INGRESSO INTERO**  
Museo + mostra temporanea: 15 €

**INGRESSO RIDOTTO 1**  
Per i visitatori da 15 a 18 anni e per i giornalisti con tessera valida Museo + mostra temporanea: 11 €

**INGRESSO RIDOTTO 2**  
Per i visitatori da 6 a 14 anni: 1 €

**INGRESSO RIDOTTO SCUOLE 1**  
Per i gruppi scolastici da 6 a 14 anni + n. 2 insegnanti (elementari, medie): 1 €

**INGRESSO RIDOTTO SCUOLE 2**  
Per i gruppi scolastici + n. 2 insegnanti (scuole superiori): 4 €

**GRATUITO**  
Bambini fino a 5 anni;  
grandi invalidi (con invalidità certificata superiore o uguale al 74%) + 1 accompagnatore;  
membri International Council of Museums (ICOM);  
Abbonamento Musei Torino Piemonte;  
Torino+Piemonte Card

### TARIFFE SPECIALI

**PASSAPORTO CULTURALE**  
Se in possesso del "Passaporto Culturale" è consentito l'ingresso gratuito a famiglie con bambini nel primo anno di vita

**GIOVEDÌ DELLO STUDENTE**  
Ingresso € 4,00 per tutti gli studenti delle scuole secondarie di secondo grado, statali o paritarie, e studenti universitari tutti i giovedì

**EGIZIO LAST MINUTE**  
Ingresso al Museo a € 5,00, 90 minuti prima della chiusura (senza audioguide)

**TRENITALIA - SERVIZIO REGIONALE**  
Ai possessori di biglietto e/o abbonamento Trenitalia valido regionale o sovraregionale, da o per Torino, ingresso a prezzo ridotto (€ 11,00), anche nei 3 giorni precedenti o successivi alla data del viaggio

**ISCRITTI BIBLIOTECHE CIVICHE TORINESI**  
In occasione del papiro tour, dal 10 aprile 2019 fino al 31 dicembre 2020, ingresso gratuito al Museo Egizio per gli iscritti alle Biblioteche Civiche Torinesi

### EVENTI SPECIALI

**COMPLEANNO**  
Ingresso gratuito in Museo il giorno del proprio compleanno

**SAN VALENTINO**  
Ingresso 2x1 per tutti coloro che si presentano in coppia in biglietteria

**GIORNATA INTERNAZIONALE DELLA DONNA**  
Ingresso gratuito per tutte le donne

**FESTA DEL PAPÀ E FESTA DELLA MAMMA**  
Ingresso gratuito per tutti i papà/mamme accompagnati dai propri figli

**FAMU - GIORNATA NAZIONALE DELLE FAMIGLIE AL MUSEO**  
Visita guidata al percorso "La mia famiglia" e, a seguire, attività laboratoriali: 8 €

**PASS 60**  
Dal 1 giugno al 30 settembre 2020, ingresso al 50% nell'anno del compimento del 60esimo anno di età

## ACCESSIBILITÀ FISICA

Il Museo Egizio prevede percorsi e laboratori specifici per soddisfare esigenze specifiche.

**SEDIE A ROTELLE**  
Il Museo mette a disposizione 2 sedie a rotelle per i propri utenti. Sono ritirabili presso il guardaroba, ma non sono prenotabili.

**CIECHI E IPOVEDENTI**  
Il Museo prevede percorsi tattili accompagnati da egittologi con esperienza specifica.

**SERVIZI PER LE FAMIGLIE**  
Sono disponibili sia percorsi accompagnati da un egittologo a misura di famiglia, sia percorsi con videoguida specifici ("Family Tour").  
Il Museo è facilmente accessibile per i bambini. All'interno delle sale del Museo non ci sono barriere architettoniche; i passeggini possono accedere senza problemi.  
All'interno del Museo sono inoltre presenti: fasciatoi; WC baby (ossia, ad altezza bambino); Spazio ZeroSei Egizio.

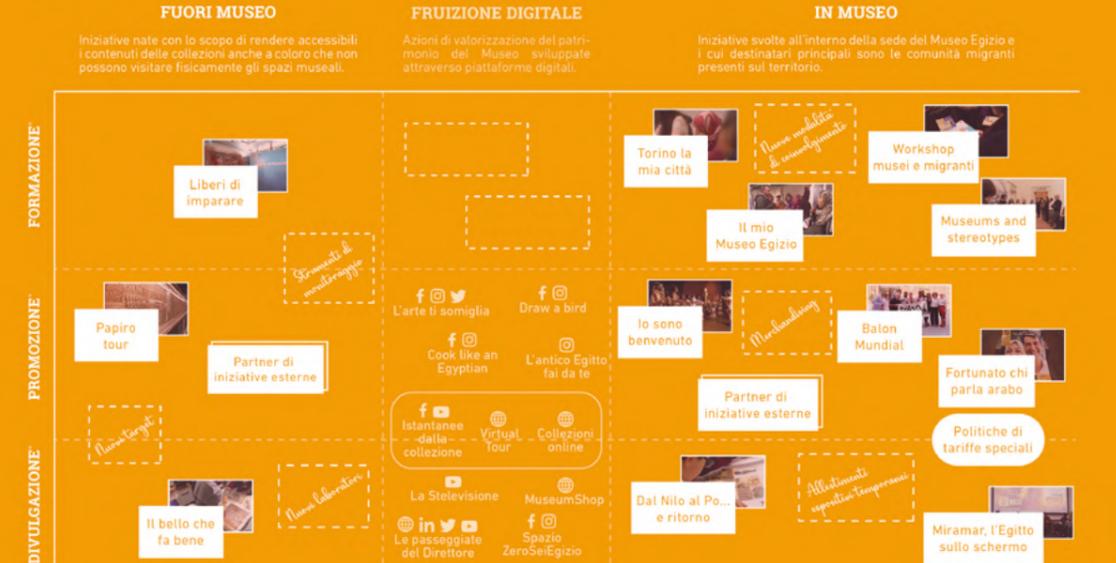
**AL MUSEO CI VENGO ANCH'IO**  
Tra il 2017 e il 2019 il Museo Egizio si è reso disponibile per un'indagine sull'accessibilità fisica in autonomia in merito alla fruizione del patrimonio culturale, promossa dall'Associazione "Cultura Accessibile". La ricerca è stata realizzata attraverso una scheda/questionario che è stata consegnata ai 12 Musei più visitati di Torino.  
L'obiettivo preposto è stato quello di osservare quale sia l'attuale livello di accessibilità fisica e sensoriale dei Musei di Torino.

**TORINO MAPPING PARTY**  
Nel 2019 presso gli spazi del Museo si è svolto il Torino Mapping Party, un evento pubblico promosso da Wikimedia Italia, 5T e ITHACA che coinvolge volontari, mappatori esperti o semplici cittadini nell'aggiornamento e integrazione delle mappe di OpenStreetMap.  
L'edizione 2019 è stata infatti dedicata al mondo della cultura e alla sua accessibilità: i partecipanti sono stati quindi coinvolti nella mappatura esterna ed interna di alcune realtà museali che si sono rese disponibili (Museo Egizio, Palazzo reale e Giardini reali, Museo del Cinema, Palazzo dell'Università) e dei siti di interesse culturale di Torino per comprendere il loro livello di accessibilità in termini di mobilità e di fruibilità culturale.



## POSSIBILI SVILUPPI

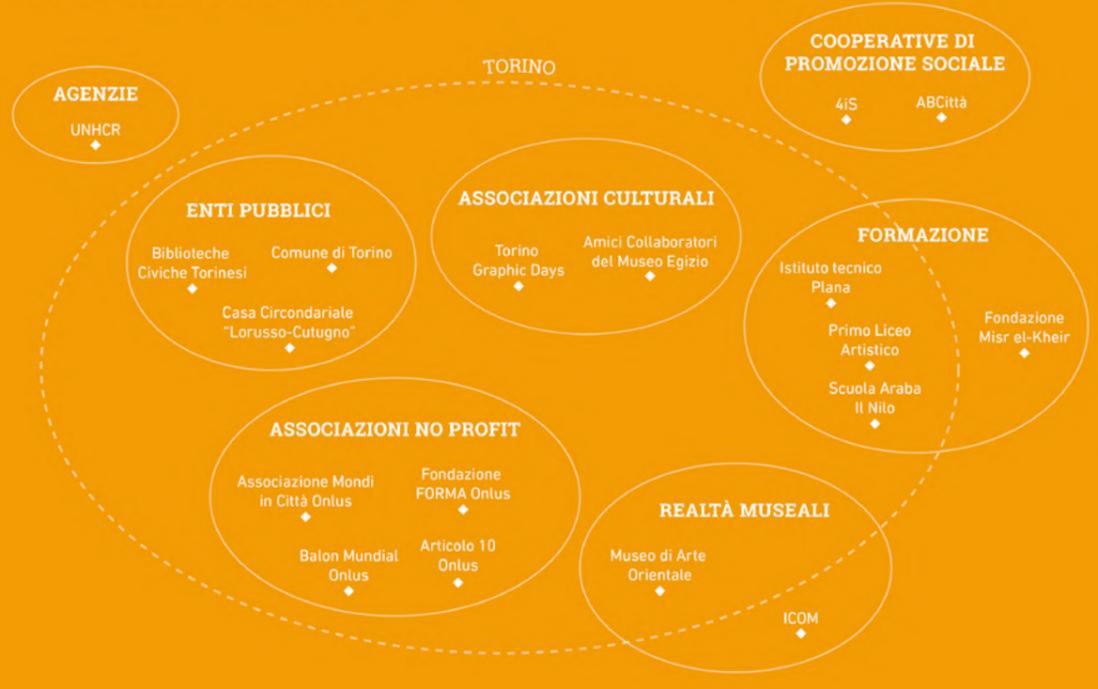
Alcuni possibili terreni di intervento rispetto alle attuali attività di accessibilità culturale promosse dal Museo Egizio



**FORMAZIONE** creazione di percorsi/laboratori atti ad implementare le conoscenze sulle collezioni presenti al Museo  
**PROMOZIONE** strutturazione di eventi mirati ad ampliare il target a cui usualmente si rivolge il Museo  
**DIVULGAZIONE** raccontare il Museo e la cultura egizia attraverso strumenti educativi e narrativi differenti

## PARTNER

Realtà coinvolte dal Museo Egizio nella strutturazione e nello sviluppo delle iniziative di accessibilità culturale descritte



## POSSIBILI SVILUPPI - DESIGN ORIENTED

Possibili scenari di collaborazione progettuale tra Museo Egizio e designer



### 7.3 Un nuovo Centro culturale per la città di Torino

Man mano che le riflessioni di ricerca si strutturavano e assumevano una delineazione strategica e metodologica, si è manifestata la necessità di calare le ipotesi teoriche all'interno di un contesto socio-culturale concreto: un esercizio progettuale di validazione e affinamento delle considerazioni sviluppate nel percorso di Dottorato.

L'occasione di ricerca-azione individuata nasce a seguito della strutturazione di un *Protocollo di intesa* tra il Politecnico di Torino e la Fondazione Al Waqf della Confederazione Islamica Italiana. All'interno di questo documento viene dichiarato che entrambe le parti "manifestano il proprio interesse ad instaurare un rapporto di collaborazione, nel quale le attività di formazione, studio e ricerca condotte dal Politecnico possano integrare, con l'utilizzo di risorse qualificate e strumenti adeguati, le corrispondenti attività sviluppate dalla Fondazione". E nello specifico l'interesse nell'avviare questa azione sperimentale si collegava alla possibilità contrattuale di sviluppare progetti di ricerca nel campo dell'interculturalità, dell'inclusione sociale anche attraverso iniziative *design-oriented*.

A fine dicembre 2020 viene quindi organizzato il primo incontro conoscitivo con i referenti della *Confederazione Islamica Italiana del Piemonte* durante il quale viene esplicitata la volontà di realizzare un **Centro culturale e culturale** all'interno di un edificio inutilizzato della Città di Torino: l'Ex Fonderia Nebiolo, una delle più importanti aziende italiane di caratteri tipografici e di stampa del XX secolo - sia in termini di mercato che di fama internazionale - e ad oggi patrimonio culturale tutelato della Città. L'individuazione di questo spazio avviene a seguito della partecipazione della Confederazione ad un'asta pubblica per l'affidamento della proprietà superficiale (con contratto novantennale) del complesso architettonico in questione.

Il progetto che andrà sviluppandosi si porrà quindi in risposta ad un'esigenza territoriale di tipo spirituale e organizzativo: l'area in cui questo edificio è localizzato (a cavallo tra i quartieri Aurora e Barriera di Milano),

infatti, presenta un'anima fortemente multiculturale, caratterizzata soprattutto dall'ampia presenza di comunità di fede islamica di prima e seconda generazione. L'esigenza di avere a disposizione a livello locale un luogo di culto ampio e decoroso, ma al contempo aperto e trasparente - in cui poter raccogliere i fedeli e promuovere diversi tipi di percorsi formativi ed educativi rivolti alla cittadinanza - è stata il punto di partenza per la strutturazione di un *brief* di progetto chiaro e coerente.

Questo progetto rappresenterà una novità per la città e un punto di riferimento non solo a livello cittadino ma anche nazionale, oltre a inserirsi in uno scenario di *best practice* a livello internazionale. Un luogo multiculturale aperto alla cittadinanza che possa offrire uno spazio condiviso a disposizione della comunità, fornendo servizi ai cittadini e contribuendo alla narrazione del territorio nella sua multiculturalità. Gli spazi saranno progettati e gestiti in modo aperto alla trasformazione e all'adattamento a valori universali quali l'accoglienza, la condivisione, il rispetto della storia (delle persone e dei luoghi), l'interculturalità e la pace.

I capitoli successivi saranno dedicati al racconto dettagliato dell'esperienza di ricerca-azione (ad oggi ancora in corso, poichè le esigenze di natura politica hanno causato una serie di rallentamenti sulla *roadmap* di partenza).

#### References

- Ballerini, F., Fiesoli, I., Vacca, M. (a cura di) (2022). *Toghterness. Design con le imprese sociali*. Firenze: DIDApres.
- Bernhardsson, L., Haj-Bolouri, A., Purao, S., Rossi, M. (2018). *Action Design Research in practice: lessons and concerns*. Conference Proceedings of the 26th European Conference on Information Systems 2018, Portsmouth, UK.
- Castelli, A., Vignati, A., Villari, B. (2004). ME.Design. Design strategies, tools and procedures aimed at increasing the value and promote the resources of the Mediterranean area between local and global. An Italian example of action-research about design for locality. In Werwijnen, J., Karkku, H., Thackara, J., Manziani, E. (a cura di). *SPARK! Design and Locality*. Helsinki: University of Art and Design Helsinki.
- Cole, R., Purao, S., Rossi, M., Sein, M. K. (2005). *Being Proactive: Where Action Research meets Design Research*. Conference Proceedings of the International Conference on Information Systems, ICIS 2005, December 11-14, 2005, Las Vegas, NV, USA.
- Dovigo, F. (a cura di) (2005). *La qualità plurale. Sguardi transdisciplinari sulla ricerca qualitativa*. Milano: FrancoAngeli.

- Franzato, C. (2008). *Design dei beni culturali nel progetto territoriale. Strategie, teorie e pratiche di valorizzazione design driven*. Tesi di Dottorato di Ricerca in Design e tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali, Politecnico di Milano.
- Henfridsson, O., Lindgren, R., Purao, S., Rossi, M., Sein, M. K. (2011). *Action Design Research*. MIS Quarterly, vol 35, pp. 37-56.
- Laureti, M. (2019). *Scenari di ricerca nel Design. Una proposta di mappatura internazionale della ricerca nel Design, nelle Arti e Nuovi Media*. Tesi di Dottorato di Ricerca in Pianificazione, design, tecnologia dell'architettura, Sapienza Università di Roma.
- Muratowsky, G. (2016). *Research for designers. A guide to methods and practice*. Londra: SAGEpublications.
- Swann, C. (2002). *Action Research and the Practice of Design*. In Design Issues, vol. 18, pp. 49-61.
- Villari, B. (2005). *L'approccio di ricerca ME.Design. Una ricerca-azione del design per valorizzare i sistemi di risorse locali*. In Castelli, A., Vignati, A., Villari, B. (a cura di). SDI Design Review 02: ME.Design. Il contributo del design allo sviluppo locale.



## La nascita di un nuovo Centro culturale

### 8.1 Il Centro culturale e il Centro islamico

*“Le strade, le piazze, gli spazi pubblici collettivi rappresentano dimensioni reali dell’immagine vitale di una città, [...] dove l’individuo può riconoscere la propria condizione esistenziale quale parte integrante di una società.”*

Massimo Clemente e Gabriella Esposito De Vita,  
*Città interetnica, 2008*

<sup>81</sup> Il Centro islamico si distingue dalla Moschea unicamente da un punto di vista architettonico, poiché non presenta una struttura completa di cupola e minareto.

La descrizione di questo percorso di ricerca-azione parte con una necessaria premessa semantica. Il progetto nel suo insieme prevede la realizzazione di un complesso culturale multidimensionale, che sarà composto da un centro di culto (definito *Centro islamico*<sup>81</sup>) e uno spazio polifunzionale nel cui merito entrerà l'azione progettuale qui narrata (il *Centro culturale*).

La volontà di non soffermare la ricerca nel dettaglio sul progetto dell'area di culto - sulla quale comunque sono state sviluppate delle riflessioni condivise collegate all'identità del Centro nel suo complesso - è motivata dal fatto che questo tipo di approfondimento non è stato ritenuto coerente con le finalità esplorative del percorso teorico-sperimentale e si è valutato altresì inadeguato entrare in merito ad un argomento di natura totalmente religiosa - riguardo al quale è certamente necessario porre particolare attenzione alla sensibilità dei fedeli nonché alle competenze di natura tecnica.

Il nuovo Centro culturale che si svilupperà all'interno dell'Ex-Nebiolo nasce come un progetto ambizioso nel suo valore sociale e culturale. Si inserisce all'interno di un territorio che si sta evolvendo rapidamente e che esprime la necessità di strutturare spazi di confronto e di dialogo tra i cittadini stessi e la Città.

Lo sviluppo di un percorso progettuale coordinato già in fase di definizione dello scenario di intervento in stretta collaborazione tra la Confederazione Islamica e il Politecnico di Torino ha permesso di tradurre in chiave tangibile queste esigenze: un Centro culturale che rappresenterà un luogo dal forte potenziale nella costruzione e nel rafforzamento di dinamiche territoriali volte ad un avvicinamento e ad un confronto attivo, in grado di dare voce e spazio alla ricchezza culturale che convive sul territorio.

## 8.2 La Confederazione Islamica Italiana

Per comprendere pienamente le esigenze culturali e sociali della comunità islamica nel rapporto con il territorio torinese, si cercherà di presentare il tema a partire da una breve analisi della panoramica demografica relativa al numero di stranieri e di cittadini italiani di fede musulmana presenti nella città di Torino e alle iniziative di tipo aggregativo ad essi rivolte (promosse da associazioni, enti, gruppi informali...) attivate negli ultimi anni<sup>82</sup>.

A livello territoriale, una delle principali realtà attive sul tema è proprio la **Confederazione Islamica Italiana del Piemonte**, che ha commissionato lo sviluppo del progetto del Centro culturale. Essa è una ramificazione territoriale di un'organizzazione nazionale (CII) che riunisce diverse realtà islamiche italiane con lo scopo di promuovere il dialogo interreligioso come strumento fondamentale di integrazione tra persone di ogni fede. Tra gli obiettivi che si pone vi sono "l'ampliamento delle aree di cooperazione con le istituzioni, il rafforzamento dei legami di fraternità nella società italiana e l'apertura verso l'Europa e i popoli del Mediterraneo e delle altre regioni"<sup>83</sup>, sempre mantenendo centrale la tutela della propria identità religiosa e della cultura d'origine.

E in tale contesto la Moschea (Centro islamico) assume un ruolo "luogo-identità" di estremo rilievo sociale, poiché ha il compito di accogliere e coordinare le comunità di

musulmani presenti nei diversi territori, aiutandole a strutturare delle modalità di interazione positive e proattive con il contesto circostante - rappresentato tanto dalle autorità locali quanto dalla società civile.

Nell'instaurare il rapporto professionale con i rappresentanti della Confederazione torinese sono chiaramente emerse due peculiarità che hanno direttamente o indirettamente influenzato l'idea progettuale dello sviluppo del Centro.

La prima riguarda il ruolo di rilievo della componente più giovane della Confederazione all'interno dei processi decisionali della stessa. Il progetto del Centro è stato, ed è tuttora, portato avanti in particolare dalla **sezione giovanile** della CII, il che comporta diversi aspetti di notevole interesse legati ad un fattore specifico: in molti casi sono giovani di "seconda generazione" o, sebbene non nati in Italia, comunque cresciuti in tale contesto. E ciò comporta delle evidenti ricadute in termini di visione e approccio interculturale: senza peccare di eccessiva semplificazione concettuale (poiché la pluralità di captazione e risposta agli stimoli culturali è innegabilmente soggettiva e non banalizzabile<sup>84</sup>) sono essi stessi portatori di un'identità culturale "ibrida", nata da un connubio tra i diversi percorsi relazionali e formativi personali e la sfera di influenza culturale familiare (Ricucci, 2016).

Il secondo aspetto è connesso al **legame privilegiato della Confederazione con il Marocco**, figlio in particolare di un'esigenza statistica di numerosità demografica della comunità marocchina in Italia. E ciò determina in primo luogo importanti forme di interesse economico e culturale da parte del Regno del Marocco stesso alle iniziative sviluppate dalla Confederazione sul territorio italiano; ma anche, in una chiave di lettura più progettuale, un'evidente influenza della cultura visiva e organizzativa del paese nord-africano.

La comunità musulmana presente sul territorio torinese, tuttavia, presenta una natura molto più sfaccettata e complessa. Per questo motivo è stato necessario andarne ad approfondire la strutturazione demografica soprattutto nei quartieri oggetto di intervento (Barriera di Milano e Aurora), in modo da aver chiare anche le differenze etniche e linguistiche che avrebbero potuto influire sullo sviluppo del progetto scientifico del Centro culturale.

<sup>84</sup> Sono molti infatti gli studi che hanno messo in luce l'influenza di alcuni fattori basilari che hanno delle ricadute sia sui processi di identificazione personale che sui percorsi di integrazione collettiva. Tra questi possono essere identificati, ad esempio, il tempo di permanenza in un determinato territorio, l'appartenenza etnica (connotata da specifiche *variabili culturali*), i tempi e le modalità di arrivo in Italia, i percorsi di inserimento lavorativo dei genitori, il capitale culturale e sociale familiare, e altro (Tatarella, 2010).

<sup>82</sup> Le iniziative che verranno citate non riguardano un arco temporale predefinito, ma sono state selezionate in base all'impatto che hanno avuto sul territorio e alle implicazioni sociali (a livello politico e culturale).

<sup>83</sup> Fonte: sito web ufficiale della Confederazione Islamica Italiana. Sezione "Obiettivi".

## 8.3 La comunità musulmana in Italia

La presenza musulmana in Italia è un fenomeno che può considerarsi mediamente stabile, con una lieve crescita costante: al 1° gennaio 2021 la stima della popolazione residente musulmana in Italia si aggirava intorno ai 2,7 milioni<sup>85</sup>, pari al 4,9% della popolazione complessiva - comprendendo in questo dato sia i cittadini italiani sia quelli residenti con cittadinanza straniera.

Certamente questo non è un dato assoluto e indiscutibile: proprio in virtù dell'estrema complessità dell'estrapolazione di queste stime si desiderano sottolineare alcune difficoltà e limiti dell'indagine statistica. Anzitutto la raccolta di questi dati si basa, per necessità metodologica, sull'associazione *appartenenza nazionale = appartenenza religiosa*. È tuttavia evidente che la provenienza di una persona non determina necessariamente il suo orientamento religioso: “quando si cerca di stimare il numero di musulmani in Italia si fa allora riferimento alla percentuale di musulmani presente nel paese di provenienza dell'immigrato e la si applica al totale degli immigrati da quel paese” (Spreafico, 2005, p. 174).

A complessificare ulteriormente la chiave di lettura si aggiunge il fatto che il pluralismo interno dell'Islam è estremamente articolato da un punto di vista di afferenza *culturale* a differenti scuole teologiche, dottrinali, ideologiche, giuridiche, nazionali e culturali (Spreafico, 2005). E a tal proposito si consideri ad esempio il fatto che le comunità straniere con maggior numero di musulmani in Italia sono quella marocchina, albanese, bengalese, pakistana ed egiziana<sup>86</sup>. Peraltro la comunità musulmana non si compone soltanto di immigrati musulmani, ma include anche le seconde generazioni, i convertiti e i loro discendenti.

In sintesi si può comunque affermare che la comunità islamica in Italia ha un peso demografico significativo e, soprattutto, che non si struttura come un “blocco monolitico”, ma è caratterizzata dalla presenza di tante sotto-comunità frammentate per differenze nazionali, etniche, culturali e linguistiche. E l'ampiezza di questo fenomeno umano richiede certamente una particolare attenzione rispetto a tematiche ancora non risolte, tra le quali, per l'appunto, la questione dei luoghi di culto e di confronto aperto col territorio.

<sup>85</sup> Fonte: Ciocca, F. (2023) su dati integrati Istat / Ismu / Pew. Disponibile al link: <https://www.lenius.it/musulmani-in-italia/> (data di consultazione: febbraio 2023).

<sup>86</sup> Fonte: elaborazione openpolis 2021 su dati Idos. Disponibile al link: <https://www.openpolis.it/la-presenza-dei-musulmani-in-italia/> (data di consultazione: febbraio 2023).

<sup>87</sup> Fonte: Berrutti, A. F. (2021) “L'Islam a Torino”. Disponibile al link: <https://storymaps.arcgis.com/stories/304226fac67e49d9ad1af4a1a5f6b97d> (data di consultazione: febbraio 2023).

<sup>88</sup> Rappresentando fin dal XIX secolo un importante centro industriale, la Città è stata interessata, nei decenni, da diversi flussi migratori: dapprima dalle campagne circostanti; poi, intorno agli anni '50 e '60, dal Sud Italia e infine, dagli anni '80 in poi, da spostamenti provenienti da diversi Paesi stranieri europei ed extra-comunitari.

### 8.3.1 Una panoramica torinese

Statisticamente la popolazione musulmana non è distribuita omogeneamente in tutte le regioni: infatti è possibile evidenziare una maggiore concentrazione nel centro-nord del Paese (con dei picchi statistici in Lombardia ed Emilia Romagna)<sup>87</sup>. La regione Piemonte ospita l'8,2% del totale dei fedeli musulmani italiani.

Andando ad approfondire i dati raccolti sul panorama torinese, emerge che la comunità più presente sul territorio, come già anticipato, si configura essere quella marocchina (Giorda & Bossi, 2017).

A fronte di questi dati di fatto che attestano il territorio torinese come crocevia di culture caratterizzate da un'eterogenea commistione di identità, religioni, lingue, tradizioni e culture materiali, la Città ha avviato nel tempo politiche e progettualità mirate al riconoscimento del pluralismo, in particolare quello religioso, come elemento di dialogo, rispetto e relazione tra le diverse comunità presenti sul territorio. Nel 2018 viene redatto un documento di “Linee guida per il coordinamento alle politiche per l'interculturalità e alla partecipazione” in cui emerge chiaramente che gli obiettivi strategici fondamentali della Città in merito alle politiche di interculturalità e di partecipazione sono “la lotta a ogni forma di discriminazione (in particolare razzista) e la costruzione di spazi, strumenti e politiche che favoriscano l'equa e libera partecipazione di tutte e tutti ai processi decisionali che definiscono le politiche sul territorio e di relazione”.

Il Comune di Torino certo non è nuovo a questi fenomeni<sup>88</sup>, motivo per cui nel tempo si è dotato di strumenti e servizi in risposta a nuove esigenze sociali e amministrative, quali, ad esempio, il *Comitato interfedi* (approvato nel 2006), l'*ufficio nomadi e stranieri* (creato nel 1982 e primo servizio municipale italiano dedicato agli stranieri), il *servizio inclusione scolastica* all'interno della “divisione servizi educativi”, il centro interculturale della Città di Torino (inaugurato nel 1996), l'*ufficio rigenerazione urbana e integrazione* (denominato dal 2017 “Progetto AxTO”) e l'*ufficio cooperazione e sviluppo internazionale*.

### 8.3.2 La partecipazione della comunità musulmana a Torino

Torino è stata tra le prime città in Italia ad affrontare in modo specifico le tematiche legate all'immigrazione adottando una politica di cooperazione costante con il terzo settore<sup>89</sup>.

Tale contesto di esplicita apertura alle politiche di pluralità culturale e religiosa è stato quindi nel tempo terreno fertile per la nascita di **numerose realtà** - associazioni, ong, onlus, cooperative, centri di studio e documentazione, fondazioni, enti - operanti nell'ambito interculturale in senso trasversale (quali, ad esempio, assistenza e integrazione dei migranti; studi sui fenomeni migratori, sulle espressioni artistiche dei paesi di provenienza; e sulle comunità etniche e linguistiche; interventi di educazione interculturale ed educazione ai diritti umani, eccetera). Da una mappatura in costante aggiornamento realizzata dal Centro Interculturale della Città di Torino, risultano essere presenti più di 160 realtà che compongono tale panorama associazionistico torinese<sup>90</sup>.

E tra di esse le associazioni islamiche (**Box 08**) rappresentano dei poli vitali di notevole attivismo territoriale, che hanno dato vita a diversi progetti volti ad un'apertura culturale e ad un dialogo con la cittadinanza torinese.

Una tra le principali collaborazioni avviate (e certamente di spiccato rilievo in un'ottica di apertura e reciproca fiducia) è stato il *Patto di condivisione* con le istituzioni pubbliche, firmato nel 2017: "un accordo di coordinamento e impegno reciproco tra le associazioni culturali islamiche torinesi e il Comune" (Morucci, 2018). Tra le principali iniziative degne di menzione nate da questo documento vi è il programma "Moschee aperte, spazio per tutti", un evento informativo e divulgativo che nasce nel 2017 (e che ha visto un rallentamento organizzativo a causa della pandemia di Covid-19) che consiste nel rendere accessibile a tutta la popolazione per un giorno all'anno i Centri islamici della città di Torino (**Fig.32**): luoghi di aggregazione che rappresentano non soltanto un riferimento religioso, ma si configurano anche come importanti spazi di socializzazione, accoglienza, educazione e integrazione (Giorda & Hejazi, 2019). Obiettivo è quello di rendere consapevoli i cittadini su quale sia il ruolo di questi luoghi di culto per i fedeli

<sup>89</sup> Attraverso un approccio di *welfare mix* caratterizzato dall'interazione di Stato, mercato, terzo settore e area informale composta da famiglie e associazioni di vario tipo nella produzione di benessere in una logica di corresponsabilità e partnership (De Leonadis, 1996).

<sup>90</sup> Elenco consultabile sulla pagina web ufficiale del Centro interculturale di Torino. Disponibile al link: <http://www.interculturatorino.it/il-centro-2/archivio/collegamenti/associazioni/> (data di consultazione: febbraio 2023).

### Box 08 Principali associazioni islamiche attive sul territorio torinese

Senza voler entrare nel dettaglio dell'operato di ognuna di esse, di seguito si propone una panoramica delle principali realtà islamiche attive nella città di Torino e promotrici di buona parte delle iniziative sviluppate sul territorio.

1. Associazione islamica delle Alpi: realtà che gestisce due luoghi di culto nella città di Torino - il centro Taiba (in Barriera di Milano), inaugurato nel 2006 e il centro Rayan (localizzato in Madonna di Campagna) aperto nell'estate del 2013. Si tratta certamente di una delle associazioni con il maggior numero di progettualità attualmente attive, tra cui spicca, tra l'altro, la recente inaugurazione (2022) di un Centro culturale localizzato nel quartiere di Barriera di Milano.
2. Confederazione Islamica Italiana – sezione Piemonte: realtà aggregativa di cui si è già parlato ampiamente nei paragrafi precedenti.
3. Associazione Afaq: associazione culturale che, per quanto radicata in città all'interno della comunità musulmana - gestisce il Centro islamico di corso Giulio Cesare 6, detto *Moschea della Pace* - non è tuttavia molto conosciuta poichè opera soprattutto tramite iniziative atte a rafforzare il sentimento di identità culturale e religiosa dei figli degli immigrati.
4. Altre realtà da citare poichè attive nel dialogo interreligioso e nella collaborazione con realtà istituzionali e del terzo settore sul territorio torinese sono: AcsIT - Associazione Culturale Islamica San Salvario Torino; COREIS - Comunità religiosa islamica italiana; U.M.I - Unione dei musulmani in Italia; UCOII - Unione delle comunità islamiche d'Italia.

Questa frammentazione rappresentativa è sintomo evidente di quanto già anticipato precedentemente, ossia della "complessità sociologica" dell'Islam stesso (Cuciniello, 2016). Ogni realtà associativa elencata - e anche le numerose che non sono state oggetto di approfondimento - rappresentano una differente "sfaccettatura" della popolazione musulmana. La numerosità delle stesse esplicita inoltre la necessità sociale di avere una rappresentanza che trasmetta un senso di collettività e di valorizzazione di un'identità culturale che va oltre la pura soggettività.

musulmani, quali siano i fondamenti della tradizione islamica e quali tipi di iniziative si svolgono all'interno di questi spazi.



Fig. 32 Elenco dei Centri islamici presenti sul territorio torinese che hanno preso parte all'iniziativa "Moschee Aperte" nell'anno 2019. Fonte: dépliant informativo dell'edizione "Moschee Aperte 2019"

Si vuole inoltre citare un'altra iniziativa di particolare interessamento di un punto di vista sociale: "IftarStreet" (Fig.33), un evento organizzato sin dal 2014 (ma che ha anch'esso subito un periodo di latenza a causa della situazione pandemica). L'*Iftar* è un rituale dell'islam che identifica la fine del periodo di digiuno durante il Ramadan. Durante l'iniziativa viene dunque imbandita una tavolata di 125 metri per condividere questo momento simbolico e spirituale con tutta la cittadinanza torinese, in un'ottica di condivisione e reciproca conoscenza.



Fig. 33 Una foto scattata durante la seconda edizione di IftarStreet, 2015. Fonte: "Islam Torino. Il portale dell'Islam torinese"

### 8.3.3 La necessità di luoghi di aggregazione

Da quanto si è potuto evincere dall'approfondimento appena presentato, l'attuale offerta aggregativa culturale dei fedeli musulmani ruota sostanzialmente intorno a due tipologie di spazi, simili per funzione ma differenti per estensione di funzioni annesse.

La prima sono i Centri islamici<sup>91</sup>, luoghi di riferimento sia per le amministrazioni territoriali, sia per le istituzioni laiche e religiose. Si tratta di realtà aggregative "multivalenti" dotate di aree per le funzioni culturali e per attività di tipo formativo-culturale (non prettamente legate al culto) quali, ad esempio, la scuola coranica, classi di insegnamento dell'arabo, iniziative rivolte specificatamente alle donne e alle giovani generazioni, nonché un ricco programma di conferenze e incontri pubblici su differenti tematiche, per facilitare il dialogo interculturale e interreligioso (Cuciniello, 2017).

Seconda categoria, che rappresenta la quasi totalità del dato numerico relativo ai luoghi di culto islamici presenti sul territorio, sono le "sale di preghiera" (*musallā*). Questi spazi ancora oggi, in generale, trovano collocazione in ex-magazzini, garage e cantine, "che hanno la caratteristica dell'instabilità e della volatilità, in quanto dipendono dall'autofinanziamento e dalla

<sup>91</sup> In questo passaggio si vuole evidenziare il fatto che a Torino non siano presenti delle strutture adibite al culto categorizzabili a tutti gli effetti sotto il termine di Moschea, anche qualora vengano rinominate in tal modo (per esigenze spirituali). In Italia, peraltro, al momento sono state costruite *ad hoc* solamente 6 moschee complete di minareto, collocate a: Segrate Milano (1988), Roma (1995), Ravenna (2013), Colle di Val D'Elsa (2013), Forlì (2017, Piacenza (2021).

capacità di gestione dei propri fedeli” (Conti, 2020) e spesso non si presentano come strutture idonee ad ospitare un ampio numero di persone (Cuciniello, 2017).

Le associazioni torinesi di rappresentanza musulmana esprimono da anni l'esigenza di strutturare un dialogo col territorio più sistematico anche in virtù delle proprie esigenze spirituali (la firma del *Patto di condivisione* si può dire che sia stata una prima risposta da parte della Città a queste richieste). A evidenza dei dati demografici precedentemente esposti, le aree culturali - siano esse Centri islamici o sale di culto - presentano una frammentarietà e una distribuzione inadeguata al numero di fedeli musulmani ad oggi residenti a Torino, soprattutto in specifici quartieri (tra cui Barriera di Milano e Aurora, che saranno oggetto dell'approfondimento progettuale presentato nei prossimi capitoli).

È innegabile che, da un punto di vista sociologico, l'apertura di ogni moschea o luogo di culto islamico è stato nel tempo (e probabilmente sarà così ancora a lungo) fonte di dibattito, confronto e spesso conflitto con una parte dei cittadini residenti. Questi spazi rappresentano “il segno tangibile e visibile della presenza dell'Altro, del fatto che i musulmani *sono qui per restare*, e che conseguentemente rivendicano la legittimità della loro presenza pubblica: con la moschea, l'islam esce infatti dalla sfera privata e fa il suo ingresso nella sfera pubblica” (Conti, 2013).

Nella progettazione di nuovi spazi culturali emerge quindi una chiara necessità: la costruzione di un dialogo con la cittadinanza, che superi l'idea di poter semplicemente negoziare con le autorità per legittimare la propria presenza “fisica” su un territorio.

Certamente il discorso sulla gestione e prevenzione del **conflitto interculturale** è molto ampio e non vuole essere questa la sede di approfondimento (né di diretta competenza della disciplina del design), si desidera tuttavia porre una breve riflessione. L'attivazione di pratiche di co-presenza e co-partecipazione che offrano occasioni di incontro e condivisione pubblica, affiancate a sistemi di comunicazione coerenti e trasparenti, nonché alla messa in opera di meccanismi di ristoricizzazione personale e della micro-collettività di appartenenza (Nicola, 2004) rappresentano azioni strategiche valide ma non necessariamente sufficienti per il superamento del confronto conflittuale. Ad esse devono affiancarsi misure a livello macro-sociale, quali, ad esempio, la

creazione di occasioni di socializzazione collettiva e la progettazione di reti di servizi su scala territoriale - legate al sistema istituzionale scolastico e alle strutture formali e informali di solidarietà e accompagnamento degli alloctoni.

E in quest'ottica la città di Torino, in virtù degli strumenti e dei servizi di cui negli anni si è dotata in risposta a nuove esigenze sociali e amministrative, rappresenta un interessante spazio di sperimentazione pratica.

## 8.4 Definizione del brief di progetto

Coerentemente con le esigenze spirituali e culturali collettive di una parte della comunità musulmana torinese, la Confederazione Islamica Italiana del Piemonte (CII) nel dicembre 2019 decide di partecipare a un'*asta pubblica* per l'affidamento novantennale del compendio ex Nebiolo, collocato all'incrocio tra corso Novara e via Bologna nel quartiere Aurora di Torino (immediatamente limitrofo a Barriera di Milano).

Obiettivo iniziale, che si è poi andato ad affinare attraverso un lavoro di collaborazione tra il gruppo di lavoro del Politecnico (composto dalla sottoscritta e dai tutor Marco Bozzola e Claudia De Giorgi) e i giovani del TurinProject CII<sup>92</sup>, era *in primis* la creazione di un luogo di culto “ampio e decoroso” che potesse ospitare oltre un migliaio di fedeli; a questo spazio si sono volute affiancare delle funzioni pubbliche aperte alla cittadinanza, quali uno studentato, un'area dedicata all'istruzione e una sala esposizioni.

Nell'affrontare l'avvio di un rapporto di co-progettazione, il primo passo che è stato fatto ha riguardato il ripensamento degli obiettivi del progetto, concentrando il focus di partenza non tanto sulle funzioni da dare agli spazi, quanto più agli obiettivi scientifici e i principi culturali fondanti - con l'unico vincolo legale (definito in fase di partecipazione e aggiudicazione al bando d'asta) di mantenere lo studentato come elemento fermo di progettazione.

L'esigenza primaria invariata è stata quella di creare uno spazio aggregativo che permettesse ai numerosi fedeli del quartiere di assolvere ai loro obblighi religiosi: un luogo che tuttavia ogni giorno permettesse di

<sup>92</sup> Sezione giovanile della Confederazione Islamica del Piemonte.

celebrare la cultura islamica anche nella sua apertura alla Città, alle altre culture nelle loro diverse forme. Un luogo adibito alla costruzione del dialogo interculturale, aperto alla cittadinanza che potesse offrire uno spazio di condivisione a disposizione della collettività, fornendo servizi ai cittadini e contribuendo alla narrazione del territorio nella sua multiculturalità.

E in quest'ottica la formula aggregativa che è stata ritenuta più coerente dal gruppo di lavoro è quella del **Centro culturale**.

I centri culturali sono infatti luogo di incontro di reti, comunità e organizzazioni che “portano avanti pratiche culturali collaborative basate sulla partecipazione e sull'attivismo” (Niessen, 2019), costruendo in questo modo spazi di confronto e dialogo su scala territoriale.

#### 8.4.1 Il Centro culturale come luogo di conoscenza e valorizzazione del patrimonio territoriale

*“La proliferazione di coworking, centri culturali e spazi ibridi è il segno chiaro della necessità (che spesso emerge dal basso e cerca interlocutori nelle pubbliche amministrazioni) di trovare soluzioni tangibili e concrete alle nuove sfide economiche, sociali e culturali della contemporaneità in termini di mercato del lavoro, governance territoriale, innovazione del settore culturale”.*

Niessen, 2018, p. 153

Data la natura necessariamente *situata* (Niessen, 2019) dei Centri culturali, a seconda dei contesti in cui operano offrono servizi e funzioni eterogenee (quali, ad esempio, biblioteche, librerie, ristoranti, caffetterie, aree adibite ad incontri e workshop di varia natura, sale polifunzionali, spazi espositivi, eccetera) e indagano il contemporaneo attraverso differenti forme e pratiche collettive e partecipative (tra cui residenze artistiche, progetti di arte pubblica o partecipata, rassegne di arti performative, seminari, cineforum, spettacoli teatrali, concerti, festival, presentazioni di libri, mostre).

La nascita di questi spazi aggregativi non solo genera

<sup>93</sup> A titolo di esempio si citano:  
- il Centro multiculturale Botica Solera a San José (Costa Rica), nato dalla riqualificazione dell'edificio Solera, facente parte del patrimonio nazionale costaricano e costruito negli anni '30;  
- il Matadero di Madrid, un ex mattatoio riconvertito in uno spazio ad uso culturale;  
- la Fondazione Made in Cloister di Napoli, un'ex Chiostra rinascimentale ad oggi adibito a centro culturale;  
- il CAOS di Terni, centro culturale nato dalla rivitalizzazione della ex-fabbrica chimica Siri.

opportunità da un punto di vista socio-culturale, ma favorisce anche nuove prospettive urbanistiche ed economiche legate alla rivalutazione e valorizzazione degli edifici abbandonati. E tale aspetto (che ritroviamo come una costante in numerose progettualità su scala internazionale<sup>93</sup>) porta degli evidenti vantaggi su diversi fronti: la riconversione di edifici industriali dismessi rappresenta certamente un'opportunità economica per le realtà culturali che vogliono attivare delle progettualità strutturate sul territorio, soprattutto se si considera la saturazione del mercato immobiliare e la risorsa sociale rappresentata da questi complessi architettonici (in particolare nel loro potenziale relazionale di dialogo col territorio); il riutilizzo di questi luoghi è inoltre uno strumento di cui le amministrazioni comunali possono dotarsi nei processi di riqualificazione, rivitalizzazione e “controllo indiretto” di aree urbane a rischio di marginalità, nonché di conservazione della “memoria del passato allo scopo di rilanciare l'identità economica e culturale di comunità industriali, artigiane e contadine” (Giabbanelli et al, 2012).

Il nuovo Centro culturale oggetto di questo percorso di ricerca-azione quindi ben si inserisce all'interno di tale inquadramento concettuale, evidenziando delle coerenze teoretiche sia in merito allo sviluppo di servizi e funzioni annesse, sia in un'ottica di rigenerazione urbana. In merito a quest'ultimo punto, infatti, come già anticipato, il Centro avrà l'opportunità di sorgere all'interno di uno spazio dal notevole valore simbolico per il territorio torinese: l'ex Fonderia Caratteri Nebiolo (1880-1993), uno complesso industriale che ha fortemente plasmato le dinamiche lavorative, sociali e residenziali dei Quartieri di Aurora e Barriera di Milano. Aree, peraltro, caratterizzate dall'alta presenza statistica di persone con background migratorio - quindi fortemente multiculturali - nonché recentemente interessate da numerose progettualità e interventi di riqualificazione urbana<sup>94</sup>.

Più corretto ancora da un punto di vista semantico, sarebbe quello di definire questo spazio come un **Centro interculturale**, poichè il concetto principale è quello di strutturare un luogo fisico preposto a mettere esplicitamente in dialogo e confronto persone provenienti da background e orizzonti culturali diversi, ponendo in questo modo le basi per un reale incontro

<sup>94</sup> Tra cui si desiderano menzionare la Nuvola Lavazza (inaugurata nel 2018 e costruita all'interno di un'ex centrale elettrica realizzata nel 1897) e, più recentemente, anche la riqualificazione dell'area Ponte Mosca di lungo Dora Firenze.

e scambio.

Un edificio industriale che, nella sua nuova dimensione architettonica si farà interprete delle trasformazioni e dell'adattamento a valori universali quali l'accoglienza, la condivisione, il rispetto delle storie (delle genti e dei luoghi), l'interculturalità e la pace. Un vero e proprio interlocutore attivo per favorire nuove esperienze, nonchè un «luogo dei luoghi», ove si giocherà la dimensione pubblica del Centro e ove ogni giorno si celebrerà la cultura islamica e la sua apertura alla Città e alle altre culture, attraverso le «chiavi» dell'apertura e della flessibilità.

L'edificio restituirà l'immagine di un recupero coerente con i principi più colti e contemporanei di intervento per la ristrutturazione dell'architettura industriale del secolo passato e della conservazione e valorizzazione della sua storia ma anche del suo futuro. Un progetto che verrà guidato da un sistema di comunicazione che si porrà come voce *narrante* del nuovo Centro in termini di identità e di dialogo con il territorio, in grado di cogliere assonanze formali e concettuali tra la storia tipografica e la cultura islamica e di restituirle attraverso azioni di valorizzazione tangibili e comunicative.

#### References

- Bossi, L., Giorda, M. C. (2017). *Islam a Torino*. In Benvenuti in Italia. Settimo quaderno (seconda edizione).
- Clemente, M., De Vita, G. E. (2008). *Città interetnica. Spazi, forme e funzione per l'aggregazione e per l'integrazione*. In Clemente, M. (a cura di). Collana "Città e Architettura", n.1. Napoli: Editoriale Scientifica.
- Comune di Torino (2018). *Linee guida per il Coordinamento alle Politiche per l'Interculturalità e alla Partecipazione della Città di Torino*.
- Conti, B. (2013). *Verso una società plurale: Buone pratiche di integrazione e inclusione sociale dei musulmani nelle città italiane*. Archivio HAL open science.
- Cuciniello, A. (2016). *Il volto plurale dell'Islam: sunniti e sciiti tra Paesi di origine e contesti di migrazione*. Milano: Fondazione ISMU.
- Cuciniello, A. (2017). *Luoghi di culto islamici in Italia: tipologie e dati*. Milano: Fondazione ISMU.
- De Leonardis, O. (1996). *I welfare mix. Privatismo e sfera pubblica*. In Stato e Mercato, n. 46, pp. 51-75.
- Giabbanelli, S., Rusconi, A., Spreafico, S. (2012). *Nella città interetnica. Spazi per nuove relazioni culturali. Progetto per un centro interculturale a Milano*. Tesi di Laurea Magistrale in Architettura, Politecnico di Milano.
- Giorda, M. C., Hejazi, S. (2019). *In between. Giovani musulmani ed eventi pubblici: il caso di Torino*, In Protestantesimo, n. 74, pp. 235-248.
- Morucci, C. (2018). *I rapporti con l'Islam italiano: dalle proposte d'intesa*

*al Patto nazionale*. In Stato, Chiese e pluralismo confessionale, n.38.

- Nicola, C. (a cura di) per Enaip Piemonte (2004). *La comunicazione interculturale. Strumenti per la formazione, la promozione della tolleranza, l'accettazione delle differenze*. Torino: Enaip Piemonte.
- Niessen, B. (2018). *Una necessità politica. Postfazione*. In Giuliani, I. La città culturale. Spazi, lavoro e cultura a Milano. Milano: Feltrinelli.
- Niessen, B. (2019). *Cosa sono i nuovi centri culturali, l'avanguardia della trasformazione culturale*. In Almanacco "Che Fare". Disponibile al link: <https://www.che-fare.com/almanacco/politiche/comunita/cosa-sono-nuovi-centri-culturali/>.
- Ricucci, R. (2016). *Integrazione delle seconde generazioni e religiosità*. In Paradoxa, anno X, n.3.
- Simonati, A. (2019). *Rigenerazione urbana, politiche di sicurezza e governo del territorio: quale ruolo per la cittadinanza?*. In Rivista Giuridica dell'Edilizia, n. 31, pp. 31-45.
- Spreafico, A. (2005). *La presenza islamica in Italia*. In Instrumenta, vol. IX, pp. 173-243.
- Tatarella, G. (2010). *Verso la società multiculturale. L'integrazione delle seconde generazioni di immigrati*. In Italies, n. 14, pp. 149-167.

# 9

## Analisi del contesto

### 9.1 Prospettive di rigenerazione e riqualificazione urbana nel territorio torinese

*“All’interno di una società complessa, sempre più composita e multiculturale, il costante ed inesorabile processo di massiccia urbanizzazione del territorio ingenera la necessità di immaginare un modello di città capace di accogliere ed armonizzare l’aggregazione di molteplici comunità di estrazione sociale, culturale ed economica certamente diversificata, portatrici di esigenze differenziate, ma, ciononostante, bisognevoli di poter beneficiare di servizi pubblici universali [...]”*

Luca Buscema, *Smart city e rigenerazione urbana*, 2020

<sup>95</sup> Lex Fonderia Nebiolo si colloca fisicamente all’interno di Aurora (Circoscrizione 7). Tuttavia le sue radici sociali si fondano e plasmano la storia anche di un altro quartiere limitrofo: Barriera di Milano (Circoscrizione 6). Per questo motivo si è deciso di trattarli congiuntamente nella descrizione del background territoriale del progetto di ricerca-azione.

Per comprendere l’importanza del processo di riqualificazione del complesso Ex-Nebiolo in rapporto ai quartieri di Aurora e Barriera di Milano<sup>95</sup>, si desidera partire con una breve panoramica sulle azioni e sui finanziamenti di *rigenerazione urbana delle periferie* promossi dal Comune di Torino, con un *focus* specifico in merito alle aree sopra-citate.

Col termine **rigenerazione urbana** - ad oggi molto utilizzato all’interno del dibattito internazionale - viene indicato “l’insieme delle trasformazioni subite dal tessuto

consolidato delle città contemporanee, e in particolare dalle loro aree più *fragili*, caratterizzate da più o meno gravi situazioni di decadimento fisico e sociale” (Bonini Baraldi et al., 2021).

Il Comune di Torino fra gli anni '90 e l'inizio del nuovo millennio - periodo in cui la Città cominciò necessariamente a fare i conti con la crisi della sua tradizionale vocazione industriale e con una frammentazione urbana che andava ad accrescere il dualismo critico tra centro e periferia - ha dato avvio ad una serie di interventi di rigenerazione urbana finanziati dall'Unione Europea e dalla Regione e sviluppati attraverso il *Progetto Speciale Periferie* (1997) (Saccomani, 2021). Tale iniziativa si proponeva di “ridare senso e valore all'identità locale, riagganciando le periferie alla città”<sup>96</sup> e, nella sua fase attuativa, prevedeva una articolata sequenza di azioni partecipate e interventi puntuali di carattere strutturale, infrastrutturale e sociale su tredici aree cittadine.

E in questo contesto nasce, peraltro, l'esperienza *Urban Barriera* (2011-2015), un programma di sviluppo urbano composto da 34 interventi e finalizzato a innescare un processo di miglioramento complessivo del quartiere di Barriera di Milano (nella zona Nord della città di Torino) e dell'area immediatamente limitrofa.

In seguito alla conclusione del *Progetto Speciale Periferie* è stato avviato un nuovo periodo di programmazione, che, tra gli esempi di maggior interesse ai fini di questa ricerca, ha visto la nascita nel 2017 di *AxTO* e di *CO-CITY*. Il progetto *AxTO - azioni per le periferie torinesi* (2017-2019) si proponeva come un insieme intersettoriale e integrato di 44 azioni, distribuite in 5 assi di intervento (Spazio Pubblico, Casa, Lavoro e innovazione, Cultura e Scuola, Comunità e Partecipazione): “un programma di riqualificazione centrato non su grandi opere, ma su molti interventi a basso costo e diffusi sul territorio, caratterizzati da modificazioni puntuali del patrimonio urbano fisico e sociale, da realizzarsi in tempi rapidi, e con l'obiettivo di migliorare l'uso e la pratica urbana” (Cavallaro, 2018).

*CO-CITY* (2017-2019) è stato un progetto realizzato dalla città di Torino grazie al programma europeo Urban Innovative Actions (UIA) e basato sulla promozione della gestione condivisa dei beni comuni urbani per rispondere alle esigenze di rigenerazione e di lotta alla povertà e al degrado urbano (Saccomani, 2021).

<sup>96</sup> La descrizione del “Progetto Speciale Periferie” è stata rielaborata a partire dall'approfondimento realizzato dal network Generatività - realtà che mette insieme diverse organizzazioni multidisciplinari attive nel campo della promozione della cultura. Ulteriori dettagli sul progetto sono disponibili al link: <http://generativita.it/it/storie/torino-la-periferia-al-centro/>

Ad oggi è invece attivo il *Piano strategico metropolitano 2021-2023* che si propone come un atto di indirizzo e di programmazione per lo sviluppo sociale, economico e ambientale del territorio metropolitano. A livello programmatico il Piano si articola in 6 assi (digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura; rivoluzione verde e transizione ecologica; infrastrutture per una mobilità sostenibile; istruzione e ricerca; inclusione e coesione; salute) che corrispondono alle aree tematiche strutturali di intervento previste dal programma *Next Generation Eu* e agli obiettivi inclusi nel *Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza* (PNRR).

Queste iniziative rigenerative avviate su scala territoriale sono accomunate dall'obiettivo strategico di promuovere un approccio di tipo *bottom-up*, finalizzato a stimolare la nascita di azioni spontanee “dal basso” che rendono protagonisti soggetti quali associazioni, gruppi informali e piccole realtà locali (Montanari & Mizzau, 2015).

E, coerentemente con questa visione progettuale, sono infatti sorte numerose realtà che hanno dato avvio a sperimentazioni e progettualità su medio-lungo periodo. Focalizzando l'attenzione sui quartieri di Aurora e Barriera di Milano possono essere infatti citate numerose iniziative su diverse scale di azione.

Entrambi i quartieri sono stati nel tempo interessati da progetti di riqualificazione edilizia che hanno previsto una trasformazione strutturale e funzionale di complessi storici<sup>97</sup>. Vere e proprie azioni di rigenerazione urbana “dal basso”, in grado di “ridare vita a spazi urbani trascurati o abbandonati e offrire uno strumento più significativo per favorire la trasformazione urbana rispetto alle politiche convenzionali di rigenerazione basate sulla realizzazione di attrezzature culturali, grandi eventi e supporto alle industrie creative” (Bonini Baraldi et al., 2021).

<sup>97</sup> E questo nonostante le difficoltà date dalla rigida regolamentazione legata alle esigenze di conservazione dei luoghi storici sottoposti a tutela delle Soprintendenze ai Beni Culturali (Montanari & Mizzau, 2015).

Tra le diverse azioni avviate si citano, a titolo di esempio:

- il nuovo *co-housing* che sorgerà nella Cascina Banfo, un ex edificio agricolo all'interno del quale verranno costruite una decina di unità abitative di diverse tipologie;
- il birrificio-laboratorio EDIT, nato all'interno della fabbrica storica di cavi elettrici INCET, dismessa intorno agli anni '70 (Fig.34);
- il *community hub* Via Baltea 3, costruito negli spazi di una ex-tipografia e che ad oggi ospita laboratori artigianali, progetti culturali, un'attività di ristorazione

- e spazi per i cittadini ed il quartiere (Fig.35);
- i Docks Torino-Dora, vecchi magazzini generali ed opificio che attualmente ospitano diversi locali adibiti a uso commerciale e culturale (Fig.36);
- la Nuvola Lavazza, il nuovo quartier generale di Lavazza a Torino che ospita anche un Museo e uno spazio eventi e che sorge all'interno di un'ex centrale elettrica Enel realizzata nel 1897 (Fig.37);
- la futura riqualificazione delle ex Officine Grandi Motori, che ospiteranno due aree commerciali e un'area verde fruibile dalla cittadinanza.

A ulteriore riprova dell'estremo fermento culturale di quest'area di interesse sperimentale - già caratterizzata da attività storicamente insediate dal notevole impatto sociale quali il mercato di Porta Palazzo e il Balòn - vogliono essere citati il nuovo Student Hotel, la riqualificazione dell'area Lungo Dora e il Campus Einaudi, nonché programmi di innovazione sociale e partecipazione civica quali il progetto ToNite (Fig.38) e AuroraLab e i portali AuroraFood (dedicato alle peculiarità enogastronomiche multiculturali presenti in Aurora) e VivoIn<sup>98</sup> (che raccoglie iniziative, progetti, informazioni sui quartieri di Aurora e Barriera di Milano).

<sup>98</sup> Che, al suo interno, comprende anche una sezione "VivoInterculturale" dedicata alle associazioni di cittadini di origine straniera di prima e seconda generazione di Torino e dintorni.

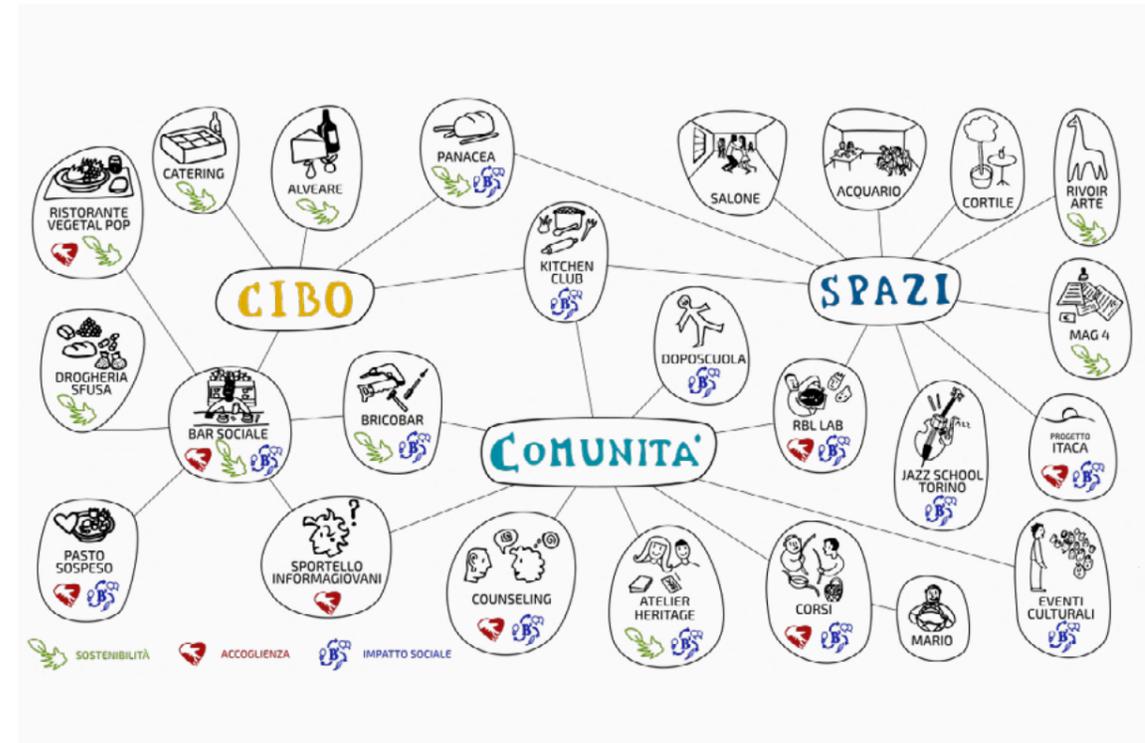


Fig. 35 Mappatura delle iniziative culturali promosse all'interno dello spazio di Via Baltea 3 (2014)



Fig. 34 Interni del birrifico - laboratorio EDIT (2015-2017), acronimo di EAT DRINK INNOVATE TOGETHER, è un format ideato da lamatilde in collaborazione con l'acceleratore d'impresa The Doers



Fig. 36 Docks Torino Dora (2004-2016). L'opera di restauro del velario e dei magazzini è stata realizzata dallo studio di Architettura Vairano



Fig. 37 Complesso della Nuvola Lavazza (2018). Progetto dello studio Cino Zucchi Architetti. Foto realizzata da Andrea Guermani

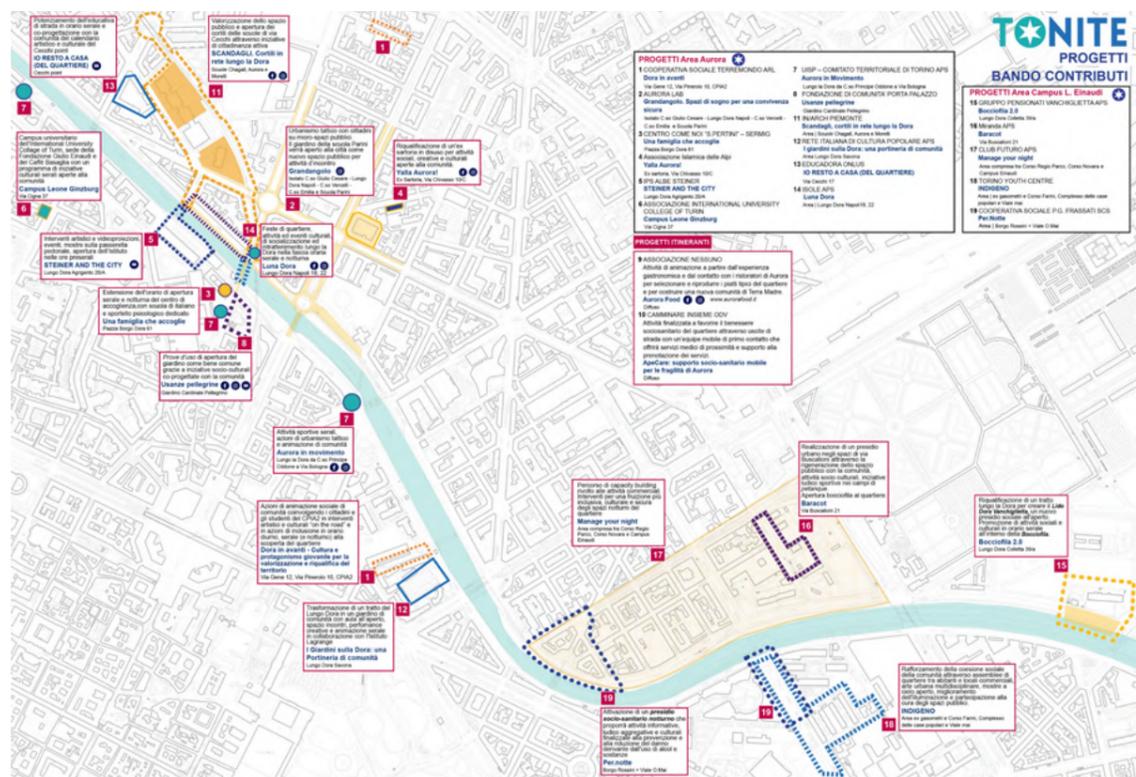


Fig. 38 Mappa di sintesi dei progetti vincitori del bando ToNite (2020-2023). Il progetto nasce dalla volontà di affrontare i fenomeni sociali urbani derivanti da una percezione di insicurezza attraverso soluzioni multidisciplinari

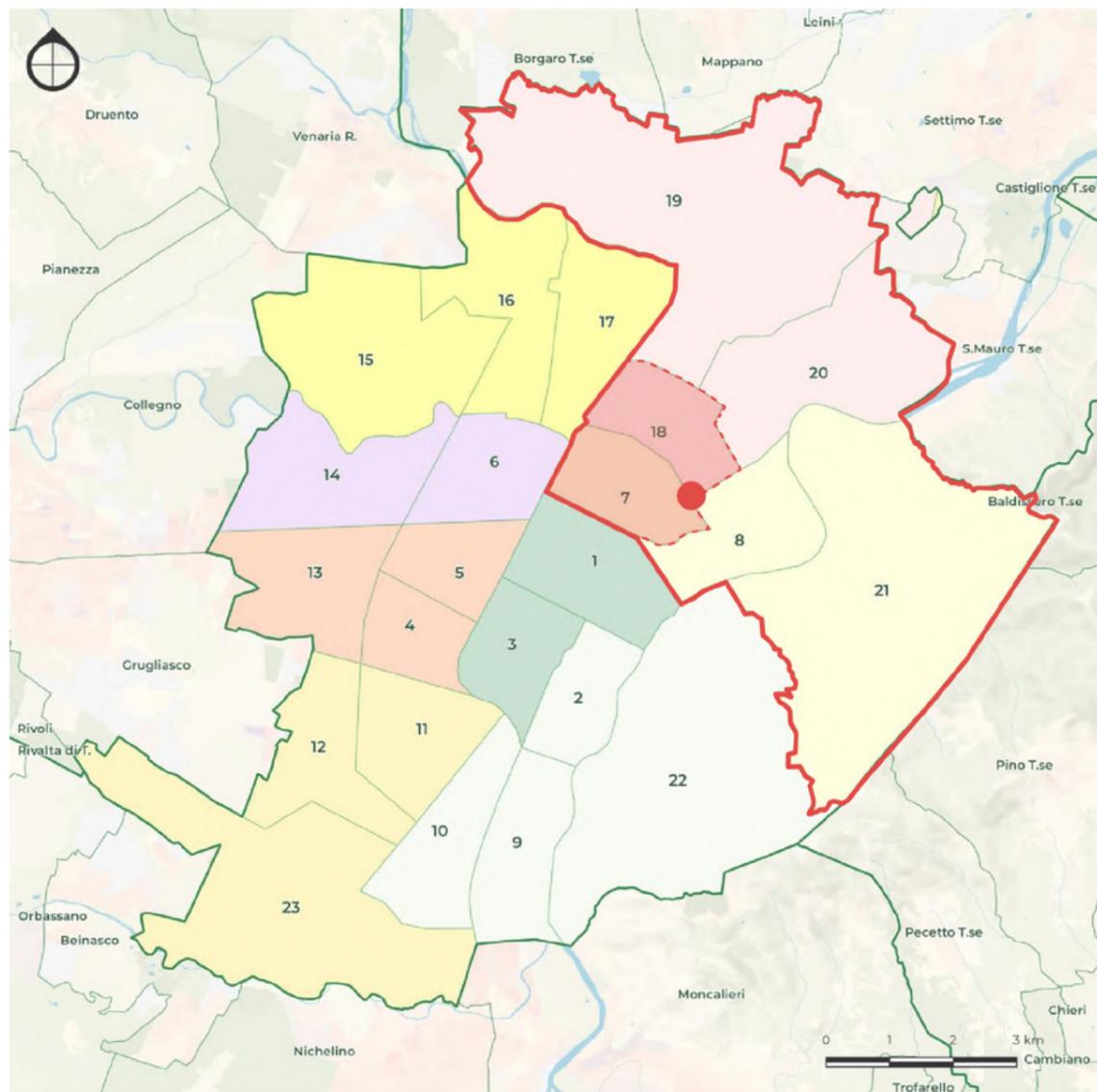
## 9.2 Barriera di Milano e Aurora: storia e trasformazione dei quartieri

Ripensare oggi la periferia nei suoi assetti urbani e sociali vuol dire anche conoscerne la storia per conservare e difendere i principi di identità - non nella sua staticità ma nei suoi processi di trasformazione e adattamento - e per valorizzare le risultanze materiali dell'edilizia relative a quei luoghi (Gambino & Lupo, 2011).

L'approfondimento racconta brevemente la storia e la trasformazione dei quartieri di Barriera di Milano e Aurora per comprendere a pieno - ai fini dello sviluppo del progetto di ricerca-azione - il rapporto tra cambiamenti sociali e tessuto industriale urbano (con un focus particolare sull'impatto demografico ed economico legato alla Fonderia Caratteri Nebiolo).

Torino, quale città storica europea, vede una strutturazione urbana composta fondamentalmente di due parti principali: la *città aulica* (che nasce a partire dal *Quadrilatero Romano*), di tipo storico centrale e caratterizzata da un impianto urbanistico regolare (Lupo, 2014); e la *città periferica* di tipo storico, ma non centrale. Quest'ultima evidenzia un impianto chiaramente molto meno preciso, poichè è solo a partire dalla seconda metà dell'Ottocento che queste aree vengono incluse in schemi di pianificazione controllata: anni in cui la Città cominciò infatti ad espandersi lentamente inglobando parti della campagna circostante (al di fuori delle mura della città) attraverso un sistema a maglie che pian piano raggiunse le vecchie borgate - costruite secondo una concezione spaziale coerente ma non normata (Cacciatori & Seminara, 2011).

Senza soffermare ulteriormente la narrazione sulle vicende storiche ed economiche che hanno accompagnato l'espansione della Città fino alla sua attuale conformazione caratterizzata da una suddivisione amministrativa per Circoscrizioni, un passaggio fondamentale su cui ci si deve necessariamente soffermare riguarda il grande sviluppo economico industriale che vide le sue radici a metà dell'Ottocento. Tra il 1864 e il 1884 infatti Torino iniziò a delineare chiaramente la sua anima di capitale industriale italiana e, in particolare, il quartiere Barriera di Milano e le aree immediatamente limitrofe divennero un "coacervo" di fabbriche tessili e di industrie metalmeccaniche



- |   |  |   |
|---|--|---|
| <span style="border: 1px solid green; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> Ex quartieri | Circoscrizioni   | <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> Confini                                      |
| 1. Centro   | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #4CAF50;"></span> 1 | <span style="border: 1px dashed red; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> Area di interesse                           |
| 2. San Salvario - Valentino   | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #FFEB3B;"></span> 2 | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #F44336; border-radius: 50%;"></span> Complesso Ex-Nebiolo |
| 3. Crocetta - San Secondo - S.ta Teresina   | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #FF9800;"></span> 3 |   |
| 4. San Paolo  | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #9575CD;"></span> 4 |   |
| 5. Cenisia - Cit Turin2   | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #FFF176;"></span> 5 |   |
| 6. Campidoglio - San Donato   | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #FFCDD2;"></span> 6 |   |
| 7. Aurora - Rossini - Valdocco  | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #FFF9C4;"></span> 7 |   |
| 8. Vanchiglia - Vanchiglietta   | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #E0E0E0;"></span> 8 |   |
| 9. Nizza - Millefonti   |  |   |
| 10. Lingotto - Mercati Generali   |  |   |
| 11. Santa Rita  |  |   |
| 12. Mirafiori Nord  |  |   |
| 13. Pozzo Strada  |  |   |
| 14. Parella   |  |   |
| 15. Le Vallette - Lucento   |  |   |
| 16. Lanzo - Madonna di Campagna   |  |   |
| 17. Borgata Vittoria  |  |   |
| 18. Barriera di Milano  |  |   |
| 19. Falchera - Rebaudengo - Villaretto  |  |   |
| 20. Barca - Bertolla - Regio Parco  |  |   |
| 21. Madonna del Pilone  |  |   |
| 22. Borgo Po - Cavoretto  |  |   |
| 23. Mirafiori Sud   |  |   |

(Miletto, 2002), tant'è che già all'inizio del XX secolo fu ormai chiaro il loro destino di *quartieri industriali*. Una delle principali ricadute di questo strategico sviluppo industriale fu un aumento demografico e la conseguente richiesta di abitazioni economiche per le famiglie operaie - e infatti la presenza massiccia di edilizia popolare ha segnato profondamente questi quartieri "contribuendo a creare contemporaneamente sia coesione sociale sia degrado abitativo" (Cacciatori & Seminara, 2011). Emerge quindi chiaramente che la diffusione delle fabbriche e dei complessi industriali ha condizionato anzitutto la configurazione e l'organizzazione degli spazi urbani, nonché del costruito circostante generando un'edilizia di particolare interesse progettuale: come Pia Davico osserva "buona parte di essa è infatti costituita da volumetrie progettate secondo aggregazioni spaziali equilibrate, con trame compositive in cui il rigore cadenzato delle partiture - impreziosite spesso da essenziali ma coerenti accenni decorativi - ritma le facciate con eleganza, tanto da polarizzare l'attenzione dell'osservatore" (Davico, 2014, p. 74). E in molti casi di riqualificazione e riconversione dei fabbricati dismessi, questi elementi identitari del patrimonio edilizio sono stati consciamente mantenuti a sottolineare l'importanza della valorizzazione della storia industriale del luogo nella costruzione di un dialogo col territorio.

### 9.2.1 Due quartieri: una storia comune

I quartieri Barriera di Milano e Aurora fanno parte delle circoscrizioni 6 e 7, costituite da un aggregato di sobborghi:

- Circoscrizione 6: Barriera di Milano, Falchera, Rebaudengo, Villaretto, Barca, Bertolla e Regio Parco
- Circoscrizione 7: Aurora, Rossini, Valdocco, Vanchiglia, Vanchiglietta e Madonna del Pilone

Dato l'interesse progettuale relativo alla localizzazione del complesso ex-Nebiolo oggetto di ricerca-azione (Fig. 39), il focus storico si concentrerà prevalentemente nei due quartieri sopra-citati e caratterizzati da un processo di trasformazione urbana e industriale molto simile (motivo per il quale a livello narrativo verranno trattati congiuntamente).

Fig. 39 Nella pagina a fianco: quartieri e circoscrizioni amministrative della Città di Torino

Data la difficoltà a reperire dati statistici scorporati, l'analisi demografica su popolazione residente e stranieri verrà invece affrontata a livello di Circostrizione.

Il quartiere **Barriera di Milano** nasce ufficialmente nel 1853 e prende il nome da uno dei varchi della cinta daziaria, per l'appunto definiti *barriere*, che consentivano l'ingresso in città (Cacciatori & Seminara, 2011).

L'origine di **Aurora** è invece legata alla presenza di una grande cascina seicentesca - "cascina l'Aurora", che nel 1869 fu trasformata in uno stabilimento tessile - che ben rappresenta l'anima storica di quest'area: fin dall'epoca medievale, infatti, la zona era fiorente di mulini, opifici, setifici, concerie e riserve per le granaglie (Balocco, 2013).

Dalla fine del XIX secolo quest'area nel suo complesso ebbe un enorme sviluppo demografico legato all'afflusso massiccio e costante di migliaia di lavoratori che videro nella nascita di grandi industrie<sup>99</sup> (Tab.10) - specialmente tessili e metalmeccaniche - un'importante opportunità economica, tant'è che già da metà Ottocento Barriera di Milano e Aurora risultavano essere i quartieri operai più estesi e popolati dell'intera città (Cabodi et al, 2020). Dopo la crisi edilizia causata dalla Prima guerra mondiale e l'esigenza sempre più impellente di nuovi alloggi, negli anni '20 il Comune di Torino si mobilitò nella costruzione di complessi di edilizia popolare tramite la riattivazione dell'Istituto Autonomo Case Popolari (IACP, fondato nel 1907) (Barrera, 1984).

Le caratteristiche dell'immigrazione subirono un ulteriore mutamento a partire dal secondo dopoguerra (Dan & Fornasin, 2013), periodo in cui oltre due milioni di italiani abbandonano il Mezzogiorno e le isole per trasferirsi nelle città del Nord o all'estero (fino agli anni '60 questi spostamenti interessarono anche le popolazioni contadine del Veneto), tant'è che Torino dal 1951 al 1967 passò da 719.000 abitanti a 1.124.714 (Cacciatori & Seminara, 2011).

In questi anni a dare ulteriore risposta al problema abitativo interverrà anche lo Stato mediante il Piano INA-Casa (1949-1963). Successivamente un ruolo fondamentale lo svolgeranno anche aziende private quali la FIAT (col Piano case FIAT) e l'INCET, che si mobilitarono per la costruzione di unità abitative per i propri dipendenti (Allevato, 2018).

In questo panorama iniziò a vedersi chiaramente un

<sup>99</sup> Questa attrattiva imprenditoriale nell'attivare poli industriali in quest'area è legata principalmente a delle opportunità di tipo logistico che nel tempo andarono a definire la struttura urbanistica e relazionale dei due quartieri. Tra fine Ottocento e inizio Novecento vennero infatti realizzati nuovi ponti sulla Dora, si potenziarono alcune delle principali arterie stradali che collegavano il centro alle aree periferiche e nacque la stazione ferroviaria Dora. In seguito a queste operazioni infrastrutturali, unite alla disponibilità di spazi e alla vicinanza al centro cittadino, Aurora e Barriera videro un incremento di accessibilità che le rese di grande interesse strategico per l'insediamento di nuove attività industriali e per l'espansione urbana (Cabodi et al, 2020).

Tab.10 Panoramica di alcune delle principali industrie che hanno impattato sulle trasformazioni demografiche e urbanistiche di Aurora e Barriera di Milano

FABBRICHE TESSILI
Abrate Dapanis (1869), poi Gruppo Finanziario Tessile (1930-2003)
Cotonificio Hofmann (1910-1921)
Filatura Fratelli Piacenza (1912-1935)
Filatura Tollegno (1910-1970), poi Lanificio SpA
Lanificio Colongo (1908-1966)
Maglificio Cotonificio Torinese (1916-1968), poi Robe di Kappa (1968 - in attività)
SNIA viscosa (1917-1954)
FABBRICHE METALMECCANICHE
Industrie Metallurgiche (1906-1917), poi FIAT
Fonderia smalteria Ballada (1906-1958), poi cambio di proprietà
Fonderie Poccardi (1872-anni '80)
Fonderie Subalpine (1906-1979)
Gilardini (1831-1955)
Officine e fonderia caratteri Nebiolo (1880-1993)
Stabilimenti FIAT - FIAT Grandi Motori (1923-1966)
Stabilimenti FIAT - Fonderie Ghisa (1914-1950)
ALTRI SETTORI
Biscottificio Wamar (1922-1991)
Carta da parati Barone Ambrogio (1852-1975)
CEAT pneumatici (1925-1981)
Centrale elettrica Enel, già SEAI (1897-non reperibile), ora Nuvola Lavazza
Ciocolateria Tobler (1955-1972)
Corona Film (1914-1930)
Docks Dora magazzino commerciale e stoccaggio merci (1912-anni '60)
Galletificio militare (1908-1988)
Gondrand trasporti e logistica (1903-1943)
INCET - Industria Nazionale Cavi Elettrici Torino (1888-1968)
Lavazza SpA ex-stabilimento (1925-1957)
Officina Temperino (1908-1924)
Pellicceria Rivella (1871-non reperibile)
Quercetti giocattoli (1950 - in attività)
Sclopis industria chimica (1812-1931)
SICME (1955-2004)
Società Torinese Colla e Concimi (1881-anni'30), poi Società Nazionale Chimica
Stassano Forni Termoelettrici (1905-1920)
URMET telecomunicazioni e citofonia (1926 - in attività)

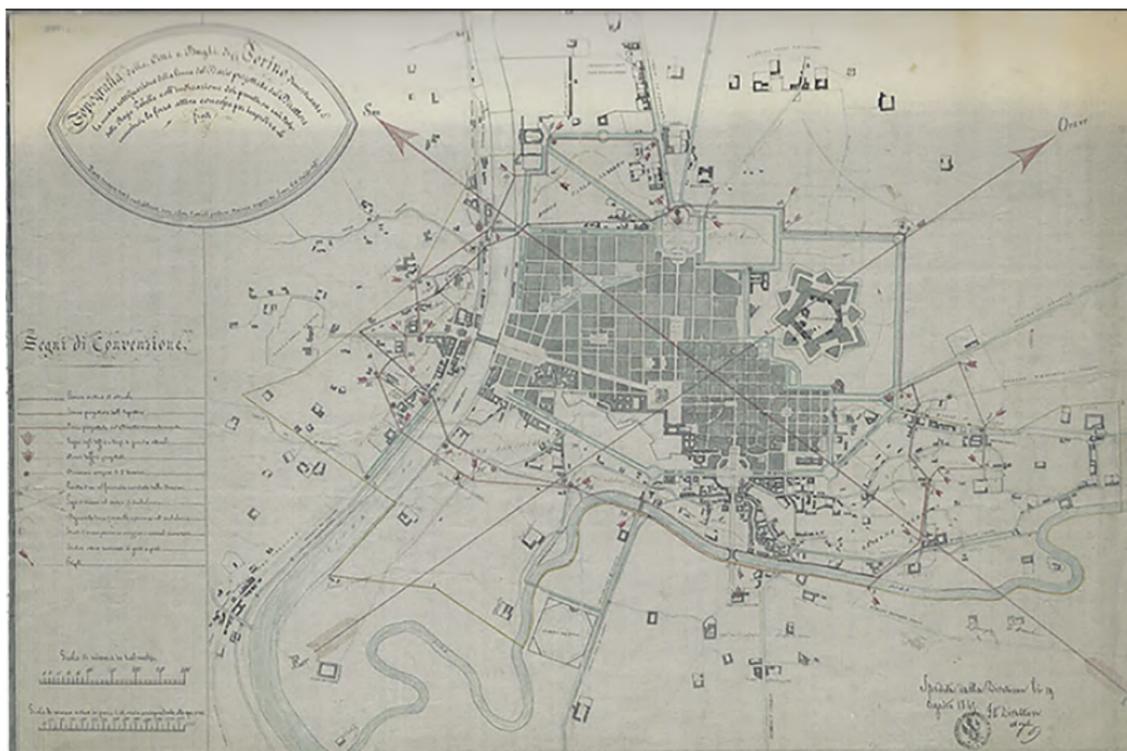


Fig. 40 Mappa di Torino con la sua cinta daziaria nel 1845. (Atlante di Torino, 2021. Sezione "Mappe interattive")

territorio sempre più eterogeneo, in cui l'uniformità di classe e culturale dei gruppi sociali appariva man mano un concetto ormai indiscutibile. E in tale contesto la vita dei quartieri manifestava l'esigenza di progettare forme di **solidarietà strutturata**, quali le Società Operaie, le Banche Cooperative, il Mutuo Soccorso, il Mulino dell'Alleanza Cooperativa Torinese (ACT - a supporto della gestione della spesa quotidiana) e la Cooperativa Astra (finalizzata all'inserimento lavorativo degli ex malati di tubercolosi).

Durante gli anni Sessanta - caratterizzati dalla ripresa economica su territorio nazionale - l'edilizia pubblica accelererà nuovamente, spinta dall'urgenza di soddisfare in tempi rapidi il fabbisogno abitativo determinato da un'immigrazione in costante crescita. Col rallentamento economico e l'esaurimento della spinta industriale (a partire cioè dalla metà degli anni Settanta), nei quartieri cessarono le attività di numerose fabbriche e, di conseguenza, si assistette ad un lento e progressivo spopolamento dei suoi abitanti storici lasciando il posto a "nuovi cittadini", attratti in particolare dall'accessibilità economica dell'edilizia popolare (Cabodi et al, 2020).

Ad oggi la storia della Torino meta privilegiata dell'immigrazione non si è certamente conclusa: da anni infatti si assiste a una **terza immigrazione** di persone provenienti da diverse parti del mondo. Un mosaico di popoli, lingue, identità e costumi che di sicuro arricchiscono culturalmente e demograficamente il territorio, ma che al contempo possono innescare problematiche relative a inclusione e integrazione per effetto di stereotipi e pregiudizi da parte di alcune fasce di cittadini e che portano a situazioni di conflitto e rifiuto dell'alterità - con l'aggiunta, peraltro, di una sempre più esplicita legittimazione politica (Bonini Baraldi et al, 2021).

La presenza di comunità straniere nella narrazione mediatica spesso si accompagna a tematiche di degrado e disfunzionalità urbana e collettiva: "gli stranieri sono spesso additati come colpevoli di ogni anomalia e accusati di essere troppo esigenti o immeritevoli" (Amin, 2012). A causa del minor costo della vita (collegato a differenti opportunità edilizie, possibilità di acquisto e partecipazione ad attività aggregative e culturali) è certamente innegabile che alcune aree urbane periferiche, come, per l'appunto, i quartieri Aurora e Barriera di Milano, presentino una maggiore concentrazione di cittadini con disagi sociali ed economici, andando in questo modo a caratterizzare queste aree con alti livelli di disoccupazione, degrado ambientale, bassa scolarizzazione e disagio abitativo.

Per far fronte, in parte, alle emergenti difficoltà sociali il Comune di Torino, come già precedentemente anticipato, si è dotato di piani di rigenerazione urbana caratterizzati dalla promozione di approcci *bottom-up*, favorendo azioni e progettualità nate da associazioni, gruppi informali e piccole realtà locali. Il fermento culturale generatosi in questi ultimi anni è evidente nel numero di **associazioni** nate - e ufficialmente registrate - in Barriera di Milano e Aurora: ben 184 in totale, di cui 40 si occupano specificatamente di tematiche legate all'immigrazione<sup>100</sup>.

<sup>100</sup> I dati e l'elenco delle associazioni sono disponibili sul portale dedicato a Barriera di Milano e Aurora "VivoIn". Disponibile al link: <http://www.vivo.in.it/> (consultato a febbraio 2023).

## 9.2.2 Dati demografici delle Circoscrizioni 6 e 7

Con 50.135 abitanti<sup>101</sup>, il quartiere Barriera di Milano si presenta come una delle zone più popolate della città – preceduta solamente da Pozzo Strada e Santa Rita – e, come mediamente tutta la Torino, sta subendo una lieve diminuzione annuale della popolazione (nel decennio 2012-2021 vi è stata una riduzione di circa 2469 unità). Destino comune anche ad Aurora, che tuttavia - pur presentando anch'essa un indice di vecchiaia al di sotto della media torinese - ha subito una riduzione della popolazione decisamente più drastica: da 43.967 si è passati a 39.151 persone nel giro di esattamente dieci anni (2012-2021).

<sup>101</sup> Tutti i dati riportati in queste pagine, ove non segnalato diversamente, sono stati estratti dall'Ufficio Statistica del Comune di Torino e aggiornati al 31/12/2021.

Indicatore	Circoscrizione								Tot.
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Indice di vecchiaia	231,4	268,7	240,3	211,8	196,9	172,5	202,3	242,3	220,8
Indice di struttura	142	150,4	142,1	143,1	146	140,4	135,2	142,3	143,1
Indice di ricambio	160,8	156,5	169,6	161	156,2	138,8	154,8	162,2	157,3
Indice di carico	15,5	16,6	16,6	17,3	19,7	21,6	17,2	16,7	17,7
Indice di dipendenza strutturale	54,9	66,4	60,4	57,9	60,7	60,2	56,7	62,8	60,5

Tab.11 Indicatori demografici. Fonte: Archivio Anagrafico della Città di Torino. Elaborazione a cura del Servizio Statistica della Città

Come le altre aree Nord della città, si tratta di due quartieri comunque caratterizzati da un ricambio generazionale al di sopra della media cittadina, con un rapporto tra tasso di mortalità e natalità dell'1,71% (a fronte di una media del 2,16%). Sono quartieri abbastanza giovani, con un'età media (45/46 anni) inferiore a quella delle altre Circoscrizioni e con una popolazione under 15 in lieve crescita<sup>102</sup> - che corrisponde circa al 14,5% degli abitanti della Circoscrizione 6 e al 12,5% della 7.

E quest'ultimo dato è strettamente connesso alla percentuale di **popolazione immigrata** che si è stabilita all'interno di questi quartieri. Gli stranieri presenti su Torino sono aumentati significativamente negli ultimi vent'anni e si distribuiscono su tutto il territorio urbano, ma con una maggiore concentrazione nelle aree periferiche a nord di corso Regina Margherita, nei quartieri di Borgo Dora, Valdocco, Aurora e Barriera di

<sup>102</sup> Dato estrapolato dal report di AuroraLab del 2017.

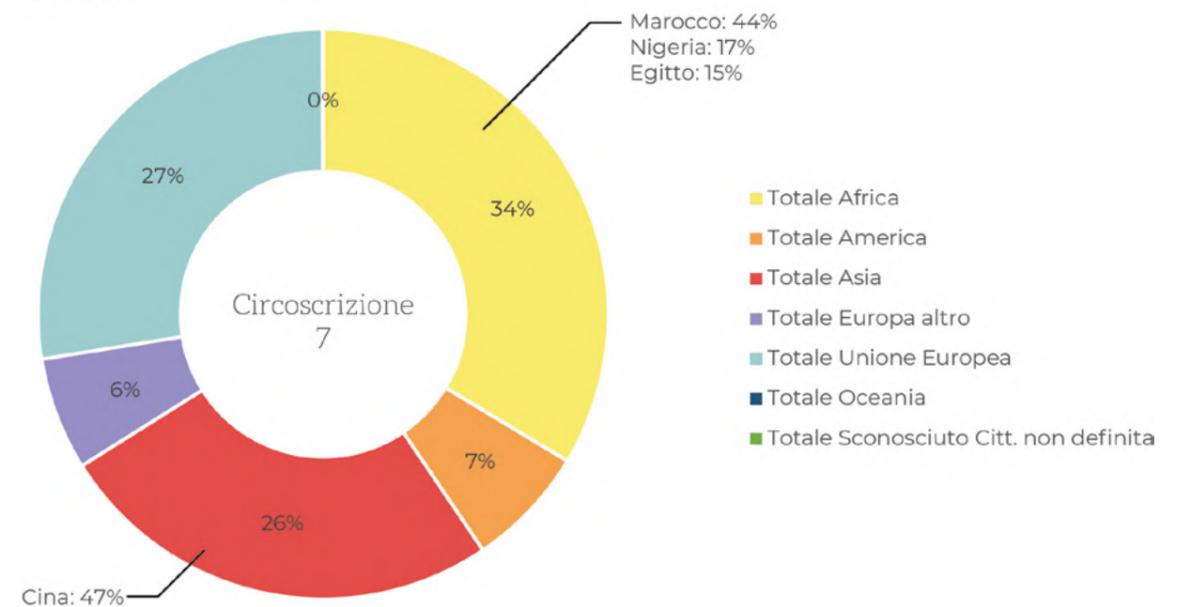
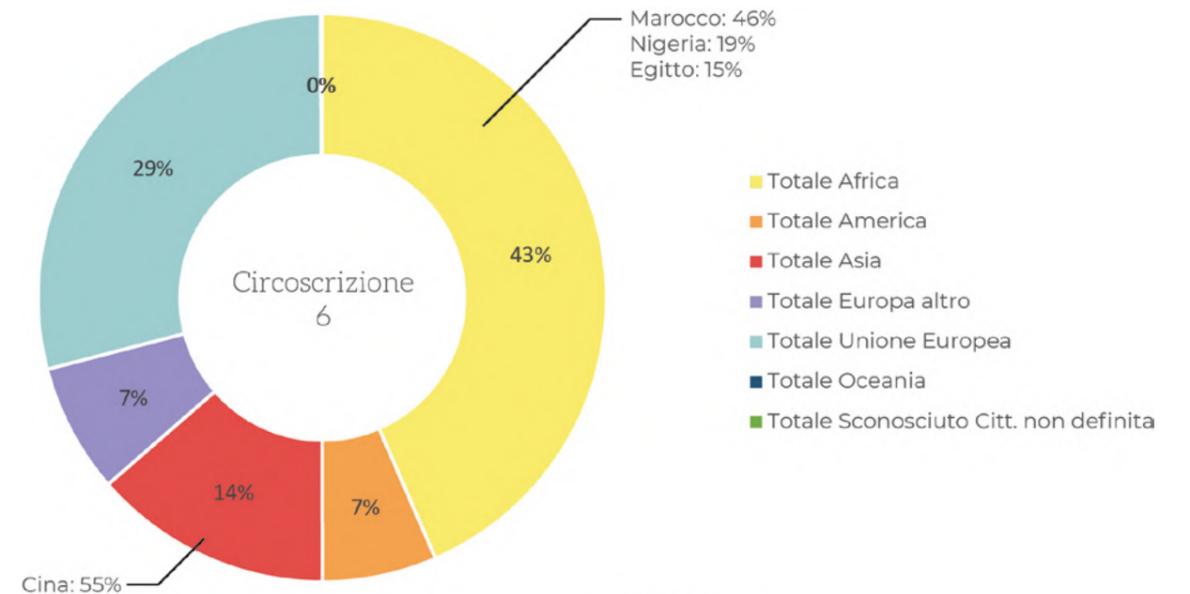


Fig. 41 Nazionalità stranieri per residenza e Circoscrizione: Rielaborazione dati Archivio Anagrafico della Città di Torino

<sup>103</sup> Dato estrapolato dal report di AuroraLab del 2017.

<sup>104</sup> Che corrisponde a 8,91€/m<sup>2</sup> a fronte di una media torinese di 9,21€/m<sup>2</sup>, con dei picchi di 12,52€/m<sup>2</sup> in zona Centro. Fonte: Università degli studi di Torino, Report Torino Student Housing, 2023.

### Milano<sup>103</sup>.

Per far capire pienamente l'impatto del numero di persone con *background* migratorio presenti in queste aree, basta considerare che la loro percentuale corrisponde al 35% della popolazione complessiva di Barriera di Milano e al 30% di quella di Aurora.

Per entrambi i quartieri le nazionalità più rappresentate sono, ad oggi, quella romena (dato che si ripresenta costante su tutto il territorio torinese), seguita da quella marocchina, nigeriana, cinese ed egiziana.

Il basso costo degli affitti<sup>104</sup>, la prossimità al centro e il particolare fermento culturale, rendono sempre più

attraenti questi quartieri non solo per gli stranieri ma anche per i giovani e gli studenti universitari: non a caso, come già anticipato, sono sorte numerose soluzioni abitative idonee a queste richieste, quali *social housing*, *co-housing*, studentati e *student hotel*.

In continuità con i dati già presentati nel 2017 nel report AuroraLab, Aurora e Barriera di Milano risultano essere tuttora tra le zone **più povere** di Torino, caratterizzate da una fragilità sia economica che culturale. I quartieri benestanti, infatti (come evidente nella Fig.42), si trovano prevalentemente nelle Circoscrizioni 1 e 8 e quelli più poveri nelle Circoscrizioni 5 e 6 e nella zona di Aurora (Circoscrizione 7)<sup>105</sup>.

<sup>105</sup> Dati rielaborati da Franco Mostacci nel report "La dichiarazione dei redditi 2020 e le disuguaglianze del sistema tributario", 2022.

*"La popolazione straniera è quella che se la passa peggio: hanno più difficoltà a trovare lavoro a causa della poca padronanza della lingua italiana, maggiori problemi ad accedere ai servizi di accompagnamento al lavoro (es. agenzie interinali, corsi di formazione professionale, servizi di accompagnamento all'auto-imprenditorialità, ecc.) e difficilmente raggiungono posizioni lavorative ben retribuite"*

Cabodi et al, 2020, p. 13

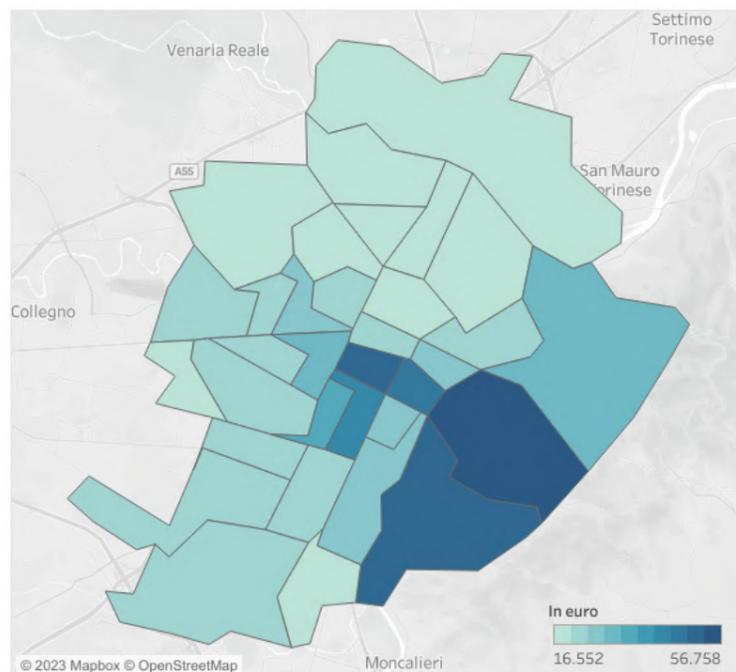


Fig. 42 La mappa dei redditi a Torino. Dati MEF dichiarazione dei redditi 2020, anno fiscale 2019

### 9.2.3 Le ricadute sul progetto

La ricognizione di questi dati è risultata essenziale per definire una panoramica di intervento progettuale coerente e il più possibile attenta a diverse variabili socio-culturali.

Anzitutto l'evidenza di una popolazione fortemente multiculturale si confronta con un passato territoriale caratterizzato da una importante storia industriale, la cui memoria, sempre più rapidamente, sta andando dissolvendosi con la demolizione dei complessi produttivi ormai abbandonati e il progressivo invecchiamento (e scomparsa) delle fasce lavorative detentrici di queste testimonianze storiche.

Il panorama offre diversi spunti di riflessione, primo tra tutti la necessità di non far dissolvere l'eredità storica di un territorio che - lungi da volerne cristallizzare in senso immutabile i valori e le identità - detiene una memoria sociale e industriale fortemente caratteristiche dell'espansione territoriale non solo dei quartieri che la compongono ma, soprattutto, dell'intera Città di Torino. Ogni industria, ogni fabbrica, ogni piccola attività ha rappresentato e rappresenta tuttora un tassello culturale importante per la strutturazione dell'identità territoriale collettiva. Un'identità che, nella sua progressiva mutazione, si confronta con persone e culture provenienti da background umani e personali estremamente differenti e che trovano negli spazi fisici del territorio dei luoghi di "ridefinizione e ricostruzione" della propria identità in un costante confronto con altre persone e con le peculiarità del territorio stesso.

Ma l'aspetto forse più rilevante, collegato a queste osservazioni, è proprio che le fasce di popolazione più giovani e multiculturali rappresentano in modo sempre più strutturato il futuro di questi quartieri e sarà in mano loro la "salvaguardia" della memoria territoriale in quanto parte della loro stessa identità.

Lo sviluppo di un nuovo Centro culturale all'interno della Ex-Nebiolo assume quindi un valore ancora maggiore legato al trasferimento di memoria, alla riappropriazione degli spazi urbani e alla necessità di creare luoghi di dialogo e confronto tra i cittadini.

### 9.3 L'Ex Fonderia caratteri Nebiolo: una storia sociale, industriale e artistica



Fig. 43 Storia della Nebiolo, estratto da un numero di Archivio Tipografico del 1930. Fonte: Marta Bernstein

Entrando sempre più nel merito del contesto di intervento e per concludere questa analisi - preliminare al racconto dell'esperienza di ricerca-azione - si vuole offrire una breve panoramica sulla storia della Fonderia Nebiolo e dell'eredità (culturale, strumentale ed edilizia) che essa ha lasciato nei quartieri di Aurora e Barriera di Milano.

Le fonti bibliografiche prevalenti adottate in questa analisi (nonché le più dettagliate sotto un profilo cronologico e documentaristico) derivano dagli scritti di Giorgio di Francesco e Boris Pesce. Si rimanda ai loro testi<sup>106</sup> per un ulteriore approfondimento dettagliato delle dinamiche aziendali e sociali.

L'infografica prodotta negli anni Trenta dalla Società Nebiolo (Fig.43) ben si presta a essere un'interessante sintesi di partenza per l'avvio di questa analisi.

La Nebiolo è stata una delle più importanti **fonderie italiane di caratteri tipografici e macchine da stampa**, ampiamente rinomata anche a livello internazionale.

Nacque ufficialmente nel 1880, anno in cui l'artigiano Giovanni Nebiolo (1848-1925), dopo aver acquistato nel 1878 una piccola fonderia di caratteri<sup>107</sup> ed aver tentato infruttuosamente di dare avvio ad un'azienda con Ermenegildo Cunaccia, si associò con Lazzaro Levi e insieme costituirono una nuova società che denominarono "Nebiolo & Comp.", con sede nell'attuale quartiere San Sallario.

Con l'ingresso nel 1888 di tre nuovi soci (Giuseppe Levi, Cav. Benedetto Foa e Giuseppe Bedarida) all'interno della Nebiolo iniziò un periodo di modesta espansione commerciale - tant'è che la sede venne trasferita in uno stabilimento di maggiori dimensioni in Via Regio Parco<sup>108</sup> - e di approfondimento delle innovazioni prodotte dalla concorrenza italiana e straniera, in particolare tedesca. E da quel momento si avviarono le prime riflessioni sull'apertura verso nuovi mercati.

Inizialmente la Nebiolo mantenne la denominazione di **fonderia tipografica**, ma già nel 1889 si inizierà a definire azienda produttrice di "caratteri, fregi, tipi di elzevirianti, filetti in ottone, marginatura, galvanotopia, macchine ed attrezzi per tipografie" (Di Francesco & Taviano, 2004).

<sup>106</sup> Di Francesco, G., Tavano, L. (a cura di). (2004). *Torinesi di carattere. La Nebiolo. Un'industria ed i suoi uomini*. Lupieri editore, Torino.

Pesce, B. (2005). *Gli operai della Nebiolo. Occupazione, profilo sociale e mercato interno del lavoro dal 1920 al 1953*. Torino: Neos Edizioni.

Pesce, B. (2008). *Lavorare alla Nebiolo. Dal boom economico agli anni '70*. Torino: Neos Edizioni.

<sup>107</sup> La "Antica Fonderia G. Narizzano", azienda produttrice di caratteri per la stampa nata nel 1852 a seguito, probabilmente, dell'acquisto di un'attività artigiana ancora precedente.

<sup>108</sup> In Circostrizione 6, zona attrattiva, come già anticipato, anche per gli importanti collegamenti ferroviari che percorrono l'area - la ferrovia di Lanzo (1868) e i due scali della stazione Dora (1855) e Valdocco (1890) - nonché la vicinanza con il fiume Dora e il canale della Ceronda, aspetto tecnicamente molto pratico per le fonderie (Iacoviello, 2018).



Fig. 44 Specimen e pubblicità macchine da stampa, nel numero di aprile 1890 di Archivio Tipografico.  
Credits: Alessandro Colizzi

Nel 1891 Giovanni Nebiolo uscì dalla società, ritirandosi a vita privata ma accettando di lasciare il proprio nome alla società.

Sull'onda di importanti invenzioni internazionali inerenti i sistemi di stampa - nello specifico l'invenzione delle composatrici *Lynotype* e *Intertype*, caratterizzate da sistemi di composizione automatica - alla Nebiolo iniziarono ad essere fabbricate macchine tipografiche e litografiche di nuova concezione. E questo anche per far fronte alle notevoli perdite economiche che la diffusione di questi macchinari stava facendo subire alle aziende produttrici di caratteri da stampa - Nebiolo compresa, che stava riscontrando una diminuzione media delle vendite ben del 50% (Pesce, 2005).

Verso la fine del secolo, a seguito di alcuni cambiamenti societari, la rapida crescita economica e l'inserimento nell'organico di maestranze specializzate e tecnici provenienti dalla Germania, l'azienda<sup>109</sup> raggiunse un notevole vantaggio sul mercato, tanto da poter essere a tutti gli effetti definita come "la prima impresa tipografica a livello nazionale" (Di Francesco & Taviano, 2004). Iniziò così un periodo molto florido per la ditta, che nel giro di pochi anni si stabilizzò ulteriormente nel merca-

<sup>109</sup> La cui denominazione sociale era stata cambiata nel 1899 in "Fonderia di caratteri e fabbrica macchine ditta Nebiolo & C."



Fig. 45 Copertine di due numeri di Archivio Tipografico del 1909 e del 1913.  
Credits: Alessandro Colizzi

to nazionale anche attraverso il rilevamento di piccole aziende tipografiche italiane, l'apertura di nuovi reparti produttivi interni e vantaggiosi accordi di rappresentanza con produttori esteri di macchinari (tra cui la compagnia *Miehle* di New York e *Monotype* di Londra).

La nascita nel 1903 dell'azienda milanese Urania, rapidamente ingranditasi in Urania Trust nel 1906<sup>110</sup> (guidata da Alberto-Lobetti Bodoni, pronipote del noto Giambattista Bodoni) mise a dura prova la stabilità economica della Nebiolo, tant'è che 1905 quest'ultima tentò le prime trattative - non andate a buon fine - per la fusione delle due società. Nel 1907 tra le due ditte si stabilì un accordo di cartello, che rappresentò il primo passo per la nascita della Società Anonima Augusta (1908) - una sorta di *holding* con sede a Torino e stabilimenti distribuiti in tutta Italia (Torino, Milano, Bologna, Firenze, Roma e Genova). Questa nuova realtà risultò da subito vincente e divenne rapidamente leader del mercato interno e internazionale - crebbero infatti notevolmente le esportazioni in Europa, in Sud America e in Oriente.

Nonostante la crescente importanza su scala nazionale, dal 1911 la Augusta subì un rallentamento del mercato<sup>111</sup> e "in questo periodo di incertezza la direzione decise di

<sup>110</sup> Nata dalla fusione della Ditta Commoretti con altre nove piccole fonderie italiane (Redaelli, Fiazza, Albè, Wilmant, Rizzi e Zappa di Milano, Negroni di Bologna, Cucco & Gariglio di Roma e Alessandri di Firenze).

<sup>111</sup> Riconducibile a diverse motivazioni, tra cui la morte di Lazzaro Levi (Amministratore delegato e Direttore generale), una crisi nazionale delle aziende (collegata ad una più ampia crisi economica internazionale) e la stagnazione del mercato tipografico.



Fig. 46 Officine Nebiolo, ingresso principale di via Bologna angolo via Padova nel 1925, sede della fonderia caratteri.

Fonte: Gaetano Donato

resistere, potenziando la pubblicità e cercando di entrare in nuovi mercati avendo dalla loro le officine attrezzate e le fonderie, strumenti e attrezzature versatili per via della moltitudine di campi d'azione, continuando così fino al primo conflitto mondiale" (Chirico, 2019, p.97).

La Prima Guerra mondiale segnò definitivamente una battuta di arresto per la Società Augusta: la fase economica recessiva generalizzata, la mancanza di materie prime e la riduzione del personale crearono i requisiti per il definitivo scioglimento della ditta e, nel 1918, la "Fonderia di caratteri e Fabbrica di macchine Ditta Nebiolo & Comp." (poi abbreviata in "Società Nebiolo" nel 1924) riprese le redini aziendali, incorporando la Urania e assorbendo per fusione anche le Fonderie Subalpine di Torino.

Grazie a questo complesso background societario, nel 1923 la Nebiolo possedeva tre stabilimenti nei dintorni di Torino (la fonderia caratteri, la fonderia ghisa e la fabbrica macchine)<sup>112</sup> e contava migliaia di artigiani altamente specializzati (Tomatis, 2017).

Gli anni '20 non furono tuttavia un periodo di grande espansione economica: nel 1920 e nel 1924 si assistette a due importanti periodi di scioperi (rispettivamente lo "sciopero delle lancette" e quello degli addetti della fonderia caratteri). Durante questi anni di tensioni operaie ci fu un rallentamento delle produzioni dovuto sia alle manifestazioni, sia alla stagione di licenziamenti di massa messo in atto dagli organi amministrativi della Nebio-

<sup>112</sup> Per interesse progettuale nei prossimi capitoli si approfondirà la strutturazione della sede della fonderia caratteri, sita in Via Bologna e con una superficie di circa trentamila metri quadrati organizzati su tre piani.

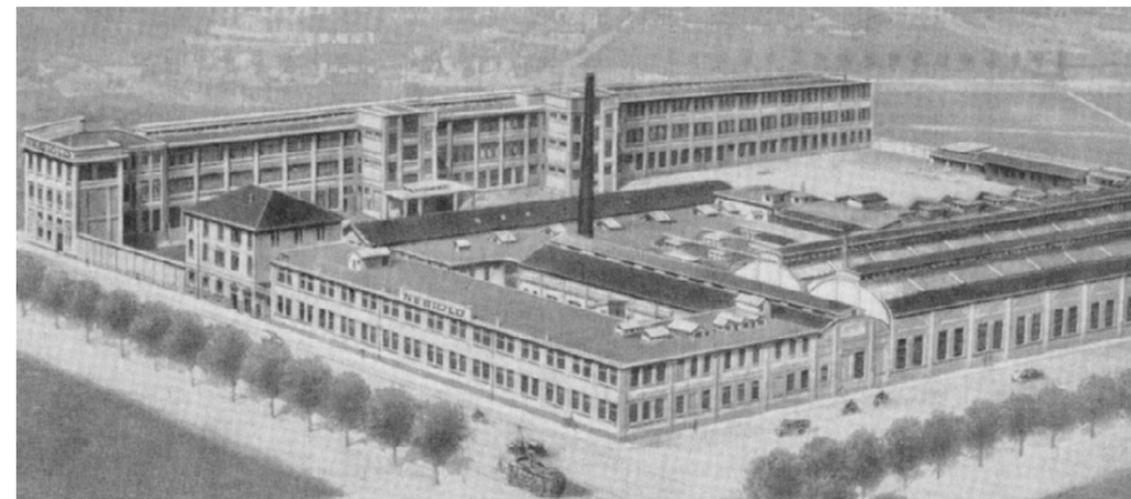


Fig. 47 Officine Nebiolo viste da Corso Novara (ex Fonderie Subalpine) nel 1925, in cui erano collocate fonderie ghisa e fabbrica macchine.

Fonte: MuseiTorino

lo (in risposta allo sciopero del 1924 infatti la direzione aziendale decise di "contrattaccare" col licenziamento di tutti i 180 operai dello stabilimento).

Tra il 1927 e il 1929 si assistette ad un'ulteriore caduta delle vendite causata dalla politica governativa di rivalutazione della Lira e un calo delle esportazioni (legate alla scelta protezionista del Governo fascista). Questa crisi si protrarrà fino al 1934, anno in cui Mario Graziadi Levi divenne Amministratore delegato della Nebiolo e, grazie all'adozione di una serie di brillanti provvedimenti - relativi alla riorganizzazione delle strutture di vendita, al rinnovamento tecnologico degli impianti e all'introduzione di lavorazioni complementari, quali mozzi per eliche di aeroplano e macchine utensili - ci fu nuovamente una lieve ripresa.

All'inizio degli anni '40 Mario Graziadi Levi fu costretto a dimettersi a causa delle sue origini ebraiche e la Nebiolo venne dichiarata "stabilimento ausiliario" per l'industria bellica, quindi ci fu un notevole rallentamento del mercato dei prodotti grafici a cui si cercò di compensare con una ripresa del lavoro pubblicitario ed editoriale.

Bombardamenti, difficoltà di reperimento e aumento dei costi delle materie prime, nonché evidenti complessità lavorative legate al periodo di conflitto (occupazione tedesca, sfollamenti, allarmi antiaerei, trasporti pubblici limitati o assenti, saltuarietà della fornitura elettrica, scioperi in serie e boicottaggi) diedero vita ad un periodo di forte crisi aziendale, che vedrà la fine solo nell'im-



Fig. 48 Fotografia dei dipendenti Nebiolo scattata durante l'apertura del nuovo stabilimento di Via Bologna, nel 1923.

Fonte: Gaetano Donato.  
Foto di Marianelli Francesca Aurelia

mediato dopoguerra.

Tra il 1945 e 1950 ci fu nuovamente un aumento della domanda di prodotti Nebiolo, che portò ad una rapida ripresa dell'azienda e ad un evidente incremento del tasso occupazionale.

Nel 1950 si avvertirono tuttavia i primi segnali di un'ulteriore crisi finanziaria causata da diversi fattori, tra cui l'incorporazione della Fast di Rivoli (Fabbrica Strumenti Tessili) e della F.C.M. Savant di Lanzo (società produttrice di utensili) che tolsero liquidità all'azienda. Ciò unito alla scarsa produttività delle officine (legata alle difficoltà di reperimento delle materie prime), alle complicazioni finanziarie interne e al fallimento di una esosa operazione imprenditoriale in Argentina.

Nel 1952 si tentò allora l'avvio di un piano di risanamento che prevedette il licenziamento di numerosi dipendenti (in totale 1100 in due ondate separate) e che, ovviamente, provocò nuovi scioperi, occupazioni e manifestazioni di massa.

Di anno in anno le perdite economiche andarono pro-



Fig. 49 La fonderia caratteri di Via Bologna nel 1926.

Fonte: Gaetano Donato

<sup>113</sup> Il settore economicamente trainante fu quello legato alle macchine grafiche e tessili. La fonderia caratteri vide invece un minore sviluppo, a causa del progressivo consolidamento e diffusione delle macchine da stampa indiretta *offset*.

gressivamente a diminuire, grazie ad un rinnovamento amministrativo interno, che spinse verso una drastica ristrutturazione produttiva e commerciale con obiettivi a lungo termine: il 1955 segnò il "culmine della lenta ripresa che, negli anni '60, porterà la Nebiolo alla sua massima espansione, in termini di personale e di produzione" (Pesce, 2005, p. 33) <sup>113</sup>.

L'intensa mobilitazione sindacale degli operai portò con sé anche una continuità di licenziamenti per "giustificato motivo oggettivo" (legato cioè ai rallentamenti produttivi causati dalla manodopera che partecipava agli scioperi), che spinsero l'azienda ad attuare nuove strategie di assunzioni: si decise infatti di andare alla ricerca di giovani lavoratori proveniente dalle terre rurali, in modo tale non andare incontro a manodopera altamente sindacalizzata. Si guardò quindi ai territori contadini prima del Nord Italia (Piemonte, Veneto, Friuli e Trentino) poi del Sud (in particolare dalla Puglia). Manodopera con una specializzazione bassissima o nulla, che necessitava di apprendere i rudimenti tecnici di base.

In quegli anni venne quindi fondata una scuola profes-

<sup>114</sup> L'attività della Scuola professionale della Nebiolo inizia nel 1962, con corsi biennali per aggiustatori-tornitori e aggiustatori-montatori. Al termine dei corsi gli allievi conseguono un diploma legalmente riconosciuto e vengono via via assorbiti, in base alle esigenze, dalla Nebiolo. Fonte: Fondazione istituto piemontese Antonio Gramsci di Torino.

<sup>115</sup> Che nel settembre del 1969 sfociarono nel cosiddetto "Autunno caldo", un periodo di lotte operaie sindacali collegato al rinnovo dei contratti collettivi del lavoro.

<sup>116</sup> Non è dato conoscere i precisi termini dell'accordo, pare tuttavia che la Fiat accettò di rilevare il pacchetto di maggioranza in cambio di un ingente finanziamento Imi - ERP.

<sup>117</sup> Comau - *CON*sortio *MA*chine *U*tensili era (ed è tuttora) un'azienda fondata nel 1973 a Torino, facente parte del gruppo Fiat S.p.A.

sionale interna che ebbe particolare successo<sup>114</sup>. Dopo un iniziale boom economico (che vide concretezza anche nel picco di assunzioni nel periodo 1957-1963), tra gli anni 60 e 70 ci furono diversi rallentamenti, soprattutto legati al settore dei telai e delle macchine tipografiche (il fatturato dei caratteri da stampa invece non subì particolari variazioni): l'azienda dovette quindi riaffrontare operazioni di riduzione del personale, espansione verso mercati esteri e riorganizzazione degli stabilimenti.

Tra il 1966 e il 1969 le agitazioni sindacali<sup>115</sup>, gli scioperi e le rivendicazioni salariali degli operai più giovani ridussero considerevolmente la produzione e crearono ulteriori difficoltà nella gestione aziendale: ad affiancare la riduzione del numero di dipendenti, ci furono i maggiori costi del personale, l'aumento dei prezzi delle materie prime - e il conseguente aumento dei prezzi di vendita dei prodotti Nebiolo, che faticarono in questo modo a rimanere competitivi sul mercato - nonchè l'indebitamento e la passività finanziaria aziendale. Nel 1971 si assistette peraltro ad un quasi totale blocco delle assunzioni.

A causa della grave crisi in cui stava vivendo la Nebiolo, nel 1976 si affacciò quindi sulla scena un nuovo azionista di maggioranza: la FIAT S.p.A., che entrò con evidenti intenti speculativi<sup>116</sup>. Ci furono quindi delle drastiche ristrutturazioni e riorganizzazioni aziendali, che, chiaramente, ebbero l'obiettivo di portare ai vertici aziendali dirigenti Fiat e Comau<sup>117</sup>.

Gli ultimi anni di attività della Nebiolo furono caratterizzati da un lento declino che si avviò nel 1976 con la chiusura della fonderia ghisa. Nel 1978 cessò ufficialmente anche la produzione e la commercializzazione di caratteri da stampa (e di conseguenza venne abbandonato il complesso di Via Bologna). Nel 1982 la Nebiolo cedette i suoi beni materiali ad una nuova società costituita da una cordata imprenditoriale e denominata Nebiolo Macchine S.p.a, che a sua volta venne ceduta alla Montenegro Srl, la quale, dopo un susseguirsi di problemi amministrativi e di bilancio, fu costretta a definitivamente a chiudere i battenti nel 1993, anno in cui venne dichiarato ufficialmente il fallimento della Nebiolo.



Fig. 50 Lavoratori della Nebiolo in corteo, 1950. Fonte: Archivi Polo del '900



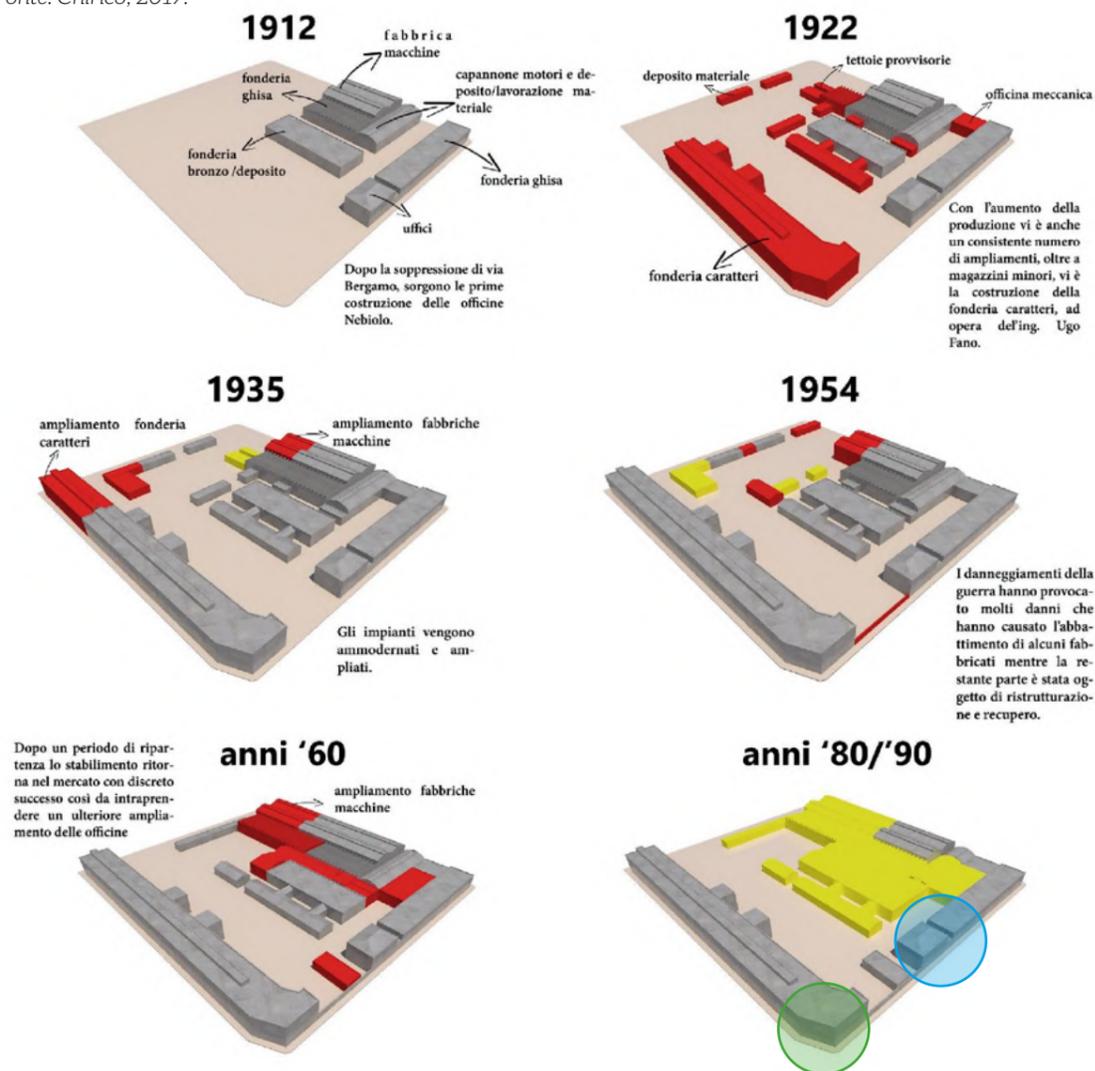
Fig. 51 Lavoratori della Nebiolo in corteo, 1977. Fonte: Archivi Polo del '900

### 9.3.1 La fonderia caratteri e lo Studio Artistico

Poichè l'azione progettuale descritta in questa ricerca sarà collocata all'interno del **complesso di Via Bologna**, è certamente di interesse un breve approfondimento sulle attività che venivano svolte in questa sede della Nebiolo.

Come già anticipato tutta quest'area ospitava la fonderia ghisa, la fonderia caratteri e la fabbrica macchine. L'edificazione dell'immobile iniziò nel 1907 per conto della Società Anonima Fonderie Subalpine. L'ampliamento funzionale e gli sviluppi architettonici del complesso sono ben descritti dalla rielaborazione grafica prodotta da Marco Chirico e qui di seguito riportata (Fig. 52).

Fig. 52 Sintesi degli ampliamenti (in rosso) e delle demolizioni (giallo) a cui è stato soggetto il complesso Nebiolo di Via Bologna.  
Fonte: Chirico, 2019.



Lo stabilimento era suddiviso in due macro-aree: la *fonderia caratteri* alla quale si accedeva da Via Bologna 47 (segnalata con un pallino verde nella Fig. 52) e il complesso della *fonderia ghisa*, dove venivano effettuate le fusioni dei getti di ghisa per la costruzione delle macchine da stampa, con accesso da Via Bologna 55 (pallino azzurro).

Dopo il fallimento della Nebiolo l'intero complesso è stato acquistato dal Comune di Torino. Ad oggi presso la sede di Via Bologna 47 è sito il Tribunale di Sorveglianza di Torino, mentre parte dell'area restante (o per lo meno ciò che è rimasto in piedi da dopo l'approvazione del Piano Particolareggiato dell'area Nebiolo nel 1997, che ha previsto la demolizione di quasi il 70% dell'intero isolato) è attualmente fulcro di progetto per lo sviluppo del nuovo Centro culturale.

La volontà, come già più volte sottolineato, è tuttavia quella di mantenere memoria della storia industriale dell'area, attraverso operazioni progettuali che restituiscano la complessità e la ricchezza culturale legata a tale edificio. Il *focus* di partenza è stato quindi quello di andare ad approfondire l'eredità storica legata alla *fonderia caratteri*: pur non essendo mai stata un settore economicamente trainante per la Nebiolo, essa ha rappresentato un vero e proprio *unicum* nella storia tipografica italiana.

La nascita della fonderia caratteri Nebiolo si configurò in perfetta coerenza con il panorama produttivo nazionale. Nel 1896, anche grazie alla visione imprenditoriale di Lazzaro Levi, alla ricca ma tradizionale produzione di caratteri<sup>118</sup> si affiancò la fabbricazione delle macchine da stampa litografiche e tipografiche, "divenendo una delle poche fonderie in Europa in grado di fornire impianti completi anche delle molteplici attrezzature ausiliarie necessarie alle industrie grafiche" (Clough, 2021, p.48).

Ma al di là di questa peculiarità di natura prettamente commerciale, dando uno sguardo alla produzione artistico-tipografica fino a metà degli anni '20 non vi furono particolari evidenze di originalità: la Nebiolo si "limitava" ad acquistare licenze e matrici dall'Europa (e in particolare da Germania e Francia, per via delle influenze *Art Nouveau* in voga al tempo) per fondere i caratteri da vendere su richiesta dei vari clienti. Le creazioni interne proprie (i *caratteri proprietari*) non avevano ancora trovato grande campo di sperimentazione, ad eccezione dell'*Inkunabula*, progettato da Raffaello

<sup>118</sup> Collezione peraltro molto ampia grazie al lungo processo di fusioni societarie che diedero i natali alla ditta Nebiolo. Ognuna di queste fonderie arricchì il patrimonio con nuovi punzoni e matrici, alcune risalenti al XVIII secolo.

<sup>119</sup> "In occasione del concorso per un nuovo carattere tipografico indetto dalla Società Augusta" *Fonte: Il Risorgimento Grafico, VIII, 1, 1911, pp. 8-13.*

<sup>120</sup> *Fonte: Il carattere "Inkunabula" di Raffaello Bertieri. Scritto da "Giò Fuga Type" per il blog di Luc Devroye, disponibile al link: <https://blog.giofugatype.com/?p=2339> (consultato a febbraio 2023).*

<sup>121</sup> Un periodico trimestrale che divenne poi semestrale "quando si trasformò in edizione raffinata" (Di Francesco & Taviano, 2004).

**Fig. 53** A sinistra: alcune copertine di Archivio Tipografico di inizio '900. *Fonte: MEAT collettivo grafico* A destra: pagina pubblicitaria dello Studio di incisione fotomeccanica, Archivio Tipografico del 1900. *Foto: Alessandro Colizzi*



Bertieri per la Società Augusta di Torino nel 1911<sup>119</sup> e ispirato ad un carattere veneziano stampato nel 1476 dal prototipografo Erhard Ratdolt (1442-1528)<sup>120</sup>.

In realtà, era abitudine abbastanza comune a molte tipografie copiare dei caratteri di successo e rielaborarli in base a specifiche esigenze. Tuttavia la lungimiranza dei diversi direttori artistici e collaboratori creativi pose le basi per un lento ma inesorabile processo di diversificazione all'interno del panorama tipografico italiano.

E questo fu evidente già a partire dall'introduzione della rivista *Archivio Tipografico*<sup>121</sup> (1889-1933) diretta da Dalmazzo Gianolio. L'impeccabilità compositiva, unita alla varietà e alla precisione degli articoli in essa contenuti (che riguardavano differenti tematiche legate al mondo della tipografia, come articoli tecnici, novità di mercato, composizioni artistiche e *specimen*) ne decretarono un immediato successo a livello internazionale - tanto da essere stampata in italiano, francese e spagnolo.

Nel 1898 venne inserito nell'organico aziendale il pittore Edoardo Cotti (1871-1940), con lo scopo di supervisionare un nuovo studio creato internamente, ossia lo **Studio di incisione fotomeccanica**, nato per produrre materiale

grafico per la Nebiolo e, in particolare, per la creazione di pubblicità e copertine della rivista *Archivio Tipografico*. E fu proprio Cotti, tra il 1926 e il 1927, a disegnare il primo carattere "semi-originale" dell'azienda: il *Pastonchi*, dal nome dell'omonimo poeta che, in collaborazione con la casa editrice Mondadori, lo commissionò e ne supervisionò la progettazione.

Alla morte di Gianolio entrò in carica come consulente artistico Raffaele Bertieri (1875-1941), compositore formatosi nello stabilimento fiorentino di S. Landi, nonché direttore responsabile e proprietario della rivista *Il Risorgimento Grafico*. A lui si devono la progettazione dei primi caratteri proprietari di successo della Nebiolo, quali il *Ruano* (1926), il *Sinibaldi* (1926) e il *Paganini* (1928).

Una nuova fase sperimentale venne avviata con l'arrivo di Giulio da Milano (1897-1990), direttore artistico di Nebiolo tra il 1930 e il 1936 che portò una evidente influenza razionalista alla rivista *Archivio Tipografico* nonché alla progettazione di nuovi caratteri - tra cui vengono prevalentemente ricordati il *Semplicità* (1928), il *Veltro* (1934), il *Neon* (1935) e il *Razionale* (1935).

Nel 1933, insieme a Bertieri e per incarico del Consiglio di Amministrazione Nebiolo, Da Milano diede vita allo **Studio Artistico** per promuovere la progettazione interna di caratteri tipografici e di tutta la comunicazione emessa dall'azienda. Si trattava del primo (e per molti anni unico<sup>122</sup>) esempio in Italia di fonderia caratteri con reparto di progettazione interna di prodotti originali.

La strutturazione del processo creativo rimase pressoché invariata per tutta la "vita" dello Studio Artistico (Tomatis, 2017): il primo attore era l'ufficio marketing, che teneva sotto controllo periodicamente le nuove produzioni delle principali fonderie europee e definiva in questo modo le strategie stilistiche da implementare, in base ai prodotti più venduti del momento. Il ruolo dell'art director era quindi quello di reinterpretare lo stile richiesto in modo tale da fornire delle direttive per la struttura e le caratteristiche principali del nuovo carattere. Dopo una fase di massima che prevedeva il disegno delle varie lettere - a cura di un team di progettisti molto qualificati - e alcune prove di fusione, il progetto veniva presentato alla direzione aziendale che valutava se proseguire con la fase esecutiva.

Il primo carattere ufficialmente disegnato dallo Studio Artistico fu il già citato *Veltro*, un carattere calligrafico che nasceva da una reinterpretazione del Signal<sup>123</sup>.

<sup>122</sup> Come ricorda Davide Tomatis, l'unica altra fonderia italiana che istituì uno Studio artistico interno fu la milanese *Fonderia Tipografica Cooperativa*, ma questo solamente nel 1964 (più di 30 anni dopo l'avvio dell'esperienza torinese) grazie alle competenze apportate dall'arrivo di Umberto Fenocchio, un ex dipendente dello Studio Artistico Nebiolo (Tomatis, 2017).

<sup>123</sup> Un carattere progettato da Walter Wege per H. Berthold AG di Berlino nel 1931.

Nel 1936 Giulio da Milano lasciò la direzione artistica dello Studio ad Alessandro Butti (già suo collaboratore) che lo guidò fino al 1952. In quello stesso anno infatti, a causa dei numerosi licenziamenti, Butti dovette lasciare la Nebiolo (probabilmente a causa di alcune divergenze creative e sulle tempistiche di produzione dei caratteri) e venne sostituito, nel ruolo di direttore artistico, dal più anziano dei suoi apprendisti: Aldo Novarese, il quale ricoprì la carica di direttore dello Studio Artistico fino al 1972. Quest'ultimo fu certamente una figura molto influente nella storia della Nebiolo, sebbene abbia lasciato numerose ambiguità sulla paternità di alcuni caratteri a lui attribuiti. Un'interessante strategia che sembra decise lui di promuovere fu quella di far comparire, in fase di presentazione sul mercato, maggiori informazioni sul designer del singolo carattere<sup>124</sup>: il direttivo della Nebiolo sfruttò questa sua intuizione - di natura particolarmente accentratrice - come strategia di marketing, utilizzando il suo nome come prova di qualità per i propri caratteri tipografici (Tomatis, 2017).

<sup>124</sup> Fino al 1952 infatti i caratteri tipografici, una volta rilasciati, erano protetti da copyright e di proprietà esclusiva dell'azienda.

Inoltre, nel periodo del boom economico la società decise di dotarsi nuovamente di un *magazine* aziendale<sup>125</sup>, da concepirsi principalmente come veicolo commerciale rivolto ai venditori. Nel 1965 venne così fondato il periodico semestrale *Qui Nebiolo*, che tuttavia ebbe vita relativamente breve: dopo solo undici numeri nel 1969 si dovette interrompere la produzione a causa della forte stagione sindacale.

<sup>125</sup> La produzione di Archivio Tipografico si era infatti conclusa nel 1933.

A causa dei rapidi cambiamenti legati all'avanzare delle tecnologie di fotocomposizione e stampa *offset*, la Nebiolo si trovò in gravi difficoltà finanziarie, che affrontò con molta lentezza provando a mettersi in pari tecnologicamente e cercando di comprendere le nuove esigenze del mercato in evoluzione.

Per perseguire questo obiettivo, nel 1965, ad affiancare il lavoro di Novarese, venne istituito un comitato di ricerca composto da alcuni dei migliori grafici dell'epoca<sup>126</sup>, con lo scopo di supervisionare i nuovi progetti di caratteri tipografici: obiettivo di tutte le fonderie in quel periodo era infatti quello di esplorare nuove modalità di rappresentazione del contemporaneo alla ricerca di un prodotto commercialmente valido per competere con i grandi caratteri in voga quali Helvetica e Univers. A Novarese questa limitazione della "libertà creativa", e il passaggio a un nuovo metodo di lavoro non piacque

<sup>126</sup> Il team comprendeva figure di spicco quali Franco Grignani, Giancarlo Iliprandi, Bruno Munari, Ilio Negri, Till Neuburg, Luigi Oriani e Pino Tovaglia.

particolarmente e fu senza dubbio il motivo principale che nel 1972 lo portò alle dimissioni (pur mantenendo per ancora due anni un rapporto di collaborazione in veste di consulente esterno).

Il team di grafici non smise tuttavia di collaborare con la Nebiolo dopo il ritiro di Novarese e per circa un decennio continuò l'opera di supervisione dei progetti prodotti dallo Studio Artistico, dando vita, peraltro, a due interessanti caratteri originali: il Forma (1968) e il *Dattilo* (1974). Si avviò anche la progettazione di un terzo carattere chiamato *Modulo*, che tuttavia non fu mai completato a causa del fallimento della fonderia nel 1978.



Fig. 54 Lo Studio Artistico della Nebiolo alla fine degli anni '60.  
Fonte: *Qui Nebiolo*, n.7 (1968)



Fig. 55 Definizione dei profili con l'inchiostro a tempera.  
Fonte: Tipografia Tallone

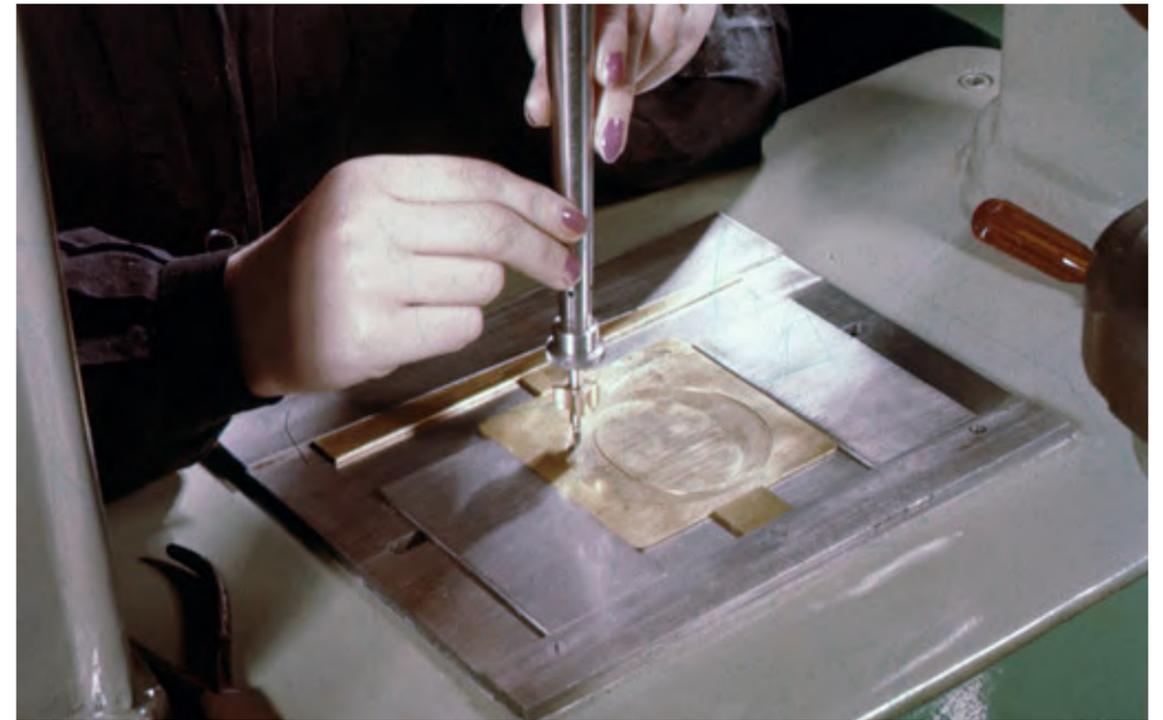


Fig. 57 Incisione della matrice.  
Fonte: Tipografia Tallone

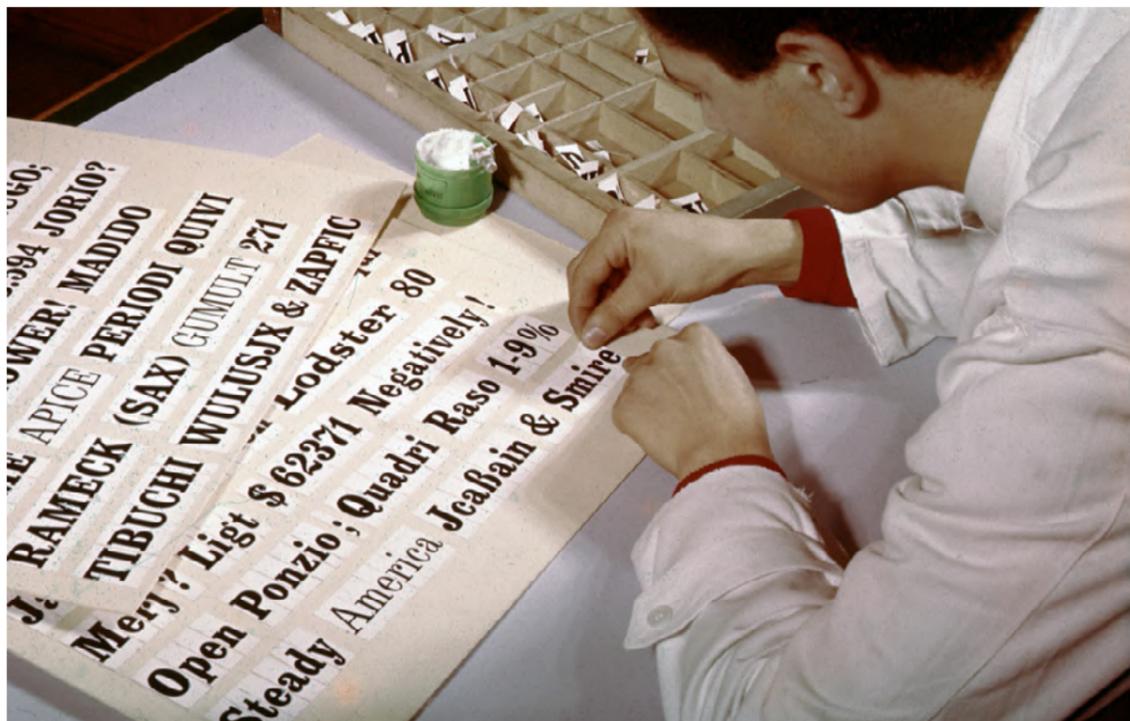


Fig. 56 Accostamento manuale delle lettere per verificare gli avvicinati.  
Fonte: Tipografia Tallone



Fig. 58 Compilazione delle polizze.  
Fonte: Tipografia Tallone

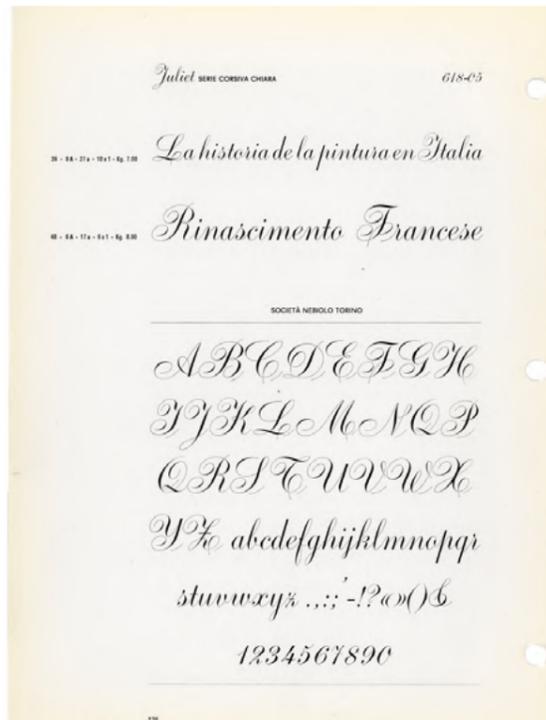


Fig. 59 Caratteri Juliet (A. Butti, 1955) e Slogan (A. Novarese, 1952).  
Foto: Riccardo De Franceschi



Fig. 61 Forma, Studio Artistico Nebiolo, 1968.  
Fonte: Archivio Tipografico



Fig. 60 Stop, A. Novarese, 1970.  
Fonte: Tipoteca Italiana, Archivio Tipografico

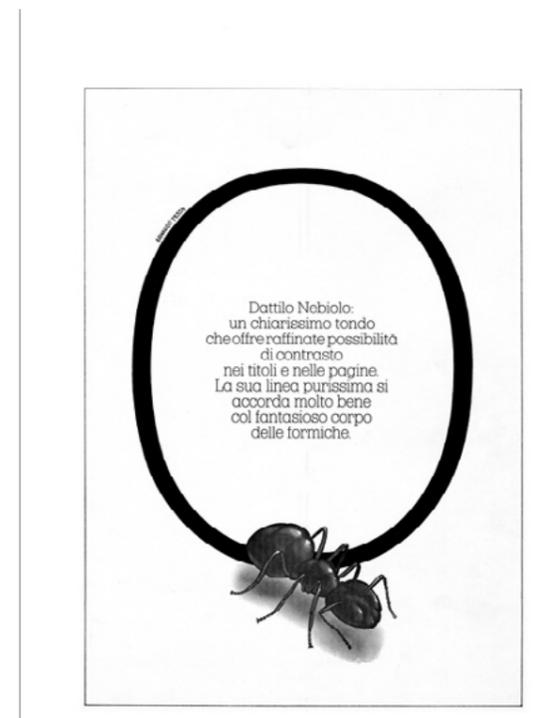


Fig. 62 Dattilo, Studio Artistico Nebiolo, 1973.  
Fonte: Archivio Tipografico

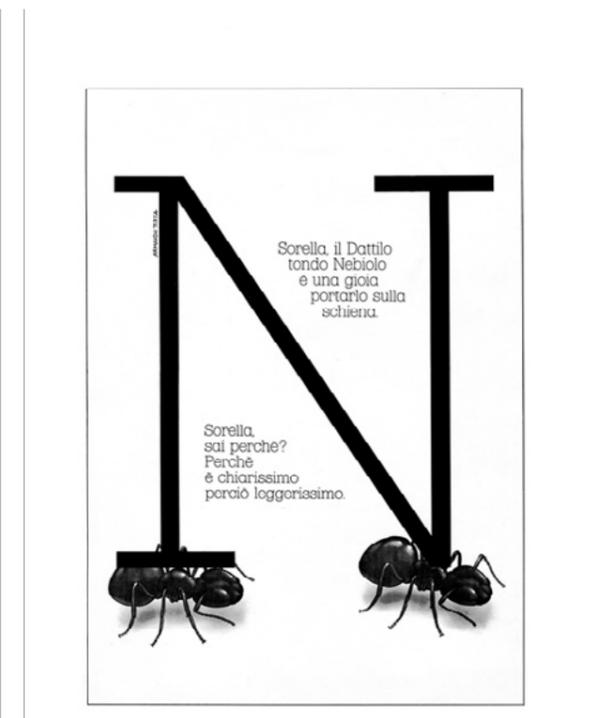




Fig. 63 Matrici Semplicità, A. Butti, 1933.  
Fonte: Archivio Tipografico



Fig. 65 Matrici Neon, G. Da Milano e A. Butti, 1935.  
Fonte: Archivio Tipografico



Fig. 64 Matrici Veltro, G. Da Milano, 1934.  
Fonte: Archivio Tipografico



Fig. 66 Matrici Augustea, A. Butti, 1951.  
Fonte: Archivio Tipografico

## References

- Allevato, J. (2018). *Analisi di un processo di rigenerazione urbana in Barriera di Milano*. Tesi di Laurea Magistrale in Pianificazione Territoriale, Urbanistica e Paesaggistico-ambientale, Politecnico di Torino.
- Amin, A. (2012). *Land of strangers*. Cambridge: Polity Press.
- Atlante di Torino. *Quartieri Aurora e Barriera di Milano*, disponibile al link: <http://www.atlanteditorino.it/quartieri/quartieri.html>. Consultato in data 28/11/2022.
- Balocco, P. (2013). *Aurora, Rossini, Regio Parco. I territori oltre Dora*. Torino: Graphot editrice.
- Barrera, F. (1984). *Il sistema insediativo per l'edilizia popolare in relazione all'espansione urbana*. In Politecnico di Torino, Dipartimento Casa-Città. Beni ambientali nel Comune di Torino. Volume primo. Torino: Celid.
- Bernstein, M., Clough, J., Colizzi, A., Olocco, R. (2019). *A curtain-raiser for the Nebiolo story*. The Herb Lubalin Lecture series. Conferenza online, organizzata da Type@Cooper. Disponibile al link: [http://coopertype.org/event/a\\_curtain\\_raiser\\_for\\_the\\_nebiolo\\_story](http://coopertype.org/event/a_curtain_raiser_for_the_nebiolo_story). Consultato in data 05/12/22.
- Bonini Baraldi, S., Governa, F., Salone, C. (2021). *Rappresentazioni dei "margin" e rigenerazione urbana a Torino*. In Molinari, P. (a cura di). *Periferie europee. Istituzioni sociali, politiche, luoghi* (II Tomo). Una prospettiva geografica. FrancoAngeli open access.
- Buscema, L. (2020). *Smart city e rigenerazione urbana*. In Rivista trimestrale di scienze dell'amministrazione. Studi di teoria e ricerca sociale n. 3.
- Cabodi, C., Caruso, N., Mela, S., Pede, E., Rossignolo, C., Saccomani, S. (2020). *Sguardi su Aurora: tra centro e periferia*. Torino: Politecnico di Torino, Dipartimento interateneo di Scienze, Progetto e Politiche del Territorio (DIST).
- Cacciatori, O., Seminara, C. (2011). *Barriera di Milano*. Torino: Graphot editrice.
- Cavallaro, V. (2018). *Torino. AxTO (si legge Apertò), un modo di fare rigenerazione urbana*. In EcoWebTown. Journal of Sustainable Design.
- Chirico, M. (2019). *Recupero del patrimonio industriale dismesso: le ex fonderie Nebiolo a Torino, riconversione in residenza universitaria*. Tesi di laurea Magistrale in Architettura per il progetto sostenibile, Politecnico di Torino.
- Clough, J. (2021). *Società Nebiolo. Centocinquant'anni di estetica tipografica*. In Cantoni, T., Cozzarini, A., Minaglia, A., Molteni, C., Vittone, G. (a cura di). *DesignVerso*. Aldo Novarese. Pagine di carattere. Politecnico di Milano.
- Colizzi, A. (2018). *The final act at Nebiolo: the quest for a 'universal' typeface (1/2). Forma*. In CAST. Disponibile al link: <https://articles.c-a-s-t.com/forma-dattilo-modulo-nebiolos-last-efforts-to-produce-a-universal-typeface-aa965dc0bb9f>. Consultato in data 03/02/23.
- Dan, N., Fornasin, A. (2013). *Una indagine CATI per lo studio della mobilità interna in Italia in un'ottica longitudinale*. Working Paper, 4. Dipartimento di Scienze economiche e statistiche, Università di Udine.
- Davico, P. (2014). *Il rilievo urbano per comprendere i segni della storia nella città odierna*. In Davico, P., Devoti, C., Lupo, G. M., Viglino, M. (a cura di). *La storia della città per capire. Il rilievo urbano per conoscere. Borghi e borgate di Torino*. Revello (CN): Nuova Stampa Tipolitografia.
- Di Francesco, G., Tavano, L. (a cura di)(2004). *Torinesi di carattere. La Nebiolo. Un'industria ed i suoi uomini*. Torino: Lupieri editore.
- Gambino, R., Lupo, G. M. (a cura di)(2011). *Borghi e borgate di Torino. Tra tutela e rilancio civile*. Torino: Celid.
- Iacoviello, F. (2018). *Città e fabbrica. Analisi storica e mappatura del primo sviluppo industriale di Torino con riferimento all'industria dei metalli*. Tesi di laurea Magistrale in Architettura per il restauro e la valorizzazione, Politecnico di Torino.
- Kupferschmid, I. (2017). *The story of Nebiolo*. In Type Network. Disponibile al link: <https://typenetwork.com/articles/the-story-of-nebiolo>. Consultato in data 23/01/23.
- Lupo, G. M. (2014). *Borghi e borgate: morfologia, tipologia, ruoli e tutela*. In Davico, P., Devoti, C., Lupo, G. M., Viglino, M. (a cura di). *La storia della città per capire. Il rilievo urbano per conoscere. Borghi e borgate di Torino*. Revello (CN): Nuova Stampa Tipolitografia.
- Miletto, E. (2002). *Torino: sviluppo industriale e barriere operaie ai primi del '900*. Torino: Istituto piemontese per la storia della Resistenza e della società contemporanea.
- Montanari, F., Mizzau, L. (2015). *Laboratori urbani. Organizzare la rigenerazione urbana attraverso la cultura e l'innovazione sociale*. In Quaderni Fondazione G. Brodolini.
- Pesce, B. (2005). *Gli operai della Nebiolo. Occupazione, profilo sociale e mercato interno del lavoro dal 1920 al 1953*. Torino: Neos Edizioni.
- Pesce, B. (2008). *Lavorare alla Nebiolo. Dal boom economico agli anni '70*. Torino: Neos Edizioni.
- Robiglio, M. (2021). *Così è possibile ridare slancio alla Grande Torino*. In Torino Metropoli Aumentata. Il dibattito intorno al piano strategico.
- Saccomani, S. (2021). *Rigenerazione urbana e periferie, guardando un quartiere di Torino. La nuova crisi: sta cambiando qualcosa?*. Disponibile al link: [https://www.academia.edu/45613681/Rigenerazione\\_urbana\\_e\\_periferie\\_guardando\\_un\\_quartiere\\_di\\_Torino\\_La\\_nuova\\_crisi\\_sta\\_cambiando\\_qualcosa](https://www.academia.edu/45613681/Rigenerazione_urbana_e_periferie_guardando_un_quartiere_di_Torino_La_nuova_crisi_sta_cambiando_qualcosa). Consultato in data 02/02/23.
- Tomatis, D. (2017). *Studio Artistico Nebiolo. An example of art direction in the Italian type design industry*. Tesi di Master in Master Type Design. ECAL di Losanna.

# 10

## Il progetto scientifico del nuovo Centro culturale

### 10.1 Obiettivi progettuali

*In contemporanea e in supporto alla definizione dell'approccio metodologico è stata avviata una sperimentazione pilota che segue il quadro progettuale proposto. L'occasione di ricerca-azione, come già anticipato, è nata nell'ambito di una collaborazione tra Politecnico di Torino e Confederazione Islamica Italiana con il fine di sviluppare un nuovo Centro Culturale nella Città di Torino, che sarà collocato all'interno di un edificio dismesso - l'Ex Fonderia Nebiolo - che è stato una delle più importanti fonderie di caratteri tipografici in Italia e che è di fatto un patrimonio culturale storico della Città.*

Nei successivi due capitoli si andranno a presentare il percorso progettuale e gli esiti (allo stato attuale) dello sviluppo del nuovo Centro culturale.

A partire dall'analisi del contesto e dalle esigenze espresse dalla Confederazione Islamica si è quindi proceduto alla definizione di un **brief** dettagliato, in grado di sintetizzare obiettivi e orientamenti progettuali.

*"La Confederazione Islamica intende realizzare un nuovo centro culturale nell' area ex Nebiolo, a Torino (corso Novara angolo via Bologna).*

*Tale progetto rappresenterà una novità per la città*

e punto di riferimento non solo a livello cittadino, ma anche nazionale, oltre che collocarsi in uno scenario di buona pratica a livello internazionale.

Un luogo multiculturale aperto alla cittadinanza che possa offrire uno spazio di condivisione a disposizione della collettività, fornendo servizi ai cittadini e contribuendo alla narrazione del territorio nella sua multiculturalità.

L'area di progetto, per andare a rispondere alle esigenze del territorio, dovrà presentare i seguenti servizi: un centro di culto (area moschea), uno spazio dedicato agli uffici della Confederazione, uno studentato e un'area comune (Centro culturale)"

Definiti gli ambiti di intervento, la fase successiva ha riguardato l'individuazione dei "confini" della collaborazione, in modo da chiarire le sfere di competenza e le prospettive di ampliamento del team di lavoro.

Le dimensioni dell'intervento sono state quindi:

1. Collaborare nella costruzione del **progetto scientifico** dei contenuti e supportare il **processo decisionale** della Confederazione Islamica: processo in itinere che ha previsto un'attività di affiancamento nella definizione delle caratteristiche del Centro da un punto di vista tecnico e politico, attraverso incontri e discussioni con i membri della Confederazione Islamica, lo Studio De Ferrari Architetti (lo studio che si occuperà dello sviluppo del progetto architettonico) e i rappresentanti politici della Città di Torino.
2. Esplorare nuove modalità di **comunicazione visiva** per stimolare lo scambio interculturale ma anche per raccontare la storia di questo patrimonio: è stato quindi previsto lo sviluppo di un sistema di comunicazione che sarà il "narratore" del nuovo Centro in termini di identità e dialogo con il territorio, attraverso azioni di comunicazione interna (segnaletica, approcci descrittivi ed espositivi) ed esterna (strategie e azioni di interazione e comunicazione con il pubblico, con le istituzioni e con il territorio).
3. Definizione delle linee guida per le **attività** che si svolgeranno nel Centro: queste linee guida sono state sviluppate anche in collaborazione con la sociologa Giulia Maria Cavaletto e prevedono ad alcune indicazioni per la strutturazione di possibili azioni, eventi e attività in genere, che il Centro potrà sviluppare e mettere in atto in collaborazione con realtà esterne.

## 10.2 La Ex-Nebiolo: stato dell'arte



Fig. 67 Il complesso Nebiolo allo stato attuale



Il Centro Islamico (Moschea)

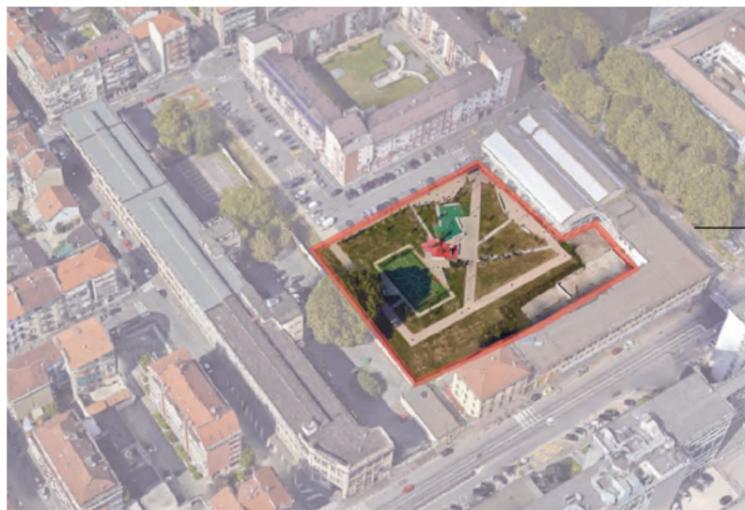


Il Centro Culturale



Fig. 68 Area destinata al Centro Islamico

Fig. 69 Area destinata al Centro culturale



Spazio esterno  
*privato e giardino pubblico*



Fig. 70 Area esterna pubblica e privata

La Confederazione Islamica ha inoltre formulato la richiesta di affidamento in cura degli adiacenti giardini "Giorgio Cardetti", come ulteriore assunzione tangibile di responsabilità e dimostrazione di desiderio di condivisione benefica col quartiere: lo spazio verde – che resterà pienamente agibile a tutti i cittadini – sarà in tal modo anch'esso riqualificato e valorizzato a beneficio non solo degli studenti alloggiati all'interno dello studentato ma a tutti i fruitori del Centro e gli abitanti della Circoscrizione.

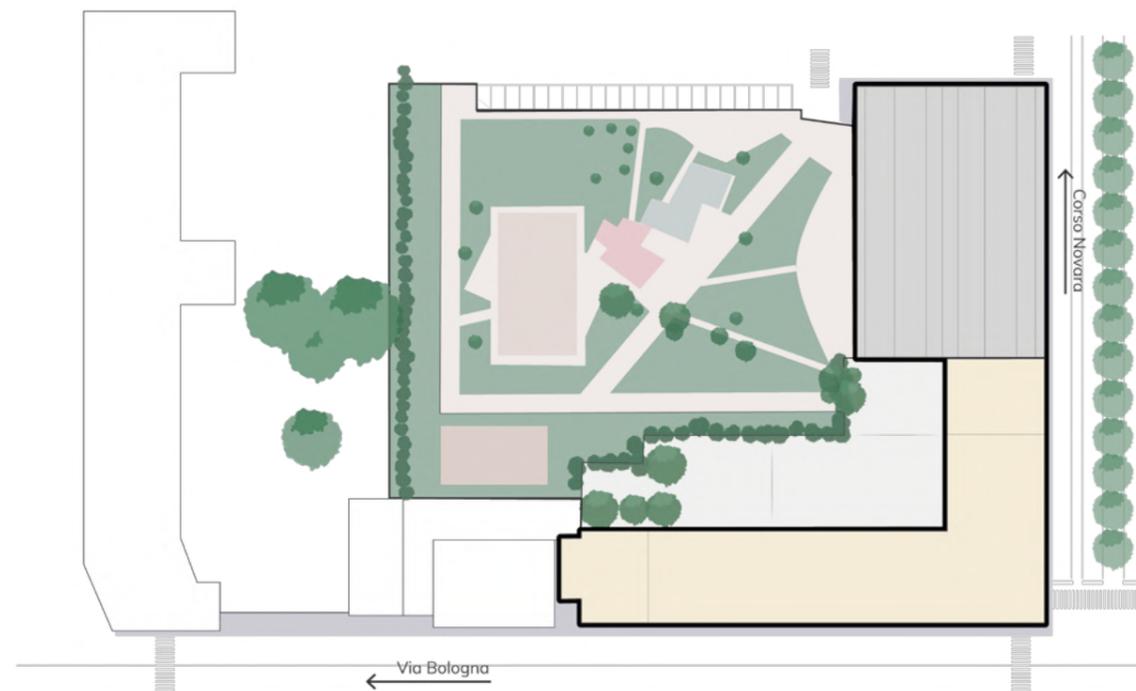
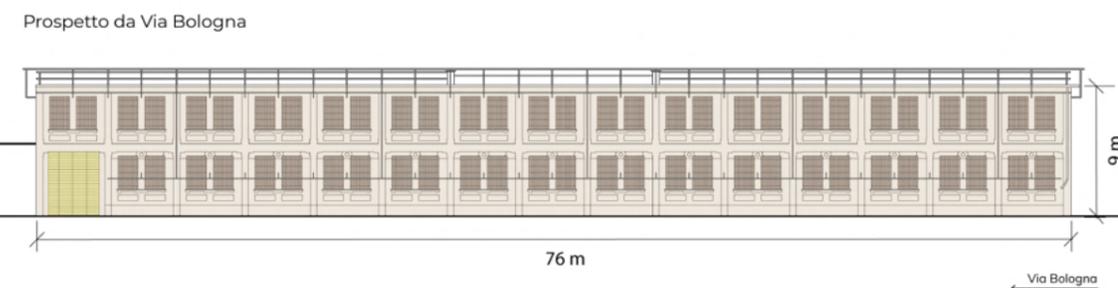
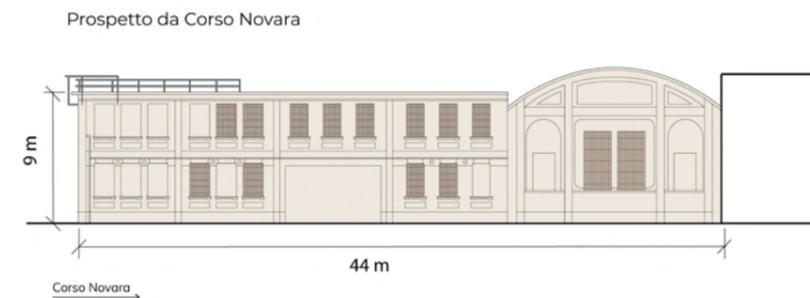


Fig. 71 Planimetria del complesso, con evidenziato il lotto di progettazione



SCALA GRAFICA  
0 2 4 6 8 10 metri

Fig. 72 Prospetti dell'area del futuro Centro culturale, visti da Corso Novara e Via Bologna

### 10.3 Linee guida fornite dalla C.I.I.

Definiti il brief e gli ambiti di intervento, i referenti della Confederazione Islamica con cui ci si è iniziati a rapportare (e nello specifico Ghoufran Hajraoui e Walid Bouchnaf, in collaborazione con altri membri della Fondazione) hanno strutturato un primo documento di linee guida che sintetizzasse le loro esigenze e fornisse delle indicazioni di massima sulla direzione dell'azione progettuale.

## INTRODUZIONE AL PROGETTO

### OBIETTIVI

La realizzazione di questo progetto deve rappresentare una novità per la città di Torino, un nuovo centro culturale e punto di riferimento per la città; un luogo multiculturale aperto alla cittadinanza che possa offrire uno spazio di condivisione a disposizione della collettività. Il centro dovrà contribuire alla narrazione del territorio nella sua multiculturalità, apportando alla cittadinanza una nuova sfumatura, giovane, ecosostenibile e innovativa. L'obiettivo di questo grande progetto è quello di offrire servizi ai cittadini unendo l'utile al dilettevole.

## SUDDIVISIONE AREA

AREA MOSCHEA

AREA UFFICI

AREA STUDENTATO

AREA COMUNE (CENTRO CULTURALE)

## AREA MOSCHEA

### DESCRIZIONE

La moschea si estenderà nel blocco dell'edificio dalla parte di Corso Novara.

L'accesso alla moschea sarà possibile dall'entrata principale che sarà sulla via interna (Corso Novara 78), questo per rispettare la direzione delle **kibla** quindi la direzione dei fedeli durante la preghiera.

La moschea si svilupperà su due piani, il pian terreno adibito alla sala preghiera per gli uomini il primo piano alla sala preghiera per le donne. Entrando nella moschea si attraversa la prima parte, l'area dedicata alla **reception**, che avrà la funzione di **accoglienza** e gestione dei flussi, sia in caso di visitatori che in caso di fedeli. Dalla reception si accederà ai bagni degli uomini e alle scale e all'ascensore che portano le donne al piano superiore.

L'obiettivo della moschea è la **narrazione dell'Islam universale** di conseguenza la reception è un'area fondamentale sulla quale concentrare una parte importante della **comunicazione**; essa deve accogliere la città all'insegna della **multiculturalità** e dell'**inclusione**.

La comunicazione e la segnaletica da adottare nell'area della reception e nella sala preghiera dovrà comunicare con i fedeli di **tutte le culture**.

Per quanto riguarda il design, saranno coinvolti architetti e designer specializzati.

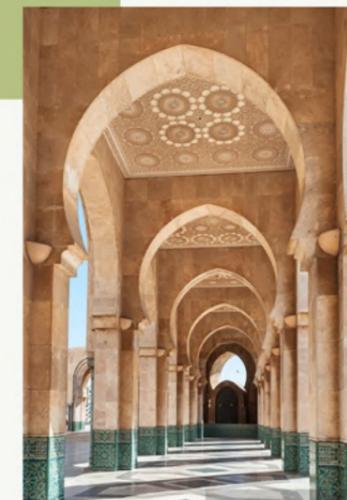
## AREA MOSCHEA

### ARTE

- Allestimento pareti con frasi o aforismi di accoglienza in tutte le lingue
- Utilizzare diversi alfabeti o scritture
- Coniugare l'arte nella segnaletica dei bagni e delle aree principali

### MOSCHEA SMART

- Allestimento della sala con supporti tecnologici, come display, per la narrazione del luogo
- Fornire informazioni ai visitatori: storia e costruzione della moschea, struttura, valori, obiettivi...
- Fornire informazioni ai fedeli: orari di preghiera, attività, lezioni...
- Impianto per condivisione della diretta live
- Impianto sensori: purificatori, neutralizzazione odori, riconoscimento temperatura esterna/interna, impianto risparmio dell'acqua ecc.
- Realizzazione di un app per fornire tutte le informazioni necessarie, i contatti, gli orari delle visite, programmate e non programmate; le attività; i progetti...



## LO SCOPO DELLA MOSCHEA È

—

SPIRITUALE  
CULTURALE  
SOCIO-POLITICO  
INTERRELIGIOSO

## AREA UFFICI

L'area uffici sarà adiacente al complesso architettonico della sala preghiera per permettere il passaggio del personale della moschea.

### COMPOSIZIONE

- Reception
- 4 uffici
- Sala riunioni da 20-30 persone
- Appartamento bilocale
- Appartamento senior
- Area comune fornita per eventuale pausa pranzo e pausa caffè

La realizzazione di questi spazi dovrà seguire un concept ecofriendly.



## AREA UFFICI

### ESEMPI E SPUNTI



## AREA UFFICI

### ESEMPI E SPUNTI



## AREA COMUNE

L'area comune sarà la parte dell'edificio che ospiterà gli spazi dedicati alla formazione, alla cultura, alla gastronomia, allo sport e allo svago.

### COMPOSIZIONE

- **Formazione:**  
--> sala conferenze da 120 persone, modulare, in modo da permetterne la suddivisione in sale più piccole
- **Cultura:**  
--> area espositiva (per l'esposizione di quadri, poesie, opere d'arte che rispettino i parametri)  
--> biblioteca (prestito, consultazione, polo di ricerca)
- **Sport e svago:**  
--> palestra (valutazione spazi e fattibilità)  
--> attività di giardinaggio
- **Gastronomia:**  
--> Caffetteria (thè e caffè) come spazio di condivisione delle culture tramite l'arte culinaria e l'allestimento degli interni

## AREA COMUNE

### ESEMPI E SPUNTI



## AREA COMUNE

### ESEMPI E SPUNTI



## AREA STUDENTATO

L'area dello studentato si svilupperà su un intero piano del lingotto su Via Bologna, composto da stanze singole o doppie con la possibilità di avere l'angolo cottura (dettagli ancora da definire). All'interno di quest'area si dedicherà uno spazio condiviso per tutti gli studenti.

Relativamente allo studentato le indicazioni fornite sono state volutamente vaghe perchè, in fase di partecipazione al bando pubblico per l'utilizzo dello spazio, non si era ancora deciso con precisione il tipo di target a cui rivolgersi (si ricorda che, come già anticipato, la creazione di quest'area era condizione necessaria per la concessione dell'immobile in fase d'asta). Ulteriori riflessioni sono state ad oggi avviate con Edisu per comprendere esigenze e richieste captate sul territorio.



## 10.4 Elementi identitari

Coerentemente con quanto delineato nell'approccio metodologico precedentemente descritto, alla definizione del brief ha seguito una fase di **esplorazione dello scenario**. Per permettere al lettore di approcciarsi gradualmente all'interno del progetto di ricerca-azione, in questa tesi l'approfondimento sul contesto di intervento è stato sviluppato nei capitoli precedenti.

Step successivo, fondamentale per la corretta e consapevole elaborazione di un progetto di natura multiculturale, è stato l'individuazione degli elementi identitari (i *marker culturali*) che caratterizzano i background culturali dei soggetti presenti all'interno del quadro dell'azione progettuale.

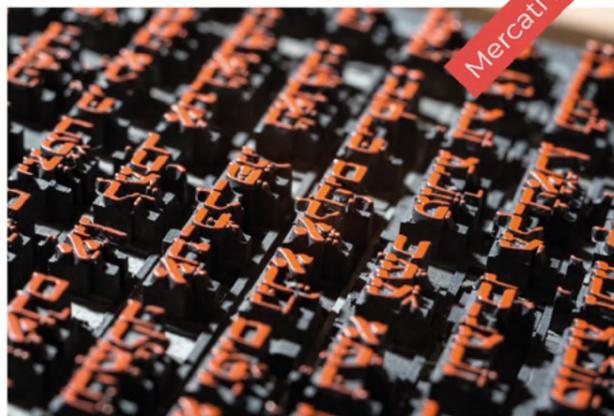
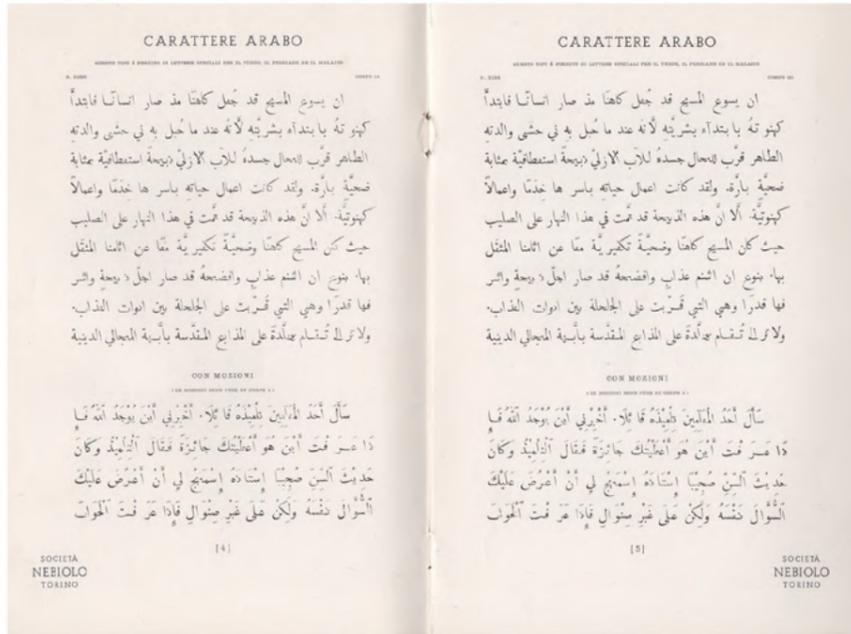
La prima analisi ha riguardato quindi un approfondimento inerente gli elementi di cultura materiale che hanno caratterizzato la storia industriale della Fonderia caratteri della Nebiolo. Questa parte di indagine è stata sviluppata sia attraverso una ricerca di tipo *desk* (quindi tramite la lettura di libri e paper e l'esplorazione di archivi digitali), sia mediante la strutturazione di momenti di dialogo e confronto con esperti della storia industriale della Fonderia, nonché andando a visitare delle realtà (e nello specifico l'Archivio Tipografico di Torino) che nel tempo hanno mantenuto viva la memoria della Nebiolo raccogliendo materiali e artefatti prodotti durante il lungo periodo di l'attività di questa fabbrica (tra cui caratteri fusi, specimen, matrici, polizze, nonché materiali cartacei redatti internamente quali riviste e cataloghi).

Per quanto riguarda invece l'analisi degli elementi identitari della cultura islamica, il lavoro anche in questo caso è stato portato avanti attraverso diversi strumenti: la collaborazione con una borsista di ricerca iraniana (Sara Beraham), una ricerca di tipo *desk* e, infine, andando a visitare alcuni luoghi di culto frequentati dalla comunità musulmana attualmente presenti sia sul territorio di Torino (nello specifico la Moschea "Mohammed VI" di Via Genova) sia su scala internazionale (come la Moschea "Hassan II" di Casablanca in Marocco e la Grande Moschea di Parigi).

A questa fase di ricerca è quindi seguito un lavoro di analisi incrociata e sovrapposizione concettuale di elementi identitari utili alla definizione delle linee guida per il futuro sviluppo del concept.

# LA FONDERIA CARATTERI NEBIOLO

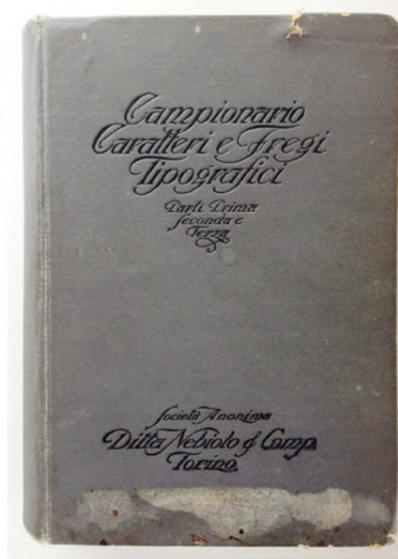
## Elementi identitari - sintesi



Alfabeti internazionali

Mercati internazionali

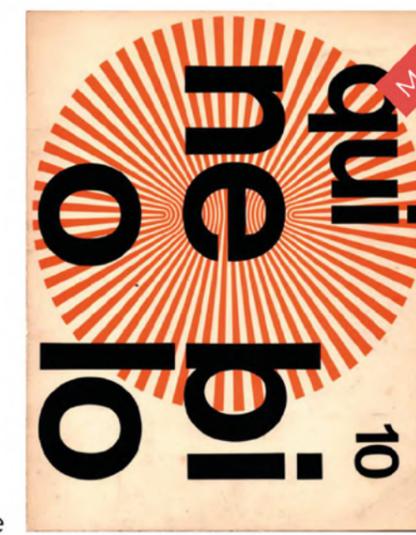
Cataloghi



Materiali cartacei



Specimen



Riviste



Caratteri fusi



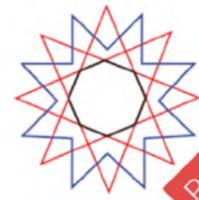
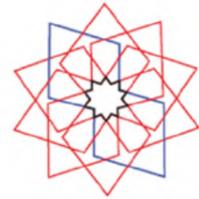
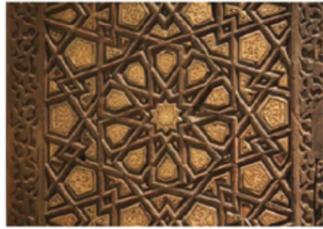
Caratteri originali



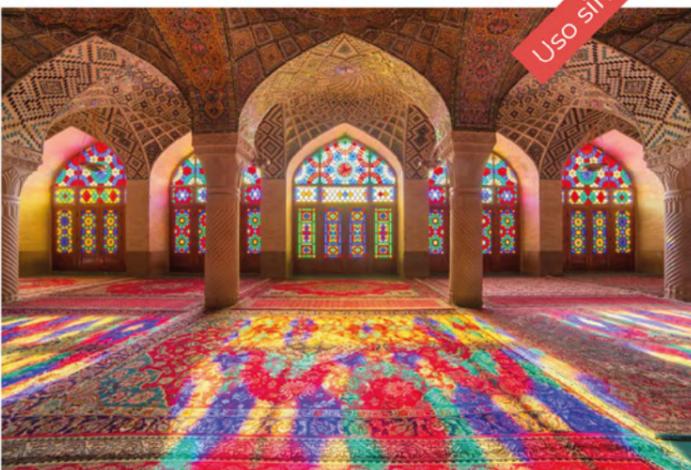
# LA RELIGIONE ISLAMICA

Elementi identitari - sintesi

Motivi geometrici



Motivi floreali



Uso simbolico del colore

Tappeti (seccade)



Pattern e decorazioni



Mosaici (zellige)



Simbologia



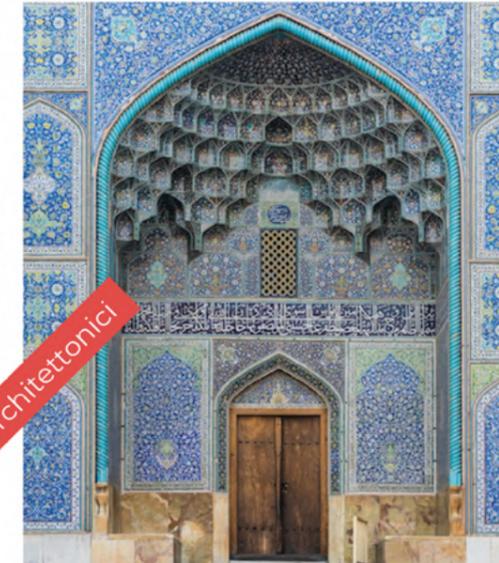
Mezzaluna e stella



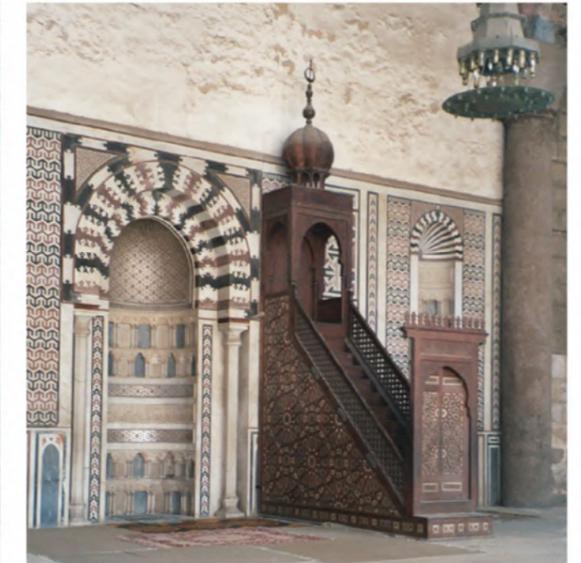
Mano di Fatima



Elementi architettonici



Muqarnaş e archi

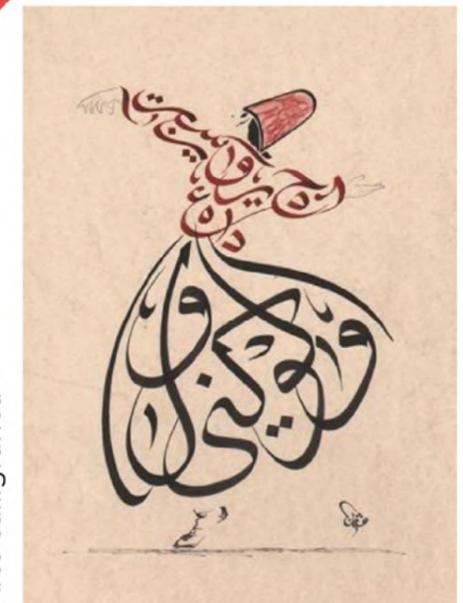


Nicchia (mihrāb) e pulpito (minbar)

Calligrafia



Arte calligrafica



## 10.5 Analisi e linee guida sulla fruizione degli spazi

L'analisi sulla fruizione degli spazi mette a fuoco possibili destinazioni d'uso che caratterizzeranno il Centro culturale e prova ad interpretare in chiave aperta e non stringente i valori fondanti da esso incarnati.

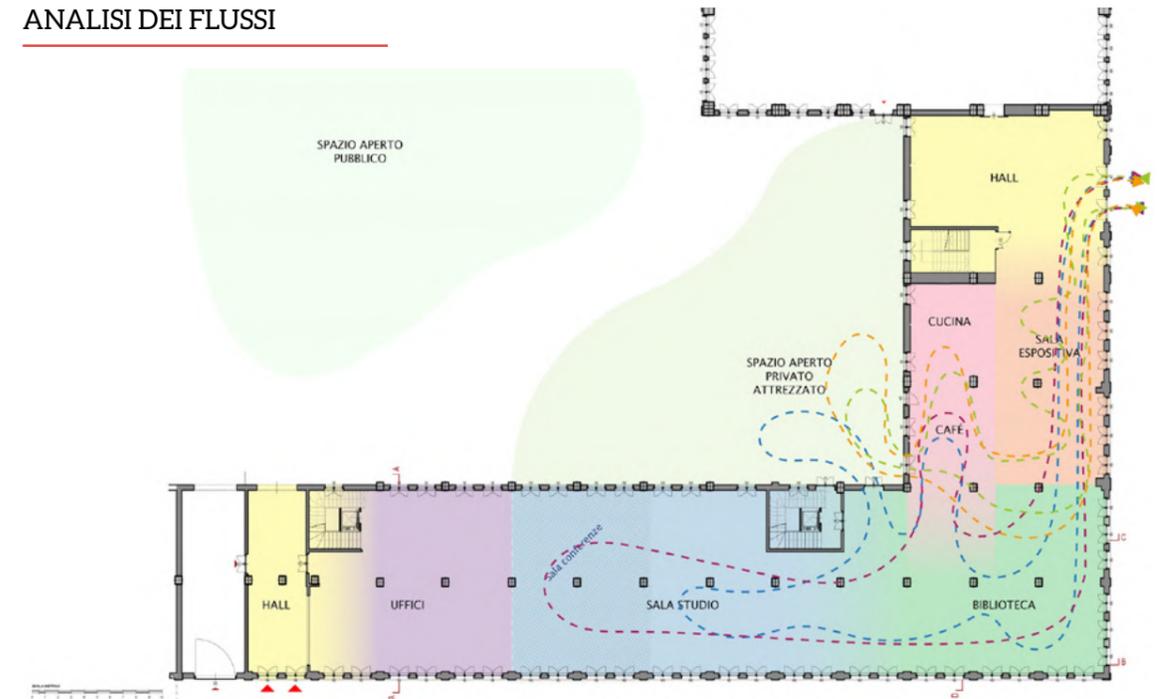
È dunque qui di seguito proposto un «racconto del luogo per immagini», dedicato in particolare al Piano Terreno, aperto al pubblico, che si snoda attraverso possibili esperienze degli spazi che, come parti di un organismo vivente, interpretano in chiave aperta alle trasformazioni e all'adattamento valori universali quali l'accoglienza, la condivisione, il rispetto delle storie (delle genti e dei luoghi), l'interculturalità e la pace.

L'architettura è contemporaneamente la *pelle* e *scheletro* del Centro, e con questa doppia dimensione è in grado di sottolinearne i valori ed elevarli in presenza di una corretta gestione dei volumi e degli spazi.

Fig. 73 Panoramica del sistema delle attività che avranno luogo all'interno del Centro. La disposizione spaziale qui presentata è frutto di un'ipotesi progettuale non definitiva, ma utile per dare una visione di insieme della complessità del progetto ed evidenziare alcuni dei principi descritti nelle pagine seguenti



## ANALISI DEI FLUSSI



- STUDENTI
- CONFERENZIERI
- VISITATORI MOSTRE
- AVVENTORI

**STUDENTI:** usufruiscono prevalentemente degli spazi in cui possono studiare, quindi biblioteca e sala studio. All'occorrenza vanno a prendere un caffè ed escono a prendere un po' d'aria per rilassarsi un attimo e staccare dallo studio.

**CONFERENZIERI:** siano essi relatori o semplici uditori avranno come scopo primario quello di dirigersi verso la sala conferenze. Approfittando della pausa (o mentre escono) passano rapidamente al caffè e si guardano un po' intorno ma senza allontanarsi troppo dal proprio posto in platea o dal "palco".

**VISITATORI MOSTRE:** arrivano al Centro perché interessati all'esposizione (solitamente temporanea) pubblicizzata. Si dirigono subito alla sala espositiva e da lì, con molta calma, arrivano al fondo della sala da cui intravedono il caffè. Ne approfittano per prendere qualcosa da bere e si siedono a gustarlo tranquillamente nei tavolini esterni.

**AVVENTORI:** frequentano il Centro abbastanza spesso perché approfittano della pausa pranzo o della colazione per andare al caffè a mangiare un boccone con calma, magari nei tavolini all'aperto.

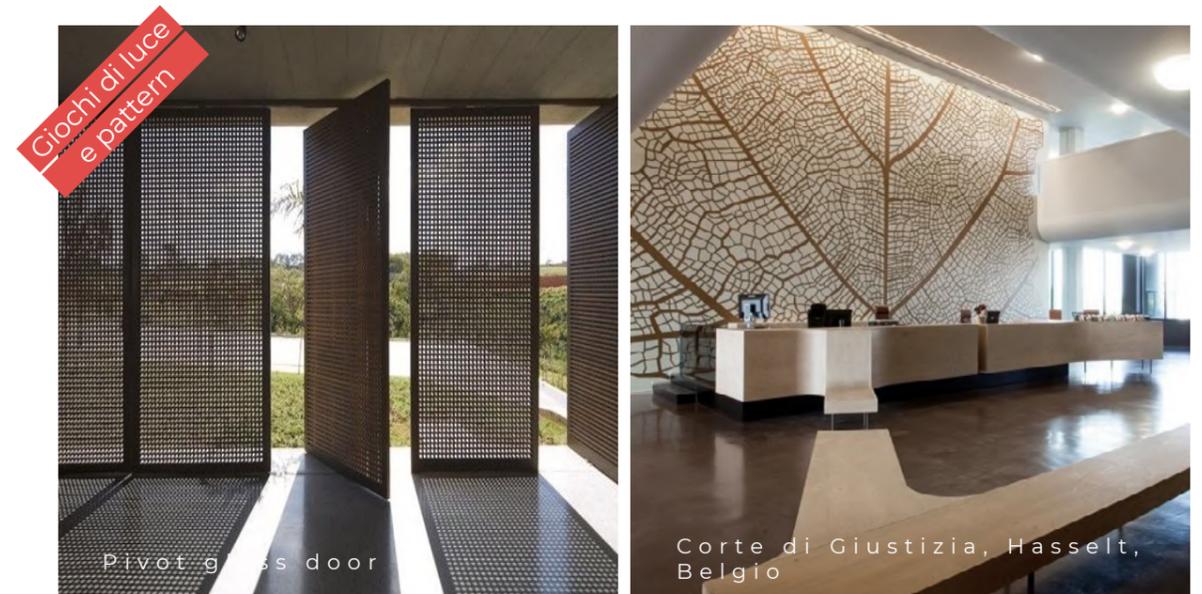
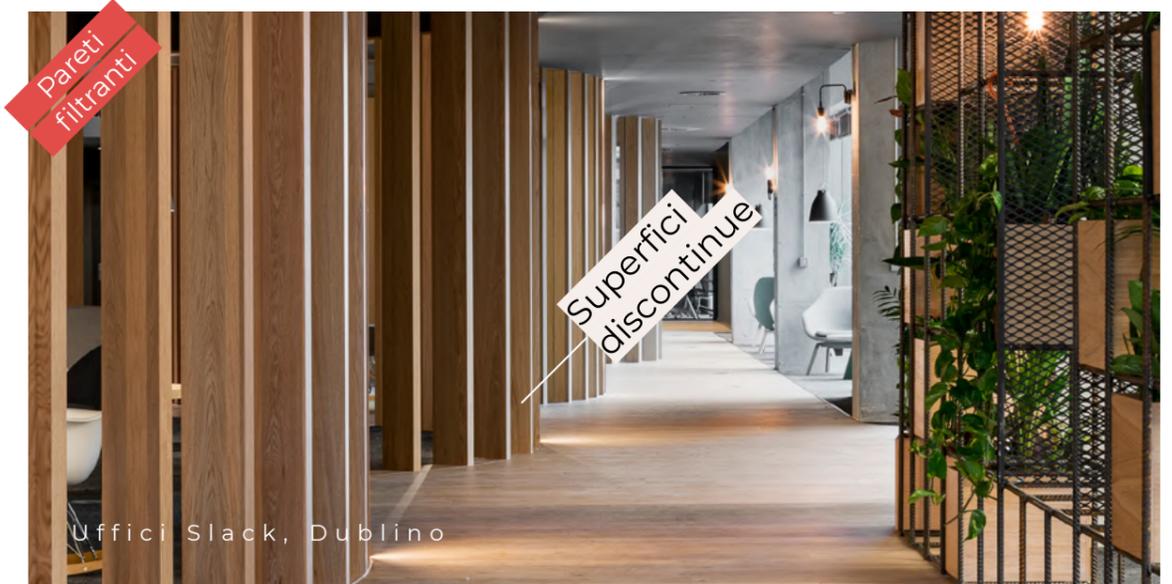
## HALL RECEPTION

ACCOGLIERE  
INTRODURRE  
NARRARE

La Hall è un po' come "le mani" tese ad accogliere, il primo benvenuto che il Centro rivolge ai suoi ospiti. Flessibilità degli spazi, assenza di partizioni fisse, *trasparenza e leggerezza dei setti*, insieme alla luce naturale e alla possibilità di intravedere sempre il giardino interno dalle finestrate lato cortile, definiscono i caratteri di uno spazio contemporaneo evoluto, accogliente e "potente" nelle sue suggestioni, ma sempre "a misura di persona", per tutte le persone.

Uno spazio colto, in cui chiunque si sente a casa e contemporaneamente nella storia del luogo e nel futuro della società. Uno spazio che introduce anche all'esperienza del luogo, che stimola a proseguire indicando visivamente le funzioni adiacenti: dalla sala espositiva, al verde esterno, al café, etc.

Fig. 74 Sotto e pagina a destra: suggestioni visive



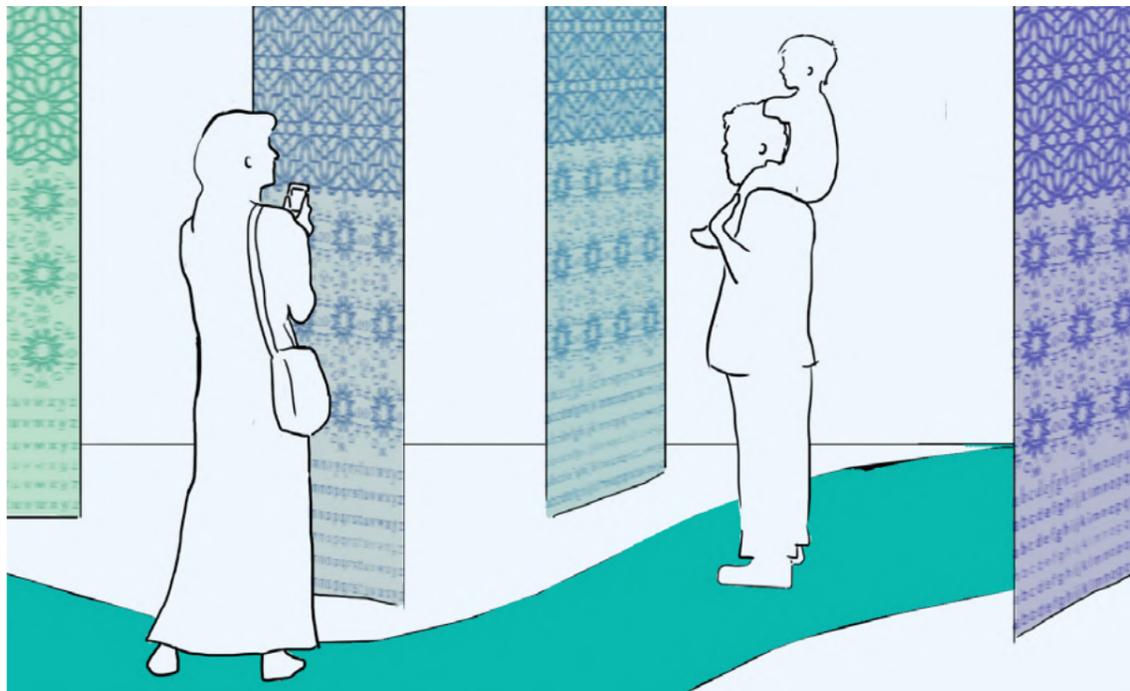
## SALA ESPOSITIVA

PERCORRERE  
CONOSCERE  
SCOPRIRE

Gli spazi espositivi sono "gli occhi" del Centro e dei suoi visitatori: il Centro si presenta al pubblico dai primi materiali esposti nella Hall e li accompagna in un approfondimento dei contenuti visivi negli spazi successivi. Gli spazi si compenetrano e le loro destinazioni d'uso fluiscono l'una nell'altra secondo le necessità: dagli allestimenti per la comunicazione nella Hall, all'esposizione permanente, all'esposizione temporanea. Gli allestimenti sono leggeri e accompagnano i visitatori nei percorsi. Spazi da visitare lentamente oppure da attraversare per raggiungere ulteriori ambienti, comunque spazi che esprimono racconto e apertura.

Le mostre raccontano la cultura islamica e il rapporto della stessa con la Città e con le altre culture che vi vivono, nonché con la storia del complesso architettonico.

Fig. 75 Sotto e pagina a destra: suggestioni visive



## CUCINA CAFFETTERIA

CONDIVIDERE  
CONOSCERE  
RILASSARSI

La caffetteria è "la bocca" del Centro: il luogo più vitale, un crocevia di lingue, storie e culture che trovano un momento di ristoro dallo studio o dalla visita per una pausa caffè-thé interculturale. Seduti a terra su cuscini o tutti insieme lungo il grande bancone, *si gustano le bevande e i piatti preparati secondo le ricette delle diverse culture.*

È bello assaggiare insieme diversi piatti tradizionali ma è ancora più bello preparare la propria ricetta di casa nella grande cucina durante i *workshop culinari* che il Centro organizza una volta al mese!



El Injerto Coffee, Guatemala



Baichuan International Cinema, Shenzhen, China

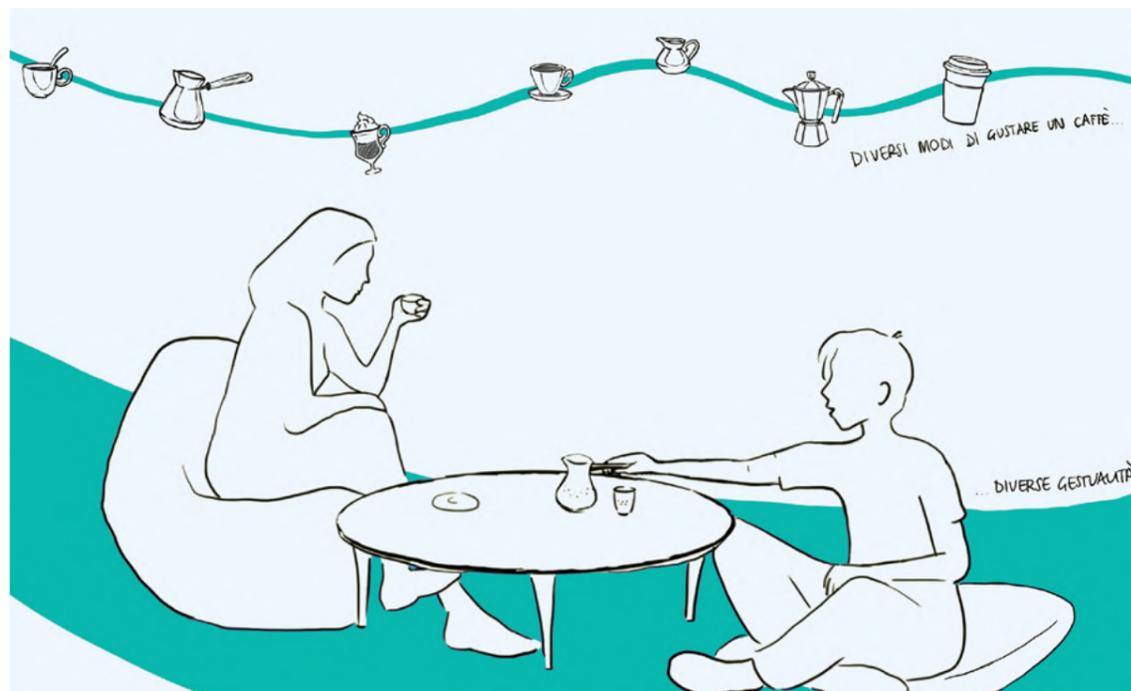


Middle Eastern Restaurant, Istanbul



Ristorante dell'Habitas Tulum, Messico

Fig. 76 Sotto e pagina a destra: suggestioni visive



## CUCINA SOLIDALE

CONDIVIDERE  
ACCOGLIERE  
OFFRIRE

La caffetteria si affaccia sul giardino del Centro, uno *spazio pratico e flessibile*, perfetto per essere allestito per occasioni specifiche, come i pranzi e le cene solidali. Un luogo di condivisione che si apre e offre un pasto a tutte le persone che vivono in situazioni critiche e che necessitano di un supporto.

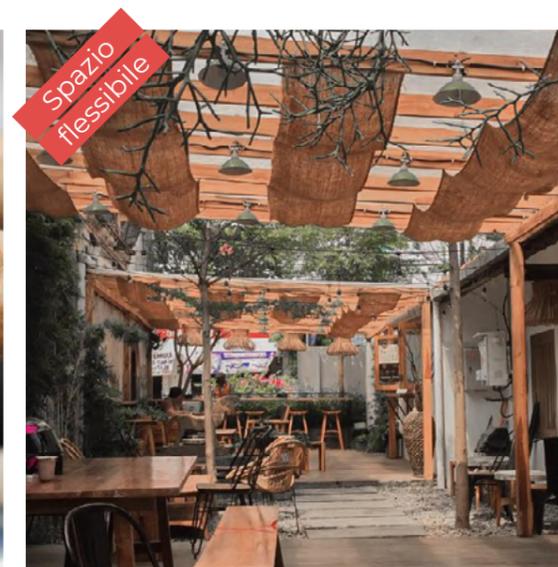


Fig. 77 Sotto e pagina a destra:  
suggerzioni visive



## BIBLIOTECA

RICERCARE  
CRESCERE  
RIFLETTERE

La Biblioteca è "il cuore" del Centro: nei suoi spazi si cercano e si leggono i testi della cultura islamica immersi in un ambiente inclusivo, confortevole, in qualche modo anche "aulico" (aperture a doppia altezza?) che permette la lettura e la riflessione individuale come la lettura in piccoli gruppi. *Per crescere insieme nella capacità di ricercare e apprendere* in una società in cambiamento. La Biblioteca sfocia nella grande Sala studio, in cui confluisce senza soluzione di continuità, o da cui è separata in maniera "leggera", attraverso partizioni mobili che possono essere più o meno filtranti.



Fig. 78 Sotto e pagina a destra: suggestioni visive

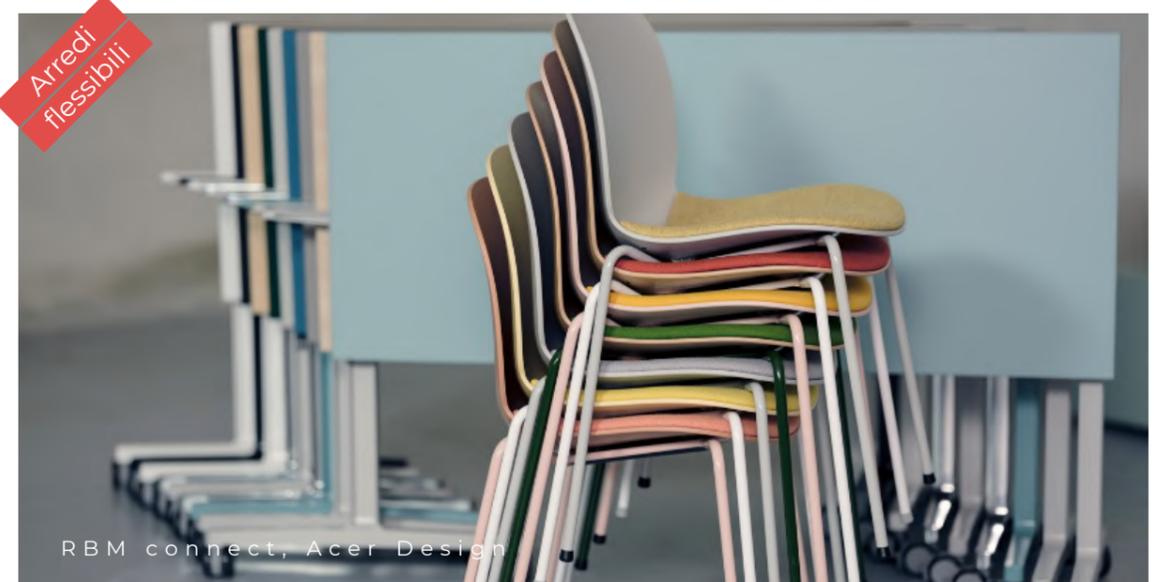
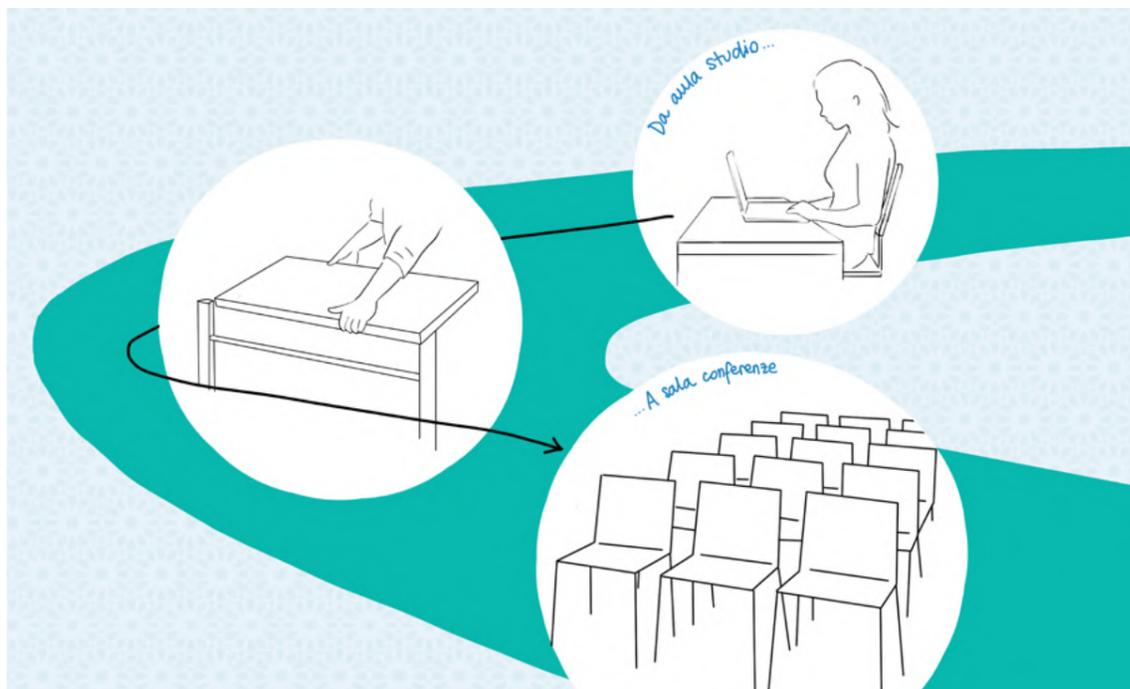


## SALA STUDIO SALA CONFERENZE

STUDIARE  
APPROFONDIRE  
CONFRONTARSI

La Sala Studio, che si trasforma quando necessario in Sala Conferenze, è "la mente in continuo allenamento" del Centro. Giovani universitari torinesi, ma anche adulti, studiano i volumi della biblioteca o i testi dei loro corsi, preparano esami e si confrontano in *un ambiente aperto, multiculturale e multidisciplinare*, attrezzato in termini di connettività e di comfort ambientale. La sala è improntata alla flessibilità su più livelli: durante il giorno offre zone per studio individuale o di gruppo; la sera, riaggregando diversamente le sedute e trasformando i tavoli in pannelli verticali espositivi/oscuranti, *la sala si trasforma in Sala Conferenze* per approfondire e discutere i temi più attuali.

Fig. 79 Sotto e pagina a destra: suggestioni visive



## SISTEMA DI COMUNICAZIONE

INFORMARE  
COMUNICARE  
ORIENTARE

Il sistema di comunicazione e segnaletica del Centro è contemporaneamente *identitario e inclusivo, evoluto graficamente e di piacevole fruizione*. Offre riferimenti fisici per orientarsi e permette all'utente di costruirsi un modello mentale sull'organizzazione del luogo, qualificando al contempo gli spazi con la propria presenza. Questa segnaletica, avvalendosi di testi in differenti lingue e di semplificazioni e accorgimenti grafici specifici, parla a tutti i fruitori del Centro, qualunque sia la loro provenienza o la loro condizione fisica.



Cyrillic

ЯПОНИЗМ

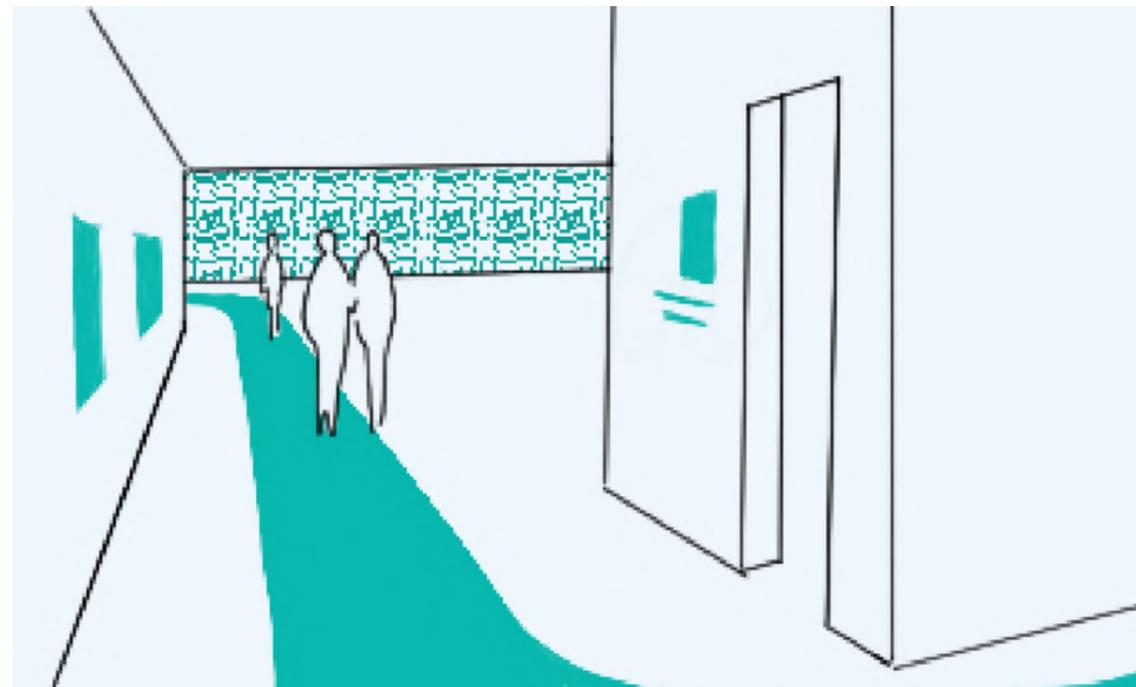
Katakana

フロニレミル

Crossed

ЯПОНИЗМ

Fig. 80 Sotto e pagina a destra: suggestioni visive



## SISTEMA DI COMUNICAZIONE

DECORARE  
IDENTIFICARE  
CARATTERIZZARE

Le indicazioni, le iscrizioni, i segni con cui il Centro comunica sono i "tatuaggi" sulla pelle dell'architettura, e contemporaneamente la voce *narrante multilingua* del Centro; messaggi e caratteri portatori di significati profondi che il Centro ha studiato con il supporto del Politecnico di Torino e in collaborazione con i professionisti che ha incaricato del progetto del Centro.

Questi elementi decorativi narranti hanno una duplice funzione, che è quella di raccontare la storia industriale dello spazio in cui sorge il Centro e al contempo trasmettere la sua attuale identità.

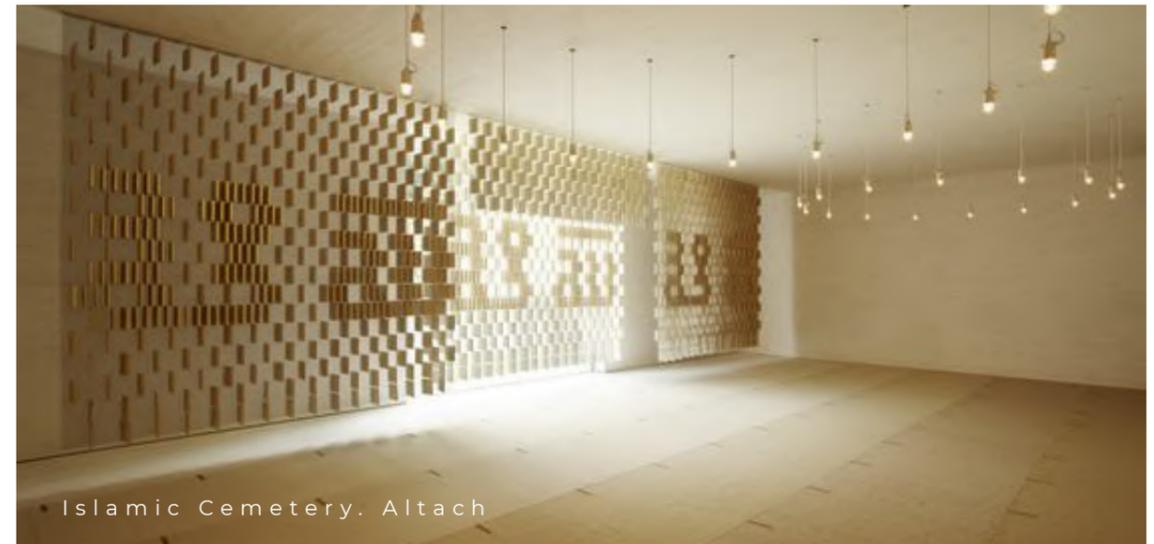
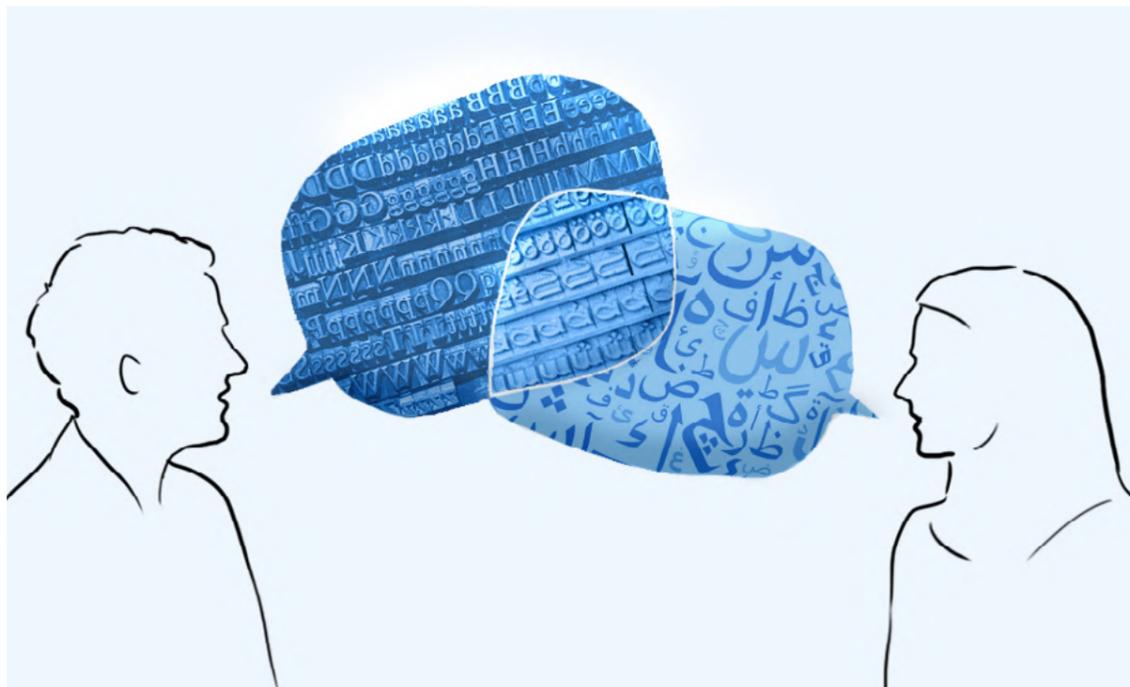


Fig. 81 Sotto e pagina a destra:  
suggerzioni visive



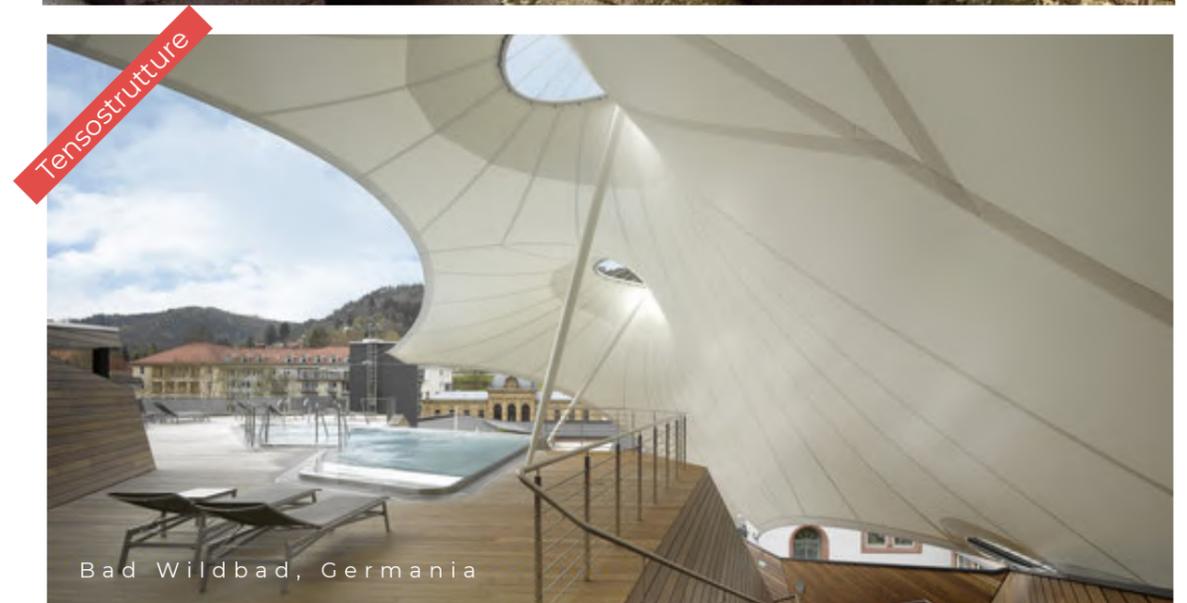
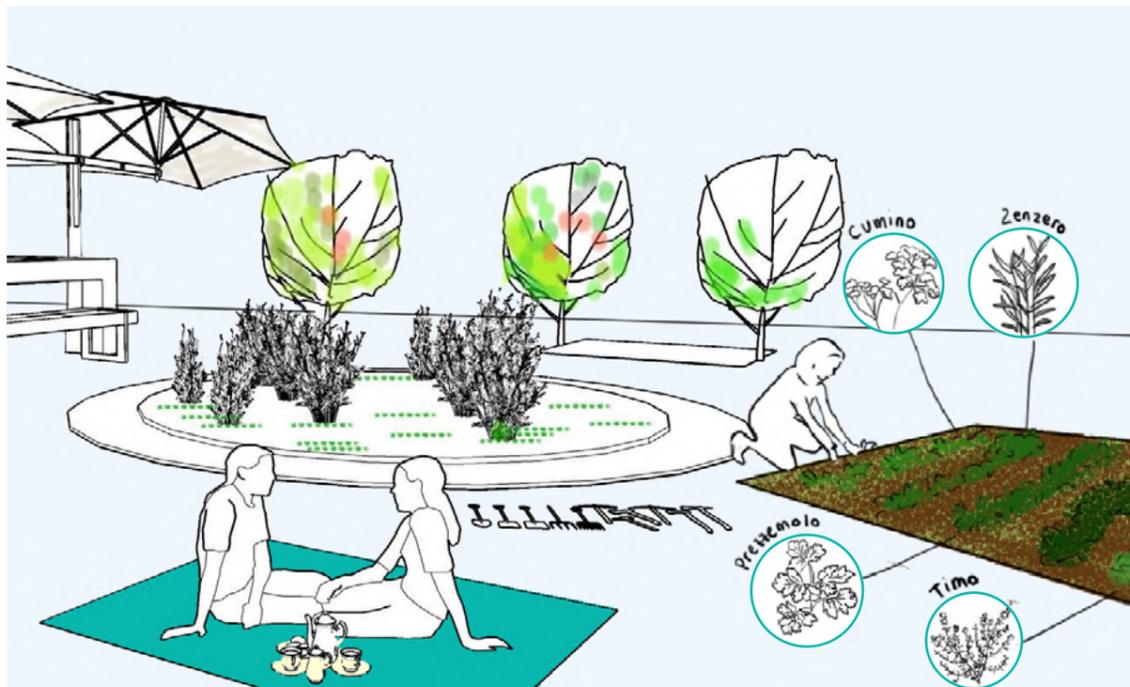
## SPAZIO APERTO PRIVATO

RILASSARSI  
STUDIARE ALL'APERTO  
COLTIVARE/COLTIVARSI

Lo Spazio verde attrezzato all'esterno è "la pelle che si scopre" al sole e all'aria, l'architettura che si apre e che svela il suo giardino all'interno del Centro, ove proseguire lo studio in un contesto naturale più informale e rilassato, o dove svolgere attività di giardinaggio e piccola orticoltura (es. di piantine aromatiche) a beneficio degli ospiti del Centro, della Circoscrizione e della Città.

Uno spazio accessibile dalla hall, dalla caffetteria e dalla sala studio: luogo di decompressione e contemplativo, ma anche un ambiente funzionale dove riunirsi, conoscersi, imparare.

Fig. 82 Sotto e pagina a destra:  
suggerzioni visive



# 11

## Il nuovo Centro culturale: sviluppo del progetto

### 11.1 Sistemi comunicativi di Centri culturali: casi studio

Per avere una percezione su scala internazionale di quali strategie adottino alcuni Centri culturali per comunicare la propria identità, è stata avviata una fase introduttiva di ricognizione di alcune delle modalità che sono state ritenute più interessanti e pertinenti con gli obiettivi dell'azione progettuale.

Durante la raccolta di questi casi studio, si è voluta focalizzare l'attenzione su esempi inerenti Centri collocati all'interno di complessi architettonici fortemente caratteristici, così da aver modo di esplorare e avviare delle riflessioni anche in merito alla costruzione del rapporto tra sistemi comunicativi e architettura.

La scelta descrittiva è stata quella di riportare solo una breve selezione dei casi raccolti durante questa mappatura, in modo da facilitare l'individuazione dei punti di particolare interesse.

Si tratta di Centri mappati a livello internazionale e caratterizzati da una interessante ampiezza dell'azione progettuale (grafica, merchandising, sistemi di segnaletica, comunicazione digitale, eccetera).

## CENTRO CULTURALE VALE MARANHÃO

📍 São Luis (Brasile)



Rapporto con architettura



Supporti grafici



Segnaletica



Merchandising



## CENTRO CULTURALE AGORA

📍 Limonest (Francia)



Rapporto con architettura



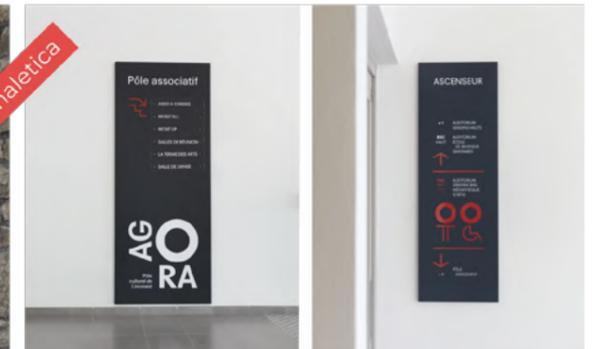
Supporti grafici



Merchandising



Segnaletica



# CENTRO CULTURALE ST. NIKOLAUS

📍 Ischgl (Austria)



Rapporto con architettura



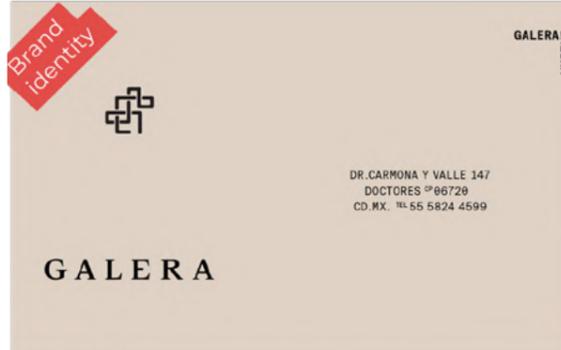
Segnaletica



Brand identity

# CENTRO CULTURALE GALERA

📍 Città del Messico (Messico)



Brand identity



Supporti grafici



Rapporto con architettura



Segnaletica

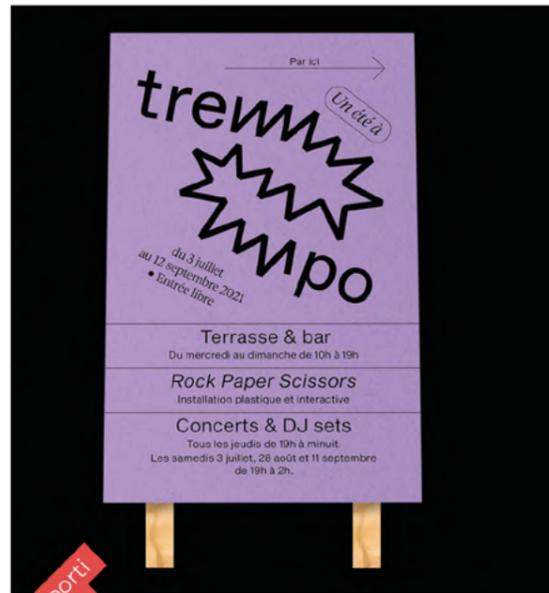
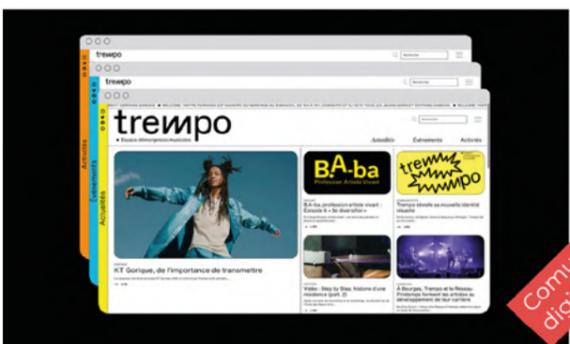
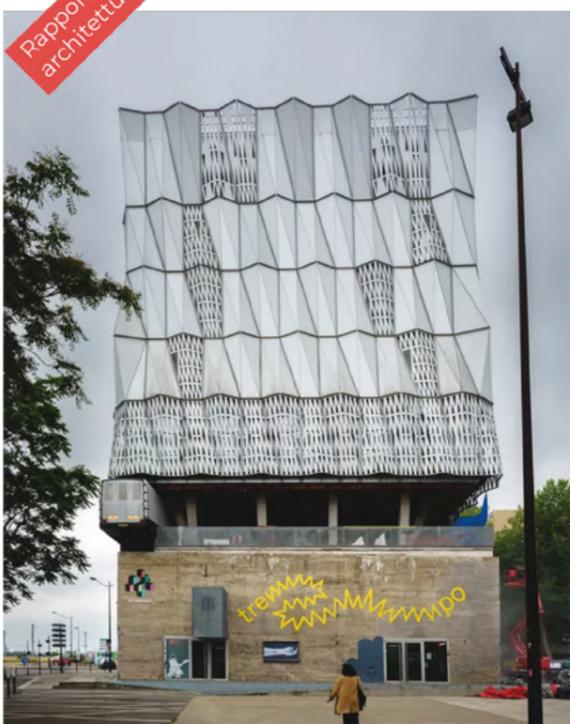


# CENTRO CULTURALE TREMPO

Nantes (Francia)



Rapporto con architettura



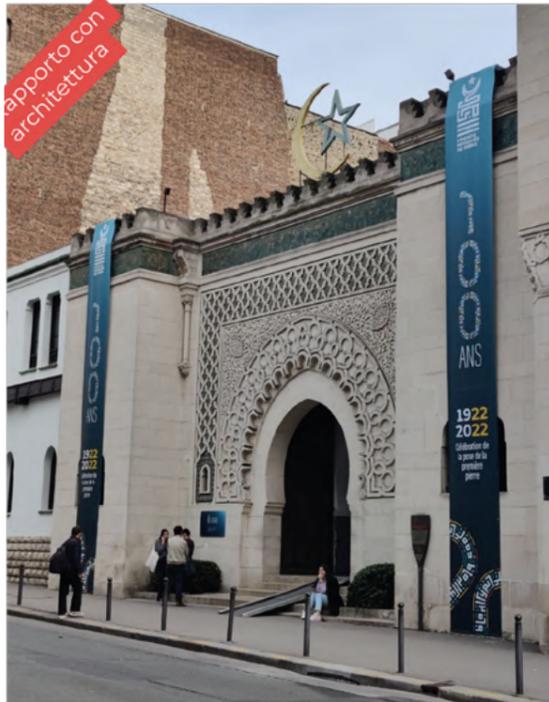
Supporti grafici



Comunicazione digitale

# CENTRO CULTURALE E MOSCHEA

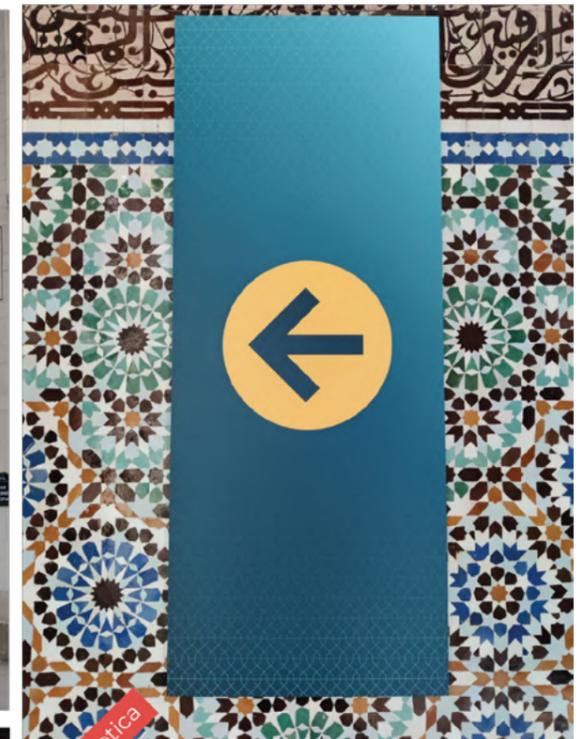
Parigi (Francia)



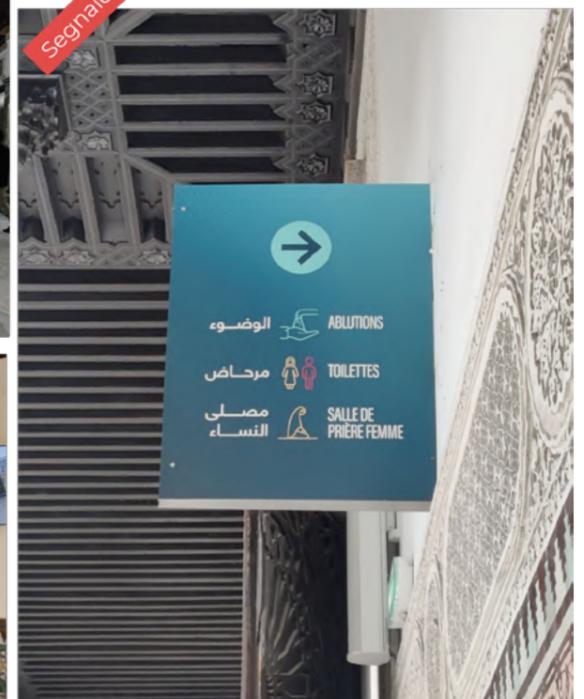
Brand identity



Sistemi espositivi



Segnaletica



## 11.2 Sviluppo del concept progettuale

Con le consapevolezze acquisite in fase di analisi di scenario finora raccontato, si è quindi proseguito con l'elaborazione di una prima serie di proposte di concept che, grazie ad un confronto successivo con diversi *stakeholders* ed un ulteriore approfondimento teorico, hanno dato vita alla proposta progettuale.

Analizzando i caratteri Nebiolo è visibile la loro **assonanza formale** con i fregi decorativi intagliati degli edifici di architettura islamica, sia da un punto di vista decorativo che concettuale, legato cioè al **senso profondo e al valore della parola scritta**. Inoltre, un ulteriore elemento che rafforza questo confronto è il fatto che entrambe le forme di scrittura avvengono da destra a sinistra. Infatti, l'arabo è tra le lingue semitiche che si definiscono "sinistroverse", mentre le matrici tipografiche sono assemblate con i caratteri speculari, in modo che, una volta stampate, la stampa si legga da sinistra a destra.

Queste riflessioni hanno portato allo sviluppo di quattro principali capisaldi progettuali percorribili per l'elaborazione di un progetto di comunicazione e che vedono il carattere e la scrittura come elemento significante:

1. Il carattere mobile come manufatto espressivo
2. Il senso di scrittura e lettura
3. I caratteri come apparato decorativo
4. I giochi di luci e ombre

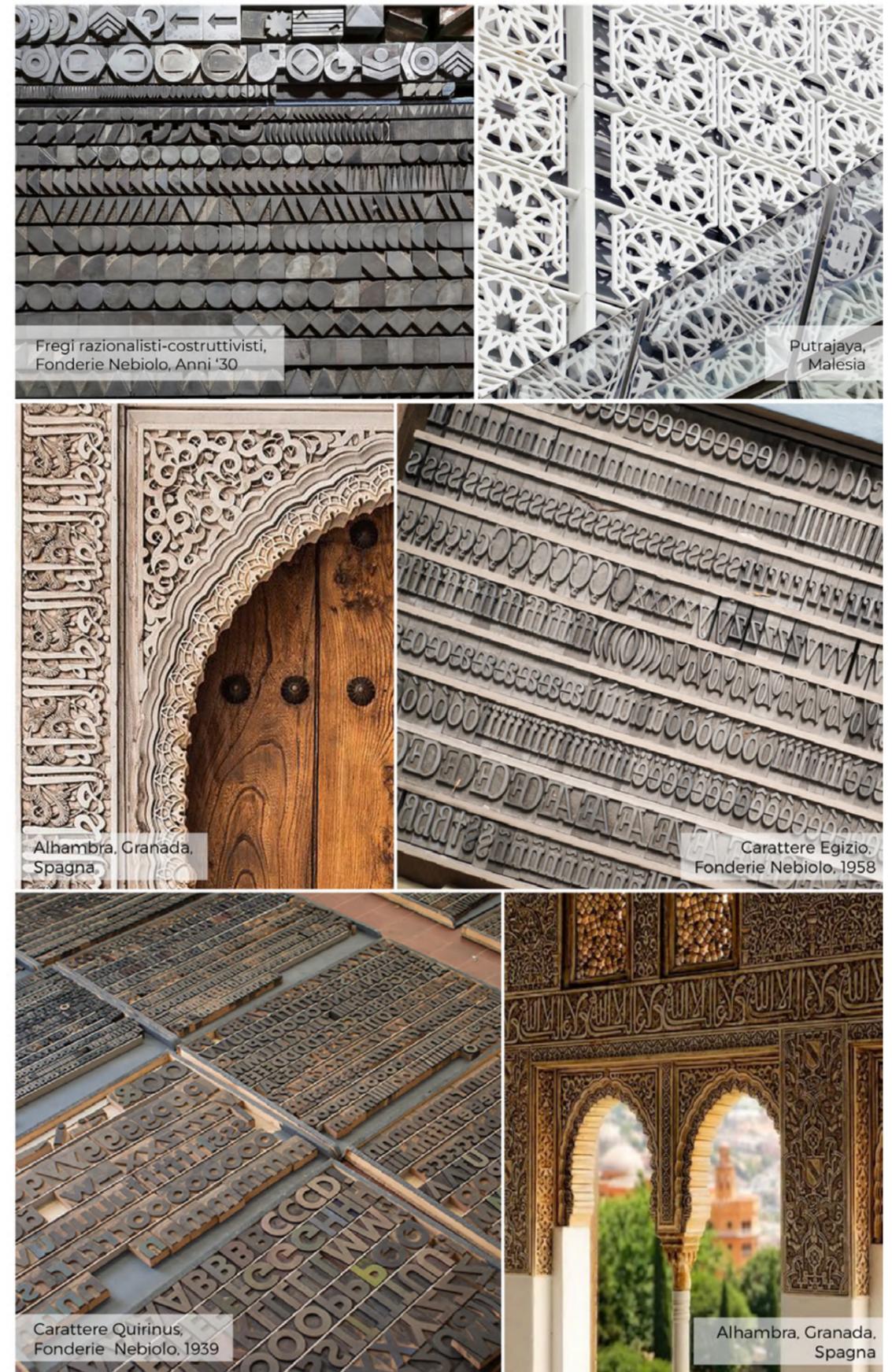


Fig. 83 Nella pagina a fianco: assonanza formale con i fregi geometrici intagliati degli edifici di architettura islamica e le matrici dei caratteri tipografici Nebiolo

Curioso scoprire, inoltre, che proprio nel 1977 (subito dopo l'avvio dei primi rapporti di dipendenza economica con la FIAT) lo Studio Artistico della Fonderia Nebiolo, nel tentativo di espandersi ulteriormente verso i mercati emergenti, provò a sviluppare un carattere originale chiamato *Arabo Stretto*.

Il progetto, tuttavia, non proseguì dal momento che il disegnatore non conosceva abbastanza approfonditamente la scrittura araba e, di conseguenza, il foglio di prova fu realizzato con una sequenza casuale di caratteri priva di significato. Le difficoltà alle quali andava incontro il compositore, infatti, erano di due tipologie principali: il fatto che le righe non iniziassero da sinistra a destra, bensì da destra a sinistra e, soprattutto, che la composizione si svolgesse su tre righe contemporaneamente, onde permettere il piazzamento degli accenti di vocalizzazione sopra e sotto le lettere (creando delle difficoltà tecniche di composizione).

Fig. 84 In basso: *Arabic for all* (Galleria Franco Noero, 2018-2019) è un'opera d'arte murale dell'artista Rayyane Tabet che deriva proprio dal foglio di prova del carattere *Arabo Stretto*.

A destra: prove di allineamento di caratteri arabi sul calibro del fonditore, realizzati dalla società Nebiolo di Torino. Foto: Ottavio Atti



## 11.2.1 Moodboard concept grafico



**Il carattere mobile.**

**Manufatto espressivo dal forte potere narrativo**

La storia tipografica della Nebiolo è un elemento fondamentale per narrare il valore e l'impatto che ha avuto sul territorio. Il carattere mobile è un elemento fortemente espressivo, con una matericità ed una estetica molto pregnante ed immediata. Il suo potere narrativo, la composizione di parole, raccontano visivamente il passato e al contempo "scrivono" il futuro di questo edificio.



**Il senso di scrittura e lettura.**

**Da sinistra verso destra e da destra verso sinistra**

L'arabo è una lingua semantica che si legge e si scrive da destra verso sinistra perché, secondo la religione musulmana, ogni azione deve iniziare con la destra, che rappresenta il bene ed il giusto.

Questo elemento chiave può rappresentare un interessante spunto di progettazione: all'alfabeto latino si accosta una modalità di lettura tipicamente araba, creando così un ibridazione visiva in grado di rimandare immediatamente a culture tipografiche differenti.



**I caratteri come apparato decorativo.**

**Modulo per nuovi pattern che reinterpretano l'arte geometrica islamica**

Creare dei pattern decorativi che richiamano i motivi arabeschi ma che nascono dall'accostamento strutturato di caratteri tipografici differenti.

Questo concept permetterebbe di rafforzare il legame tra la storia della Fonderia e la cultura islamica.



**I giochi di luci e ombre.**

**Evocare simbolicamente il passato/futuro del Centro**

Luci e ombre: due facce della stessa medaglia. Il loro contrasto evoca emozioni, crea e provoca distorsioni, trasforma, esalta gli oggetti.

Simbolicamente possono rappresentare il passato dell'edificio (le ombre) e il futuro, la sua nuova vita (la luce). Dal loro accostamento si creano delle modalità narrative che evocano il passato per raccontare il presente.

# IL CARATTERE MOBILE

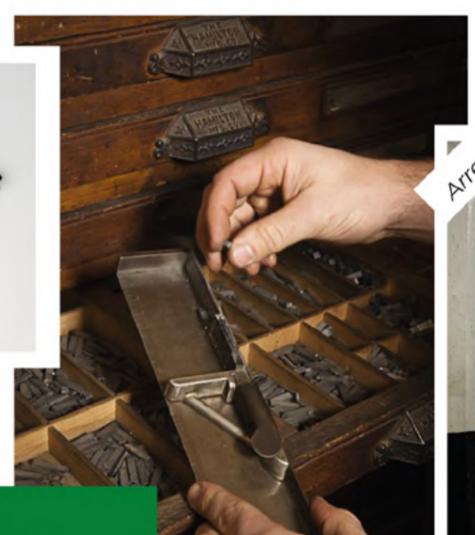
Moodboard concept grafico



Segnaletica



Matericità



Arredi



IL CARATTERE MOBILE

Manufatto espressivo dal forte potere narrativo

La composizione tipografica

Carattere mobile specchiato



Segnaletica



Insegna esterna

Elemento decorativo



Decorì architettonici

# IL SENSO DI SCRITTURA E LETTURA

Moodboard concept grafico

Segnaletica



OVER &  
& OVER  
& OVER  
& OVER

Ripetizione "a specchio"



Decorati architettonici



## IL SENSO DI SCRITTURA E LETTURA

Da sinistra verso destra e da destra verso sinistra

rebel

Ambigramma e palindromi

turn

Allestimenti da parete



Scrittura speculare parziale o globale

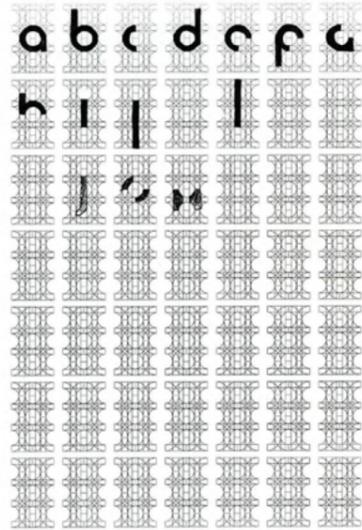
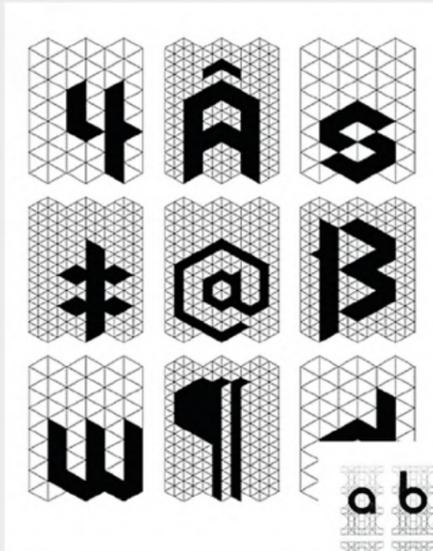


Insegna esterna

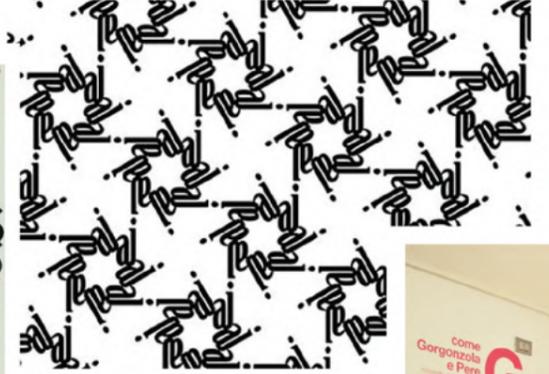
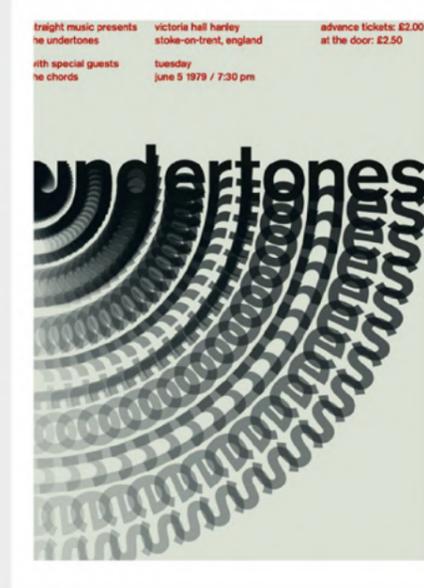
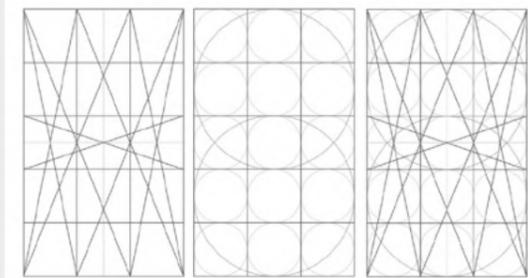


# IL CARATTERE COME APPARATO DECORATIVO

Moodboard concept grafico



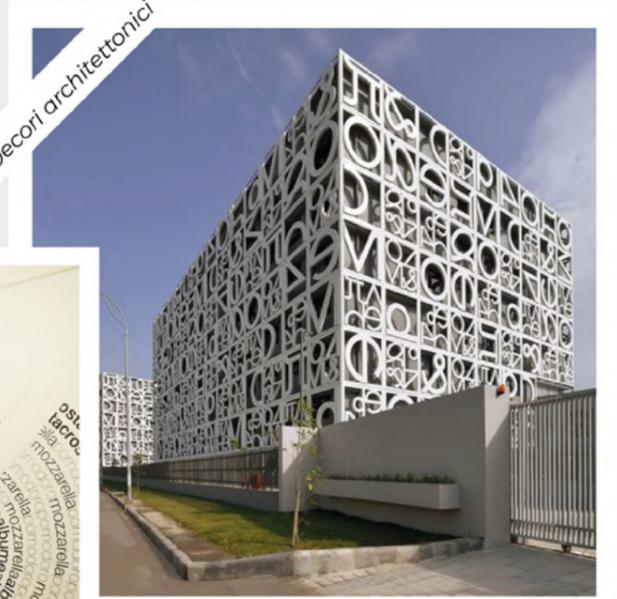
Griglie compositive



Pattern



Allestimenti da parete



Decor architettonici

IL CARATTERE  
COME APPARATO  
DECORATIVO

Modulo per nuovi pattern  
che reinterpretano l'arte  
geometrica islamica

Sovrapposizione



Identità visiva

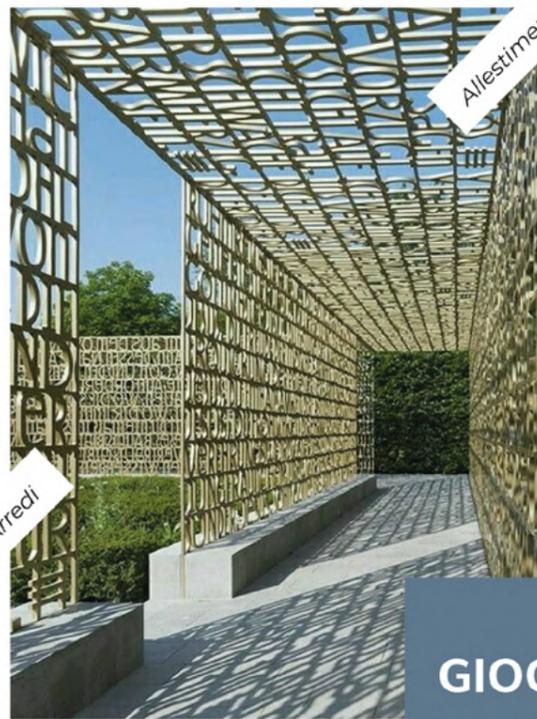


Segnaletica

# GIOCO DI LUCI E OMBRE

Moodboard concept grafico

Ombre "mobili"



Arredi

Allestimenti da parete



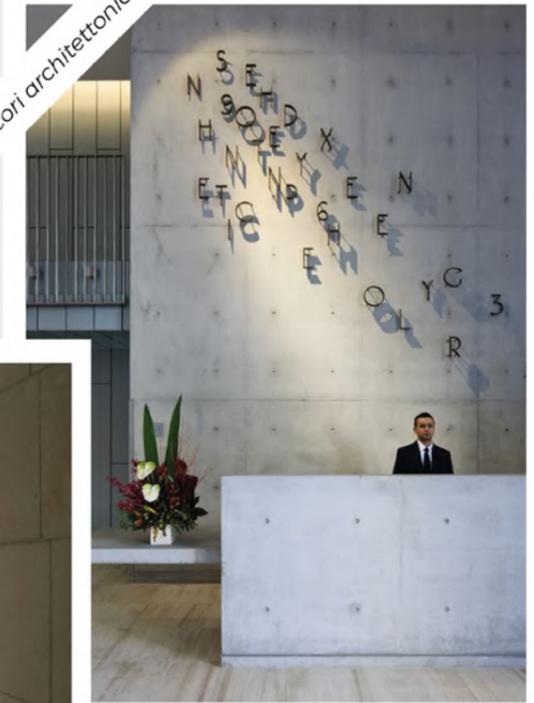
Insegna esterna



## GIOCO DI LUCI E OMBRE

Richiamare il passato e il presente/futuro in modo simbolico

Decorazioni architettoniche



Positivo / negativo

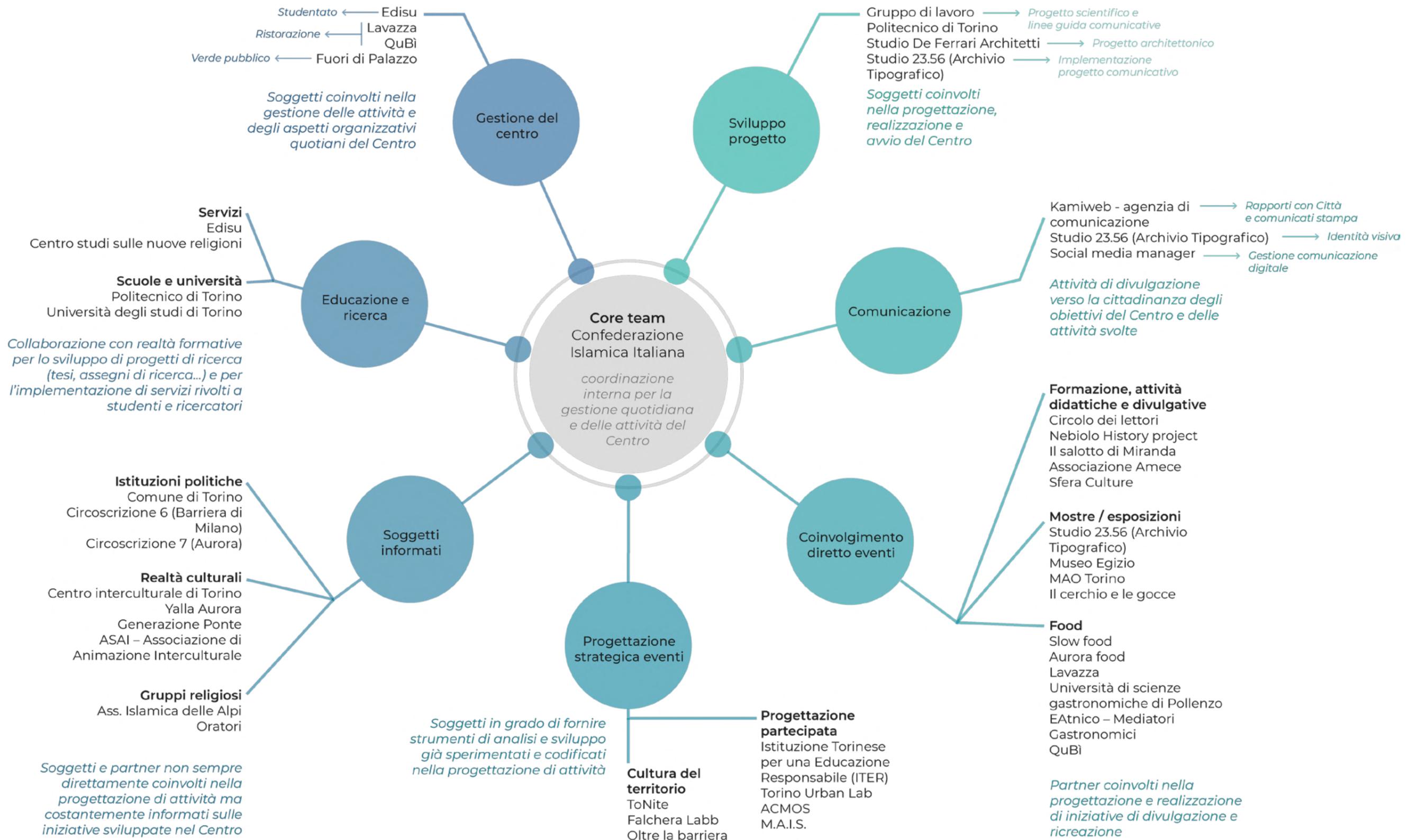


Segnaletica

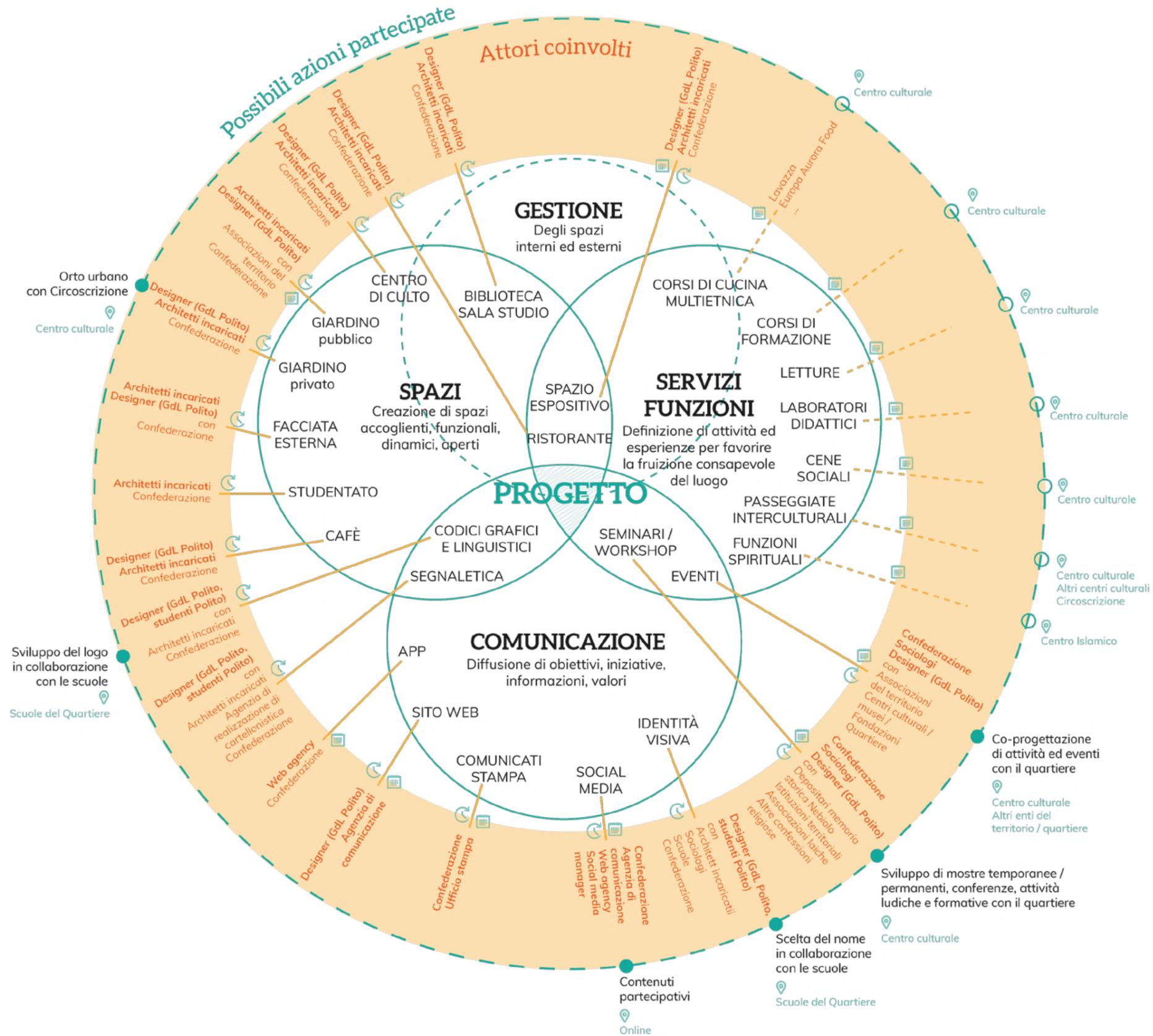


Ombre fisse

### 11.3 Soggetti coinvolti e possibili stakeholder



### 11.3.1 Obiettivi del coinvolgimento degli stakeholder



## 11.4 Comunicare l'identità del Centro

L'identità del Centro, in quanto concetto complesso e multifaccettato, dovrà essere trasmessa attraverso azioni su diverse scale di intervento e attuate grazie al coinvolgimento di diversi soggetti (sia stakeholder del territorio, sia la cittadinanza stessa).

L'obiettivo è quello di rendere riconoscibile la visione e il sistema di valori di cui questo Centro si fa interprete: uno spazio di aggregazione, confronto e accoglienza che nasce con l'obiettivo di preservare e rappresentare l'identità storica del luogo - nella sua veste di ex-fonderia di caratteri tipografici - e al contempo narrare la sua nuova finalità d'uso - ossia un centro culturale caratterizzato da un senso di apertura e dialogo col territorio e con le culture che convivono nel quartiere.

I diversi livelli di azione comprendono lo sviluppo degli elementi di identità visiva, quali naming, logo (che nella tabella in allegato sono stati estratti e trattati separa-

tamente poiché possono dar vita ad occasioni di partecipazione collettiva specifici), colori, tipografia, pattern, caratterizzazione degli spazi interni, eccetera; nonché le modalità di interazione diretta e indiretta col pubblico, quali ad esempio il sistema di segnaletica, la comunicazione digitale (social, sito web, possibili applicazioni) e la strutturazione di azioni, eventi e attività in genere, che il Centro potrà sviluppare e mettere in atto in collaborazione con realtà esterne.

Nella tabella allegata (Tab.12) è stata realizzata una sintesi visiva dei diversi livelli di azione che dovranno essere implementati per una trasmissione coerente e continuativa del Centro, con anche delle indicazioni sui diversi stakeholder da coinvolgere e gli output prospettati.

Tab. 12 Azioni di comunicazione da implementare all'interno del progetto

COMUNICAZIONE									
	STRUMENTI ATTIVABILI	NOME CENTRO CULTURALE	LOGO CENTRO CULTURALE	IDENTITÀ VISIVA	SISTEMA DI SEGNALETICA	SOCIAL NETWORK	SITO WEB	EVENTI E MOSTRE	APP
<b>OBIETTIVI</b>	Avvio di un percorso di riflessione e coprogettazione con la cittadinanza e le realtà attive nel Quartiere per sviluppare un dialogo col territorio.	Definizione del nome del Centro Culturale attraverso un confronto interno.	Definizione del logo del Centro Culturale attraverso un confronto interno e conferma attraverso questionari/- brainstorming con scuole e cittadinanza.	Sviluppo dell'insieme degli elementi grafico-visivi che comunicheranno il Centro al pubblico.	Sistema informativo che fornisce agli utenti indicazioni sull'identificazione esterna del Centro e anche sui percorsi possibili all'interno dello spazio.	Scelta dei canali social attraverso i quali il Centro comunicherà (o coprogetterà) le attività e gli eventi che si svolgeranno al suo interno.	Sviluppo di un sito web per veicolare gli obiettivi del Centro, le iniziative e i servizi offerti.	Ideazione di una serie di eventi e di mostre da realizzare entro un arco temporale predefinito, anche in collaborazione con alcune realtà del territorio.	Sviluppo di un'app per trasmettere alcune specifiche informazioni sul Centro (orari, servizi disponibili,...) e agevolare l'accesso ad alcuni servizi (prenotazioni, visite guidate,...).
<b>FIGURE ESTERNE COINVOLTE</b>	- Politecnico di Torino - Centro Culturale - Sociologo - Cittadinanza - Scuole - Associazioni del territorio	- Politecnico di Torino - Centro Culturale	- Politecnico di Torino - Centro Culturale - Archivio Tipografico - Cittadinanza - Scuole - 1/2 associazioni del territorio	- Politecnico di Torino - Archivio Tipografico - Tipografia	- Politecnico di Torino - Archivio Tipografico - Agenzia di realizzazione di cartellonistica	- Politecnico di Torino - Centro Culturale - Agenzia di comunicazione - Social media manager	- Politecnico di Torino - Agenzia di comunicazione	- Politecnico di Torino - Centro Culturale - Scuole - Associazioni del territorio - Realtà private (musei, fondazioni,...)	- Web agency specializzata nello sviluppo di app - Centro Culturale
<b>OUTPUT</b>	- Sviluppo di questionari e di strumenti di progettazione partecipata - Definizione di una serie di occasioni di incontro	- Brainstorming di idee - Definizione del nome	- Brainstorming di idee - Iniziativa con scuole / associazioni - Progettazione del logo	- Definizione logo, colori, font, pattern, etc - Sviluppo elementi cartacei (biglietti da visita, carta intestata, brochure, flyers, volantini...)	- Sviluppo di un progetto esecutivo del sistema di segnaletica interno - Concept della segnaletica esterna (da confermare con gli architetti)	- Scelta dei social adatti - Sviluppo della copy strategy per ogni social - Definizione di un content curator interno	- Scelta delle informazioni da trasmettere - Sviluppo del sito web	- Scelta arco temporale - Definizione degli obiettivi - Strutturazione di alcune iniziative - Identificazione di un format di collaborazione con realtà esterne	- Definizione degli obiettivi specifici dell'app (valore aggiunto all'esperienza dell'utente) - Sviluppo app



## 11.5 Il progetto di massima del sistema di comunicazione

Il sistema di comunicazione sarà il “narratore” del nuovo Centro in termini di identità e dialogo con il territorio, attraverso azioni di comunicazione interna (segnaletica, approcci descrittivi ed espositivi) ed esterna (strategie e azioni di interazione e comunicazione con il pubblico, con le istituzioni e con il territorio).

Trattandosi di un progetto ancora in divenire, l'obiettivo di questo capitolo è offrire una panoramica delle riflessioni progettuali finora sviluppate e concretizzatesi all'interno di un manuale di "linee guida" per il corretto e coerente sviluppo del progetto esecutivo, che sarà affidato a dei professionisti in campo di grafica e comunicazione visiva.

### 11.5.1 Naming

L'individuazione del **nome** è certamente uno dei primi elementi che renderanno concreta l'identità del Centro e la sua presenza sul territorio: dovrà essere un'entità evocativa ancora prima che descrittiva. Dovrà cioè trasmettere un'immagine che evochi la doppia natura dell'edificio e della sua storia: da luogo dedicato al tema della scrittura e della stampa a spazio in cui la cultura legata alla religione islamica e territorio si incontrano.

La definizione del nome è quindi un passo fondamentale a cui prestare molta cura soprattutto all'interno di un progetto di natura culturale: esso è primario veicolo dell'identità stessa, nella sua unicità e nei suoi valori sia intrinseci sia nel rapporto con l'esterno.

In fase di ricerca-azione sono state dunque sviluppate alcune indicazioni che possano guidare ad una scelta del nome coerente col sistema di valori propri del Centro.

#### 1. Identitario / contestuale

Il nome dovrà essere facile da memorizzare e dovrà avere un rimando esplicito alla *mission* del Centro culturale nel suo complesso - quindi evitando di individuare dei nomi di persone o richiami concettuali troppo indiretti. Sarebbe inoltre auspicabile evitare lo sbilanciamento culturale scegliendo un nome che sia un punto di connessione tra la storia tipografica dell'ex Nebiolo e la cul-

tura islamica.

#### 2. Comprensibile / facilmente traducibile

Si suggerisce l'utilizzo della lingua italiana per facilitare processi di assimilazione da parte della comunità di quartiere e cittadina, tuttavia, qualora si decidesse di utilizzare un termine di origine araba, esso dovrà risultare facilmente traducibile e pronunciabile anche ad un pubblico non arabofono.

A partire da queste riflessioni, vengono di seguito proposte alcune suggestioni di nomi che rispecchiano i requisiti delineati:

#### LA PAROLA

In riferimento al senso profondo e al valore della parola scritta sia nella religione islamica che nella cultura tipografica storica dell'edificio.

#### QALAM

Il *calamo* è lo strumento calligrafico utilizzato per la scrittura araba tradizionale. In questo caso il nome, pur seguendo la pronuncia araba, risulta facilmente traducibile e pronunciabile anche ad un pubblico non arabofono.

#### FONDERIA CULTURALE

Il richiamo esplicita la storia dell'edificio che concettualmente mantiene l'anima di luogo di “fusione” non più di metalli ma di culture.

#### IL GLIFO

Con questo termine si fa riferimento alla forma che assume la lettera all'interno di un carattere tipografico e si rimanda alla grande varietà di simboli associati a ogni lettera dell'alfabeto arabo.

La scelta del nome del Centro culturale non sarà vincolante sulla denominazione del Centro islamico, tuttavia sarebbe interessante valutare una connessione (anche concettuale) tra le due "anime della medesima realtà", in modo tale da rafforzarne il legame culturale.

## 11.5.2 Logo

Definito il *naming* avverrà quindi lo sviluppo del **logo** del Centro, la “pietra miliare visiva” della sua identità. Così come il nome stesso, anche il logo dovrà esplicitare il concetto di unione tra la memoria del luogo (tipografia, fonderia, stampa, carattere, etc) e la cultura islamica.

Il processo di creazione di questo elemento identitario potrebbe essere inoltre accompagnato e rafforzato dalla strutturazione di una serie di momenti di incontro e confronto con la cittadinanza per valutarne l'efficacia. Si potrebbero ad esempio creare dei piccoli workshop in collaborazione con delle associazioni del territorio o con le scuole del quartiere per "co-progettare" il logo, in modo da captare anche quali elementi visivi è in grado di evocare il racconto di questo spazio. Una volta conclusa l'attività ed individuata (qualora fosse emersa) una strada di interesse progettuale, l'implementazione di questo elemento dovrà necessariamente affidata ad uno studio di grafica (lo stesso che presumibilmente si occuperà dello sviluppo dell'intero sistema di identità visiva del Centro) in modo da curarlo progettualmente, renderlo coerente col sistema comunicativo nel suo complesso e ottimizzarlo per i diversi formati e supporti previsti.

Qui di seguito vengono proposti alcuni possibili atteggiamenti progettuali per lo sviluppo del logo coerenti con le indicazioni finora delineate:

### SENSO DI SCRITTURA

richiamo carattere mobile e scrittura araba.

FONDERIA  
CULTURALE

da sinistra a destra  
e da destra a sinistra

FONDERIA  
CULTURALE

caratteri stampati e  
matrice

### ELEMENTI DECORATIVI

fusione di lettere che creano degli elementi decorativi che possono essere estrapolati e utilizzati in altri contesti grafici.



### COMPOSIZIONE DI LETTERE

“fusione” delle culture e creazione di un motivo decorativo che richiama i pattern islamici a partire da una lettera (o più) selezionata da una font identitaria della Nebiolo.



Font Stop



Font Semplicità  
versione ombra

### SPECCHIATURA

unione tra lettere specchiate, come se fossero stampate, in modo da creare un elemento grafico identitario.



## LOGOTIPO

utilizzo del solo logotipo (senza pittogramma) usando una font Nebiolo.

IL GLIFO *Font Neon versione ombra*

### 11.5.3 Font

La scelta dei caratteri tipografici dovrà avvenire nel rispetto del repertorio storico dei materiali prodotti all'interno della Nebiolo e ad oggi ancora conservati e (in parte) digitalizzati. Inoltre potrà essere opportuno riadattare la font scelta all'alfabeto arabo, qualora non fosse già previsto all'interno della declinazione della famiglia di tale carattere tipografico.

Questa esigenza nasce dalla volontà di raccontare in modo immediato la multiculturalità che permea l'anima del nuovo Centro e che si declinerà anche nella scelta di adottare **più linguaggi comunicativi in contemporanea**: italiano, inglese, arabo e francese.

Questo plurilinguismo non necessariamente dovrà essere adottato su tutti i supporti grafici in ogni comunicazione del Centro, ma potrà essere valutato di volta in volta in base al tipo di iniziativa o al target a cui ci si vuole rivolgere direttamente.

Sarebbe tuttavia preferibile che almeno una doppia lingua venga utilizzata sempre, con l'italiano sempre presente: italiano e inglese / italiano e arabo / italiano e francese.

Dovranno essere individuati due o tre caratteri da utilizzare nel sistema comunicativo del Centro.

Per una questione di accessibilità legata alla facilità di lettura per i testi verrà scelto un carattere di tipo *bastone*, da selezionare preferibilmente tra quelli reperibili dall'archivio dei caratteri tipografici Nebiolo e progettati internamente. La scelta dovrà necessariamente ricadere sulle font digitalizzate attualmente disponibili ad uso gratuito o a pagamento.

Per i titoli potranno invece essere valutati (sempre dal medesimo repertorio) anche caratteri più *graziati* o ca-

*ratteristici*, dovendo esprimere frasi o concetti molto più brevi e impattanti visivamente.

Un'ulteriore strada che potrebbe essere intrapresa è quella di progettare una nuova font che abbia come riferimenti formali ed espressivi i caratteri tipografici Nebiolo. Nella pagina successiva vengono riportate alcune ipotesi sulle possibili direzioni progettuali da intraprendere.

La cultura dei font e la loro storia sono stati inoltre l'incipit per lo sviluppo di un sistema di pattern che accompagnerà il progetto di comunicazione e che potrà essere declinato su diversi supporti.

## IL RAPPORTO TRA STAMPA TIPOGRAFICA E CALLIGRAFIA ARABA

### Considerazioni culturali

#### CALLIGRAFIA ARABA

*Il mondo reale è un concetto interno all'osservatore*

- La parola scritta è espressione manifesta di un pensiero / un'idea
- Usata prevalentemente per scopi religiosi
- Funzione contemplativa: la complessità formale è funzionale a mantenere alta l'attenzione del lettore
- Crea pattern decorativi: la natura astratta delle forme (il loro significato "superiore") è più importante degli aspetti materiali e tecnici



Ciò ha portato a delle resistenze culturali alla standardizzazione della scrittura ma di conseguenza anche a subire un'opera di adattamento forzato alle nuove necessità di comunicazione globali.

La tipografia araba può definirsi un'*occidentalizzazione* tecnica della calligrafia: la mancanza di sperimentazioni tecniche in passato ha obbligato ad un recente adattamento ai mercati e alle tecnologie povere di riflessioni culturali profonde.

#### TIPOGRAFIA LATINA

*Il mondo reale è esterno all'osservatore e la conoscenza consiste nel raccogliere e mettere a sistema i dati estrapolati dal rapporto con l'ambiente circostante*

- Legame con efficienza, progresso e produzione, quindi basata principalmente sulla leggibilità e sulla chiarezza comunicativa

#### References

Blankenship, S. (2003). *Cultural Considerations: Arabic Calligraphy and Latin Typography*. *Design Issues*, 19(2), 60-63. <http://www.jstor.org/stable/1512017>

Perri, A. (2009). *La tipografia araba e la globalizzazione tipografica*. *Quaderni Di Studi Arabi*, 4, 205-214. <http://www.jstor.org/stable/25803092>

Fig. 85 Approfondimento sul rapporto culturale tra stampa tipografica e calligrafia araba

## STRADE DA VALUTARE

Possibili direzioni progettuali sulla scelta dei caratteri da utilizzare

### 1 USO DI UN CARATTERE IDENTIFICATIVO DELLA NEBIOLO

Selezione di un carattere tipografico della Nebiolo fortemente identificativo come punto di partenza per l'implementazione del sistema comunicativo del nuovo Centro culturale.



Veltra, Giulio Da Milano, 1934

Si seleziona il **VELTRO** come spunto per l'analisi dei criteri su cui basare la selezione del carattere. Anzitutto si tratta di un carattere tipografico originale prodotto dallo Studio Artistico della Nebiolo.

Inoltre (in questo caso) il suo design, per quanto ormai "datato", ha rappresentato un'innovazione se visto nel suo contesto storico. Le forme delle lettere si basano infatti su uno stile di scrittura calligrafico: rappresenta uno dei primi tentativi italiani di creare un'unione tecnica armoniosa delle lettere proprio a simulazione della scrittura corsiva.

#### Pro

- ▶ questa font è stata la base di partenza da cui è stato progettato l'Arabo Stretto
- ▶ rispetta il legame tra scrittura calligrafica e tipografica

#### Contro

- ▶ ambiguità storiche sul legame con il Fascismo (secondo alcuni è simile alla firma di Mussolini)
- ▶ visivamente superato
- ▶ bassa leggibilità

Possibile rivisitazione formale (attualizzazione) e applicazioni specifiche (logo, titoli, elementi decorativi...)

### 2 UNIONE DI PIÙ CARATTERI TIPOGRAFICI NEBIOLO

Selezione di una serie di caratteri tipografici della Nebiolo fortemente identificativi come punto di partenza per la creazione di un sistema tipografico ad hoc.

Potrebbero essere selezionati specifici glifi e lettere appartenenti a differenti famiglie di caratteri tipografici originali Nebiolo da unire e creare una font "mista".

Alcuni possibili caratteri potrebbero essere:

#### Eurostile

AaBbCcDdEeFfGgHhIi  
JjKkLlMmNnOoPpQqRr  
SsTtUuVvWwXxYyZz

#### STOP

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
1234567890

#### neon

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

*Eurostile*, Aldo Novarese, 1962  
*Neon*, Giulio Da Milano and Alessandro Butti, 1935  
*Stop*, Aldo Novarese, 1970

## MISCELLANEOUS

#### Pro

- ▶ dinamicità, che rispecchia anche l'anima del Centro
- ▶ stimola curiosità
- ▶ richiamo concettuale ai pattern

#### Contro

- ▶ bassa leggibilità
- ▶ mix non necessariamente coerente a livello storico

Possibile selezionare alcune applicazioni molto specifiche (logo, elementi decorativi...)

### 3 SVILUPPO DI UN NUOVO CARATTERE CON RICHIAMI ALLE FONT NEBIOLO

Sviluppo di una font completamente nuova a partire dalle caratteristiche formali di alcuni caratteri tipografici Nebiolo selezionati.

A partire da uno specifico stile di font Nebiolo si potrebbero prendere alcune peculiarità stilistiche molto identificative e unirle per creare un carattere nuovo.



Classificazione degli stili, Archivio Tipografico

#### Pro

- ▶ unicità del prodotto finale
- ▶ possibilità di rispondere ad esigenze progettuali specifiche

#### Contro

- ▶ lavoro di type design molto lungo ed "energivoro" se inserito in un contesto progettuale così ampio
- ▶ rimando abbastanza indiretto con la storia della Nebiolo (per esperti del settore)

Riflessione che potrebbe essere sviluppata a posteriori o in unione alla strada n.1

### 11.5.4 Pattern

Partendo da una selezione dei caratteri tipografici più rappresentativi della storia della Nebiolo, è stata avviata una fase esplorativa di creazione di vari pattern che riprendessero gli impianti geometrici degli apparati decorativi islamici.

Le lettere finora sperimentate permettono di ottenere diverse combinazioni, da utilizzare nelle occasioni più varie: come sfondi per supporti fisici (banner, segnaletica, materiale cartaceo e altro) o digitali; come elementi decorativi architettonici (ad esempio su applicazioni a parete in interno o esterno); ecc.

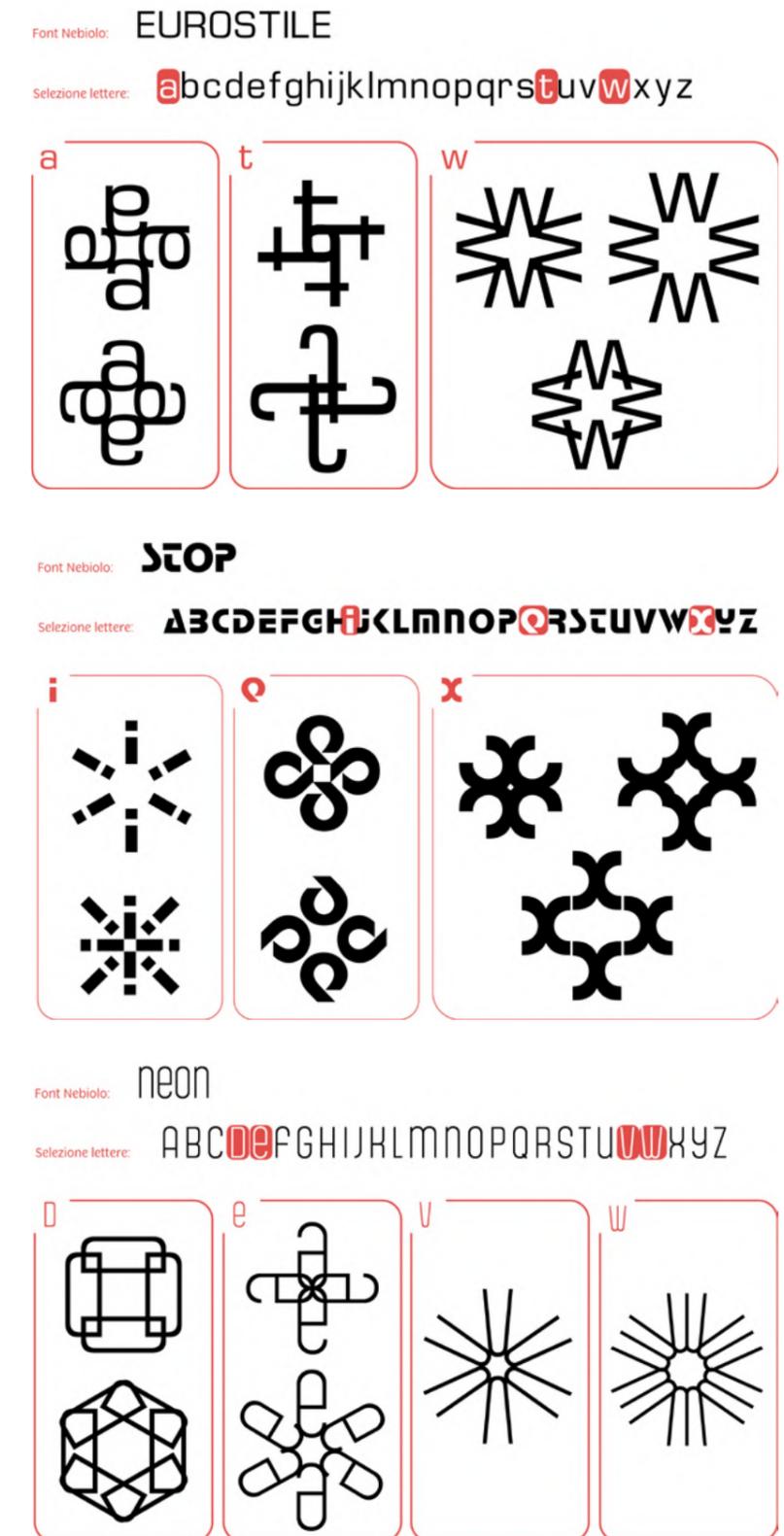
Queste prime creazioni di pattern possono essere ulteriormente implementate attraverso la sperimentazione con altre lettere o altre font. Alcuni elementi chiave tuttavia devono rimanere coerenti e costanti in tutte le variabili progettate:

1. L'utilizzo di **una sola lettera** per volta nello sviluppo dei singoli pattern: questo evita l'accostamento imprevisto di lettere che possono formare parole di ambigua interpretazione (soprattutto prendendo in considerazione un pubblico multiculturale);
2. Le font devono essere selezionate tra quelle più **identitarie** della storia della Fonderia Nebiolo: sarebbe quindi preferibile attingere dal repertorio dei caratteri originali prodotti dallo Studio artistico interno.



Fig. 86 Sintesi del processo di estrapolazione delle lettere e di creazione dei pattern

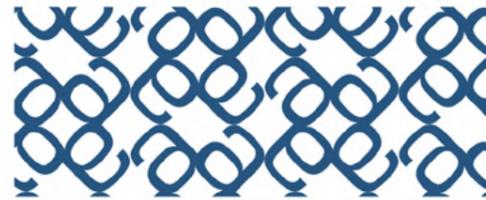
Fig. 87 Alcuni esempi di selezione dei caratteri, estrapolazione delle lettere e prime bozze di configurazione



Costruzione di alcuni patter

**Eurostile**

AaBbCcDdEeFfGgHhIi  
JjKkLlMmNnOoPpQqRr  
SsTtUuVvWwXxYyZz



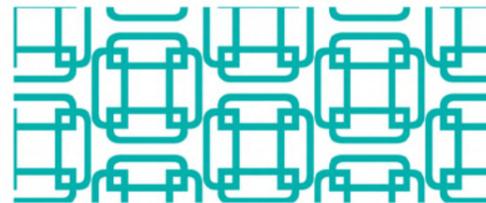
**STOP**

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
1234567890

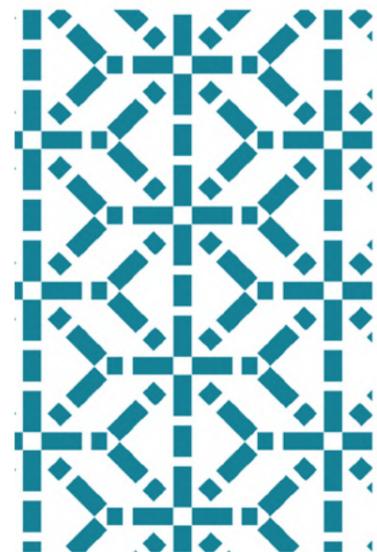


**neon**

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
1234567890



Possibili variabili



Matrice ripetuta costantemente senza variazioni cromatiche o dimensionali.



Colorare un elemento in nero per evidenziarlo in quanto matrice costruttiva del sistema.

Scelta del colore nero per richiamare gli inchiostri usati per stampare



Variazione delle grandezze dei singoli moduli per dare dinamicità al sistema complessivo.

Fig. 88 Costruzione di alcuni pattern e riflessioni sulle variabili applicative

## 11.5.5 Colori

Come già anticipato, i colori rappresentano un aspetto estremamente importante della cultura visiva islamica, sia sotto un profilo decorativo che architettonico.

Da un punto di vista simbolico ogni colore ha una sua allegoria e una relazione con una delle trasformazioni interiori dell'uomo e dell'anima.

Nel progettare il sistema comunicativo del centro culturale si è scelto di optare per una sfumatura cromatica dal verde al blu.

Questi colori infatti nella religione islamica hanno delle valenze simboliche molto connotate, legate principalmente all'immortalità spirituale e al divino.



**Verde**

Il colore più comunemente associato all'Islam è il verde. Domina nelle soluzioni architettoniche delle Moschee e negli elementi decorativi di vari edifici. La sua predominanza è motivata soprattutto dalle numerose menzioni di questo colore nelle Sacre Scritture.

Alcuni ritengono che il verde fosse il colore preferito del Profeta Maometto e che sia citato in diversi versetti del Corano come il colore che sarà indossato dagli "abitanti del Paradiso".



**Turchese e blu**

Il colore blu (e le sue sfumature) nell'Islam simboleggia la verità e il cielo inteso come dimora del Divino, per questo motivo è spesso utilizzato nei complessi architettonici religiosi.

Il blu e il turchese sono molto affini nel loro significato simbolico: il primo è collegato alle profondità impene-trabili dell'Universo, e si ritiene che il turchese abbia qualità mistiche.

## 11.6 Declinazioni del sistema di identità

Pur non avendo ancora definito alcuni degli elementi del sistema di identità visiva (quali ad esempio il nome e il logo), si sono sviluppate alcune indicazioni in merito ad alcune implementazioni del progetto. Nello specifico in questa sezione viene offerta una panoramica sulle riflessioni avanzate relative alla percezione del Centro dall'esterno (attraverso un sistema identificativo di banner, insegna, grafiche a parete, identificazione degli ingressi) e dall'interno (allestimenti grafici a parete, sistema di segnaletica, merchandising e materiali di uso quotidiano). Saranno inoltre presentate alcune linee guida relative alla comunicazione digitale e al rapporto con il territorio (in particolare in merito alle strategie di coinvolgimento del pubblico attraverso eventi e azioni specifiche).

### 11.6.1 Immagine esterna - l'insegna

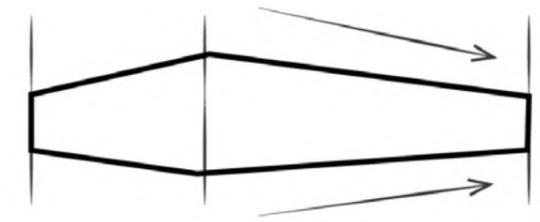
L'immagine esterna, ed in particolare l'insegna rappresenta il "biglietto da visita" del Centro, il primo impatto con i potenziali fruitori, ma anche la sua indiretta rivendicazione di uno spazio ed un'appartenenza al territorio. Essa rappresenta il primo elemento con cui si verrà in contatto nel momento in cui ci si avvicini o ci si appresti ad entrare nel Centro culturale.

Data la collocazione spaziale del complesso architettonico (all'incrocio di due vie molto trafficate della città di Torino, ossia Via Bologna e Corso Novara) l'insegna dovrà necessariamente essere di facile lettura anche per coloro che la osservano in movimento, per esempio durante una passeggiata, un giro in bici, in pullman o in macchina. Dovrà inoltre contenere tutti i principali elementi identificativi del sistema di identità visiva del Centro (logo, nome esteso ed esplicativo, colori, eventualmente pattern).

La scelta più idonea sarebbe quella di collocarla nel punto più visibile a media distanza dell'edificio, ossia l'angolo presso il quale le due strade sopracitate si incrociano e possibilmente molto in alto, in modo tale da non rischiare di togliere spazio o luce alle vetrate che danno sul piano dello studentato e che al contempo non rischi di sacrificarsi in dimensione a causa del poco spazio a disposizione.

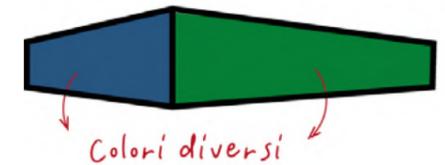
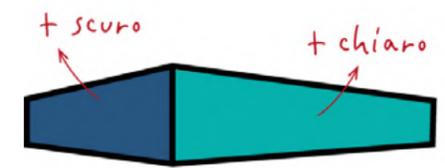
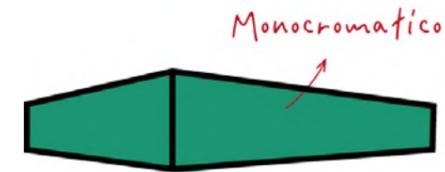


Fig. 89 Il punto di collocazione in cui potrebbe essere più idoneo posizionare l'insegna



Mantenere ritmo architettonico e armonia formale con l'edificio

#### COLORI



#### NOME



#### PATTERN



### 11.6.2 Immagine esterna - banner

Una buona progettazione dei banner esterni faciliterà l'identificazione del complesso architettonico (aiuta anche percettivamente a comprenderne la dimensione e quindi l'impatto che ha sul territorio). Questi elementi sono anche in grado di veicolare messaggi, valori e concetti chiave che danno ulteriore identità al Centro. È infatti importante che vengano strategicamente utilizzati per trasmettere la *vision* della Confederazione attraverso parole chiave che richiamino valori di apertura, pace e dialogo col territorio (possono essere identificate parole come: cultura, dialogo, scambio, ascolto,...) e possibilmente in tutte e quattro le lingue che verranno adottate nel sistema comunicativo (italiano, inglese, francese e arabo).

Da un punto di vista grafico sarebbe di impatto una ripresa del gradiente cromatico individuato per il sistema di identità visiva (quindi da verde a blu), in modo tale da creare un senso di continuità e coerenza visiva. Se le dimensioni e la visibilità lo permettessero, potrebbero inoltre essere ripresi anche i pattern tipografici, selezionati magari in modo tale da creare una correlazione con le parole chiave presenti sul singolo banner: ad esempio se la parola fosse "dialogo" si potrebbe scegliere un pattern originato dalla lettera "d" in modo da creare un legame con l'iniziale della parola selezionata.

Quest'ultimo aspetto dovrà però necessariamente essere valutato in seguito allo sviluppo del progetto architettonico di massima, per comprendere correttamente dimensioni, percezione spaziale, visibilità e impatto dell'intervento.

Fig. 90 Alcuni possibili approcci grafici da adottare per i banner esterni

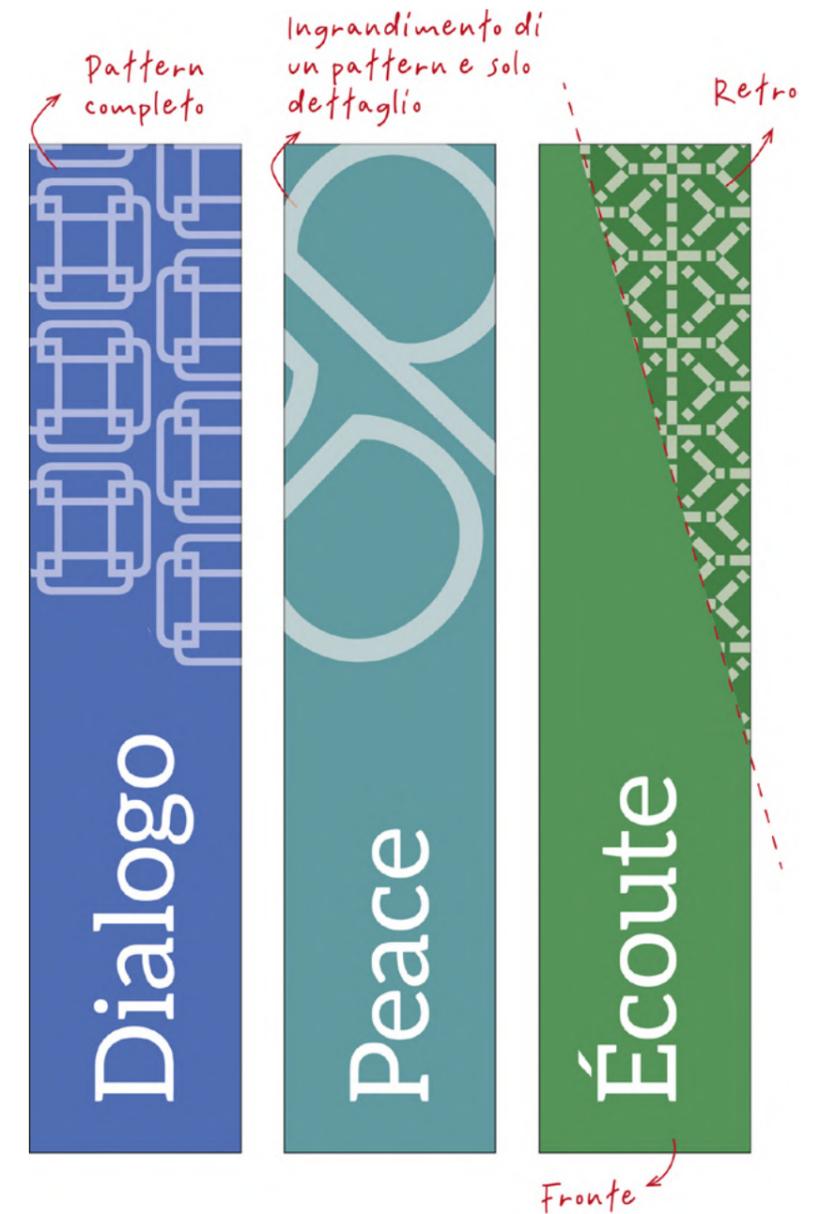


Fig. 91 Nella pagina successiva: una visualizzazione di possibili atteggiamenti per l'applicazione dei banner su via Bologna. Nell'immagine sono evidenziati l'uso del gradiente cromatico, le parole chiave e i pattern



### 11.6.3 Identificazione degli accessi

L'ingresso principale è, per sua natura, un elemento costruttivo di estrema rilevanza: corrisponde a quella parte dell'edificio che collega (sia fisicamente che concettualmente) l'esterno dall'interno, la parte pubblica dalla parte privata.

Le entrate principali del Centro sono tre, ognuna con delle esigenze specifiche legate alla funzione e al posizionamento:

1. La prima dà accesso allo **studentato** su Via Bologna. Si tratta quindi di una zona più privata, che sarà probabilmente accessibile da un portone con citofono esterno. L'identificazione di questo ingresso non avrà particolari esigenze di tipo estetico, ma sarà per lo più funzionale (targa identificativa dello studentato, numero civico...);
2. Un secondo accesso su Corso Novara (Fig.92) rappresenterà il vero e proprio ingresso allo **spazio polifunzionale** con sala studio e bar/ristorante. Data l'importanza strategica di questo passaggio, sarà necessario renderlo immediatamente identificabile anche a distanza. Trovandosi purtroppo su una strada dotata di viale alberato, non risulta molto visibile: per ovviare a questo limite si potrebbero creare degli elementi leggeri aggettanti che sporgono leggermente sul marciapiede, magari caratterizzati da un rivestimento cromatico impattante; oppure potrebbe essere prevista una facciata a pattern completo, o ancora una colorazione estesa della facciata. Aspetti però da verificarsi con la Soprintendenza.
3. Il terzo ingresso sarà quello collegato allo **spazio di culto**, sul retro, in un interno di Corso Novara (Fig.93). Questo passaggio non è detto che sia accessibile in tutti gli orari (in particolare durante le ore di preghiera, ma questa sarà una scelta valutata a posteriori dalla Confederazione). Come anticipato nella sezione sulle finiture grafiche, questa parete è caratterizzata dall'essere completamente vetrata, il che permette di spaziare ulteriormente con le riflessioni sui trattamenti grafici applicabili: l'idea principale è quella di "rivestirla" con delle vetrofanie che rappresentano alcuni dei pattern tipografici progettati. In questo modo si andrebbe a creare un effetto di dialogo dinamico tra la trasparenza del vetro e la semi-opacità creata da queste applicazioni (che permetterebbero anche un maggiore senso di privacy).

Gli altri ingressi al Centro saranno quelli che si affacceranno al giardino Cardetti: in questo caso non sarà necessario identificarli poiché si tratterà di accessi secon-

dari più funzionali o legati a delle attività quotidiane già in essere (workshop in esterno, passaggio dalla sala studio o dal bar, uscita dallo spazio di culto...).



Fig. 92 Accesso al Centro culturale da Corso Novara - possibili atteggiamenti

Fig. 93 Nella pagina successiva: accesso al Centro islamico dall'interno di Corso Novara - possibili atteggiamenti



## 11.6.4 Sistema di segnaletica

Un altro elemento chiave nell'apparato comunicativo del Centro culturale sarà la strutturazione del sistema di segnaletica.

Un sistema che sarà contemporaneamente identitario e inclusivo, evoluto graficamente e di piacevole fruizione. Offrirà riferimenti fisici per orientarsi e permetterà all'utente di costruirsi un modello mentale sull'organizzazione del luogo, qualificando al contempo gli spazi con la propria presenza.

Questa segnaletica, avvalendosi di testi in differenti lingue e di semplificazioni e accorgimenti grafici specifici, parlerà a tutti i fruitori del Centro, qualunque sia la loro provenienza o la loro condizione fisica.

Nel complesso questo sistema sarà caratterizzato da cinque tipologie di elementi principali:

1. Il **landmark di ingresso**: per favorire l'identificazione del centro anche a distanza e indirizzare i fruitori verso le attività presenti in un determinato blocco. In questo blocco vengono raggruppati gli elementi identificativi degli ingressi principali, l'insegna e i banner esterni dei quali abbiamo già precedentemente delineato delle indicazioni progettuali.

2. Il **sistema di orientamento**: ovvero un sistema comunicativo da collocarsi all'interno in prossimità dell'accesso, contenente le informazioni utili per agevolare la lettura dello spazio architettonico e l'immediata collocazione dell'accesso all'attività di interesse.

3. Il **sistema informativo**: nasce con l'obiettivo di trasferire informazioni di varia natura circa il funzionamento del luogo, quali orari di apertura, segnalazione di eventi, caratteristiche ambientali, indicazioni comportamentali, curiosità, approfondimenti storico-artistici, etc. (questo punto verrà approfondito ulteriormente nel prossimo capitolo).

4. I **pannelli direzionali**: progettati per guidare nell'identificazione delle attività in base all'orientamento spaziale e al piano in cui sono collocate.

5. Gli **arrivi**: identificano il punto di accesso dell'attività.

Dovrà essere inoltre sviluppato un sistema di **segnaletica temporanea** da attivare in occasione di eventi specifici e mostre.

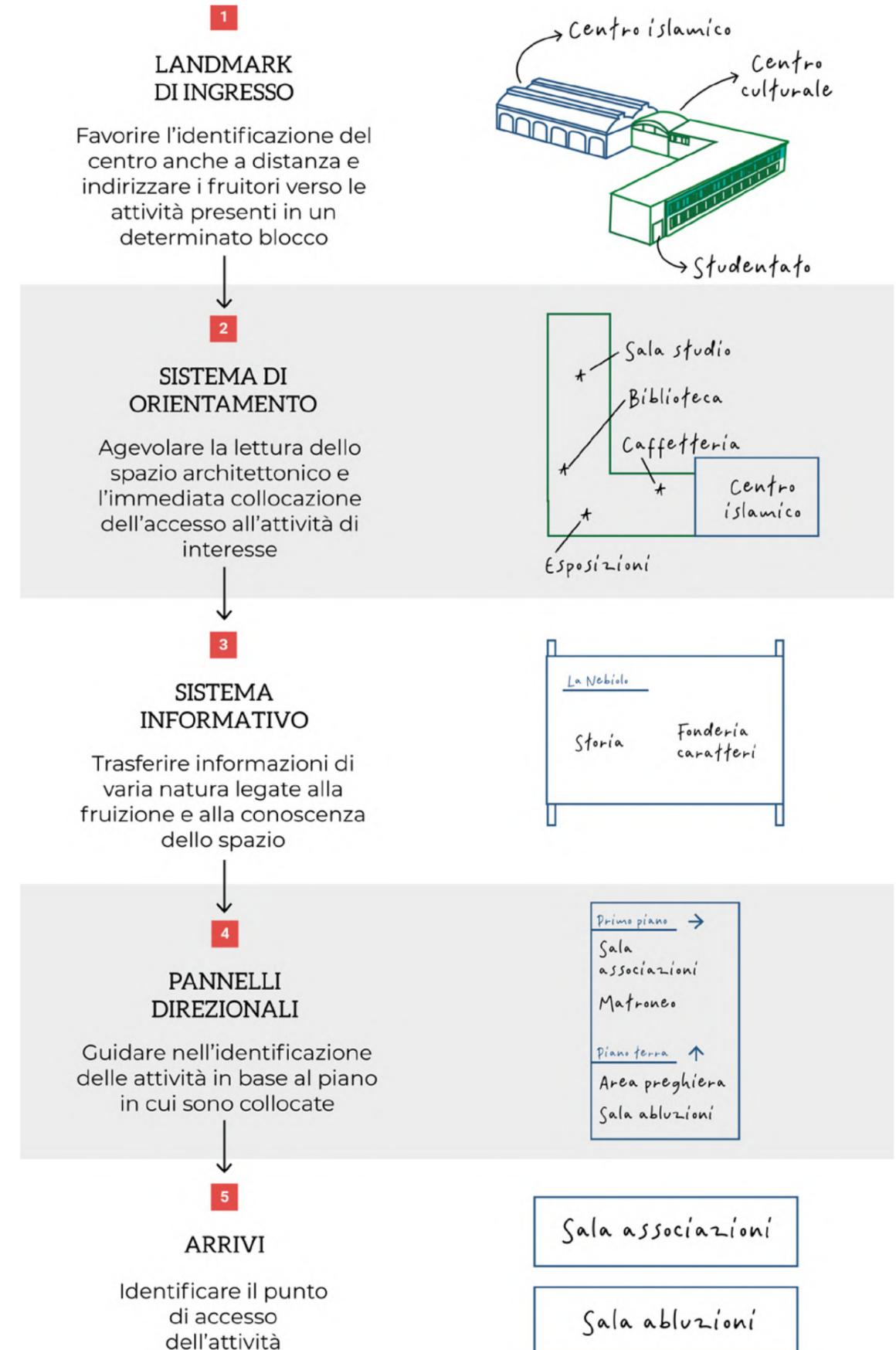
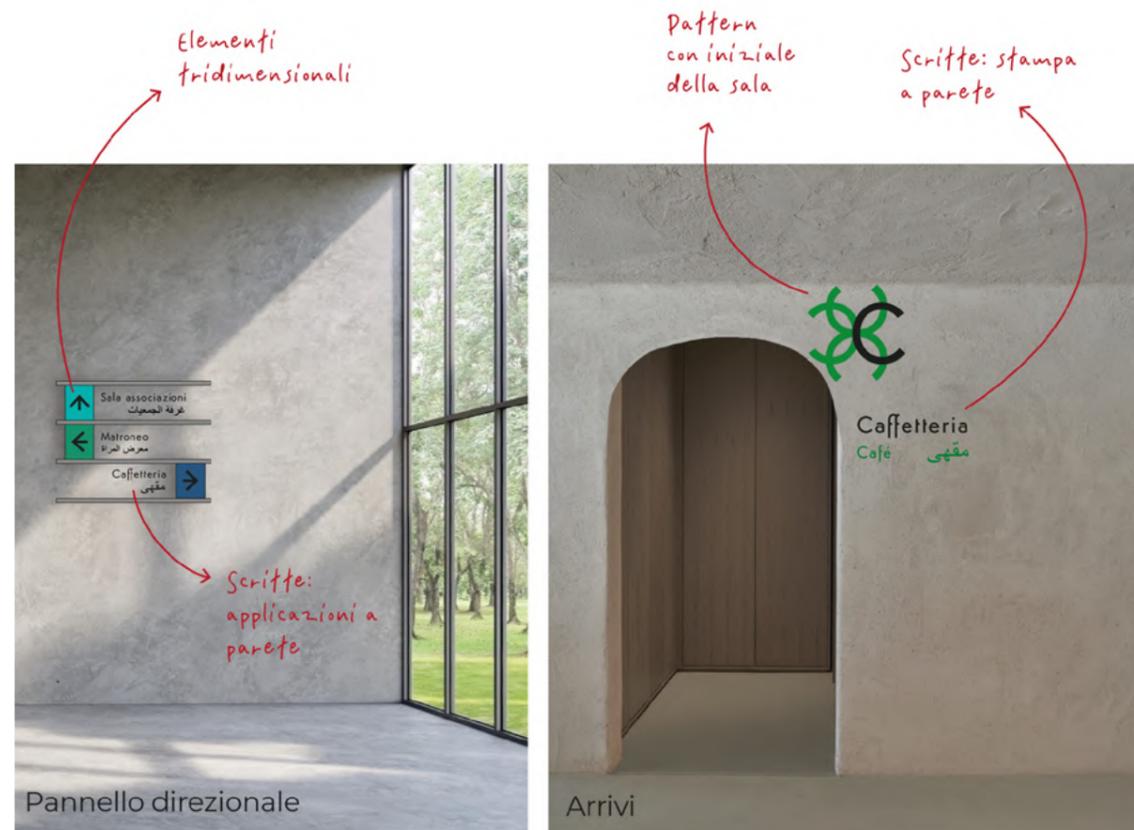
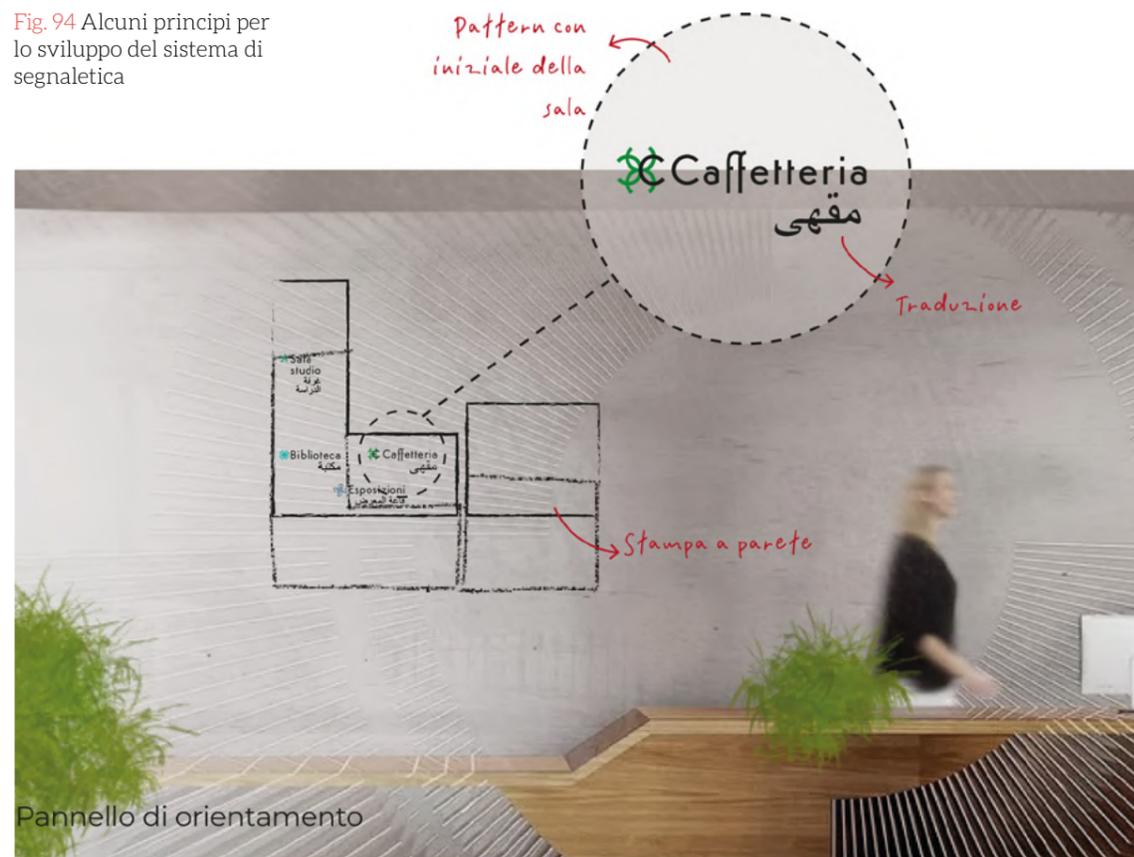


Fig. 94 Alcuni principi per lo sviluppo del sistema di segnaletica



## 11.6.5 Sistema informativo

Ogni singolo testo (sia esso sotto forma di didascalia o pannello) sarà parte integrante di un sistema informativo più complesso e gerarchizzato, in grado di fornire ai fruitori del Centro diverse informazioni e livelli di approfondimento, differenziate in base all'obiettivo e alle sale in cui saranno collocate.

Uno dei principali capisaldi nella progettazione di questi pannelli è quello di riuscire a produrre testi che comunichino informazioni consistenti (sulla storia dell'edificio e della Nebiolo, nonché sui valori e obiettivi del Centro) e al tempo stesso risultino accessibili a un pubblico quanto più possibile ampio.

Per fare questo sarà quindi compito del progettista attuare una semplificazione del linguaggio utilizzato, in modo da non creare una barriera socio-culturale con i visitatori.

Si dovrà quindi porre particolare attenzione:

1. Alla **leggibilità** dei testi, intesa come loro presentazione fisica e relativi interventi grafici (caratteri, supporti, posizione);
2. All'**accessibilità culturale** dei testi, intesa come comprensibilità del contenuto espresso (soprattutto se si prende in considerazione il contesto multiculturale in cui sorgerà il Centro) e relativi interventi redazionali (sulle parole, sulle frasi, sull'organizzazione delle informazioni).

Il processo di validazione dei contenuti dovrà essere effettuato in collaborazione con esperti della "memoria" della Nebiolo, quali sociologi, membri di associazioni di quartiere - per quanto riguarda i contenuti di carattere storico e sociale -, e con autorità religiose o figure professionali legate al mondo islamico.

Da un punto di vista dei contenuti, sarà certamente necessario partire da alcuni pannelli base da collocarsi in punti strategici del complesso e riportanti:

1. Mission e valori della Confederazione e del Centro;
2. Informazioni storiche sulla fonderia;
3. Informazioni sulla relazione fra edificio, territorio e comunità;
4. Indicazioni pratiche sull'organizzazione dello spazio, intese come accessibilità pubblica delle varie sale;
5. Organizzazione dei contenuti della sala espositiva e

della biblioteca;

6. Altre informazioni pratiche relative, ad esempio, alla sala studio, alla sala conferenze, al bar / ristorante, all'area di culto.



Fig. 95 Una possibile configurazione dei pannelli descrittivi

### 11.6.6 Comunicazioni ufficiali

Le comunicazioni ufficiali del Centro dovranno essere frutto di una collaborazione coordinata tra i responsabili della Confederazione Islamica e un ufficio stampa (interno o esterno), in modo tale da affidarsi ad un professionista che si occupi di intrattenere rapporti con giornalisti, politici e altre figure di riferimento, curando e mantenendo con loro una relazione costante.

Il tono di voce adottato (valutato in collaborazione sia con l'ufficio stampa ma anche con lo studio di grafica che si occuperà di gestire le comunicazioni cartacee e digitali) dovrà confrontarsi con gli obiettivi del progetto: un centro culturale dovrà necessariamente individuare ed esprimere una "personalità" colta ma velata, che sia in grado di rapportarsi con facilità ai diversi target a cui si rivolge (provenienti da background culturali molto differenti e anche con età tra loro molto dissimili).

L'ufficio stampa inoltre potrebbe essere anche un buon supporto nella gestione e pianificazione della comunicazione digitale, attraverso sito web, canali social, ma anche newsletter.

La *newsletter* potrebbe infatti essere un ottimo mezzo per instaurare un canale diretto di comunicazione e aggiornamento con i fruitori (assidui o saltuari) del Centro, aggiornandoli sulle novità (come ad esempio nuovi contenuti nel sito, progetti, attività, ecc...) e coinvolgendoli in alcune iniziative (come eventi pubblici, seminari, attività partecipative, ecc...).

In linea di principio le comunicazioni - quanto meno quelle digitali - dovrebbero essere riportate almeno in doppia lingua (italiano e inglese / italiano e arabo / italiano e francese).

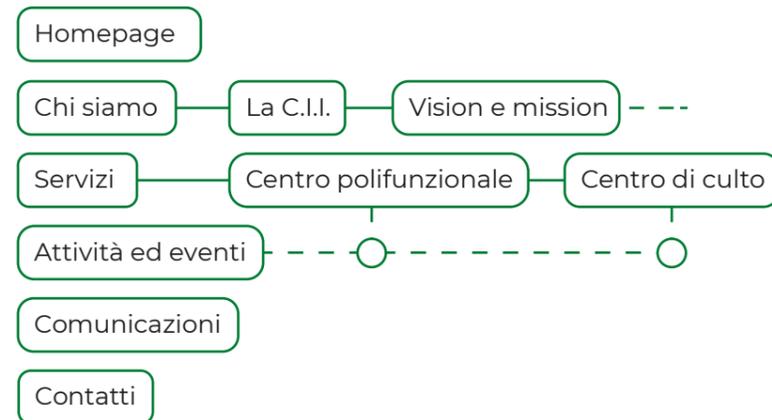
### 11.6.7 Comunicazione digitale

Per garantire una buona copertura comunicativa sarebbe necessario, ancora prima dell'apertura ufficiale del Centro, investire sullo sviluppo di un sito web e sulla presenza su diverse piattaforme social, quali Facebook (soprattutto per la sponsorizzazione di eventi), Instagram e TikTok.

I diversi canali digitali sono ovviamente caratterizzati anche da funzionalità, obiettivi e target differenti. Per questo motivo, per sfruttarli al meglio, sarebbe necessario che un'agenzia di comunicazione, in collaborazione con lo studio di grafica, si occupasse direttamente della loro gestione.

#### Sito web

Il sito deve essere immediato, accessibile e di facile fruizione. Le sezioni tematiche dovrebbero essere ridotte all'essenziale:



#### App

Una prima ipotesi valutata dalla Confederazione riguardava lo sviluppo di un'App per veicolare iniziative, informazioni pratiche (come ora di apertura del Centro culturale del Centro Islamico, menù della zona ristorazione, eccetera) e approfondimenti sul Centro e la sua storia. Al momento la strutturazione di questo strumento non è stata ancora ipotizzata, ma potrebbe essere nuovamente valutata da dopo l'avvio strutturato del Centro.

#### Social network

I social devono essere utilizzati e aggiornati con frequen-

za, in modo da mantenere alto il livello di interazione con il pubblico. Saranno uno strumento utile soprattutto per la promozione e la divulgazione di iniziative ed eventi che si svolgeranno all'interno del Centro o in collaborazione con realtà esterne.

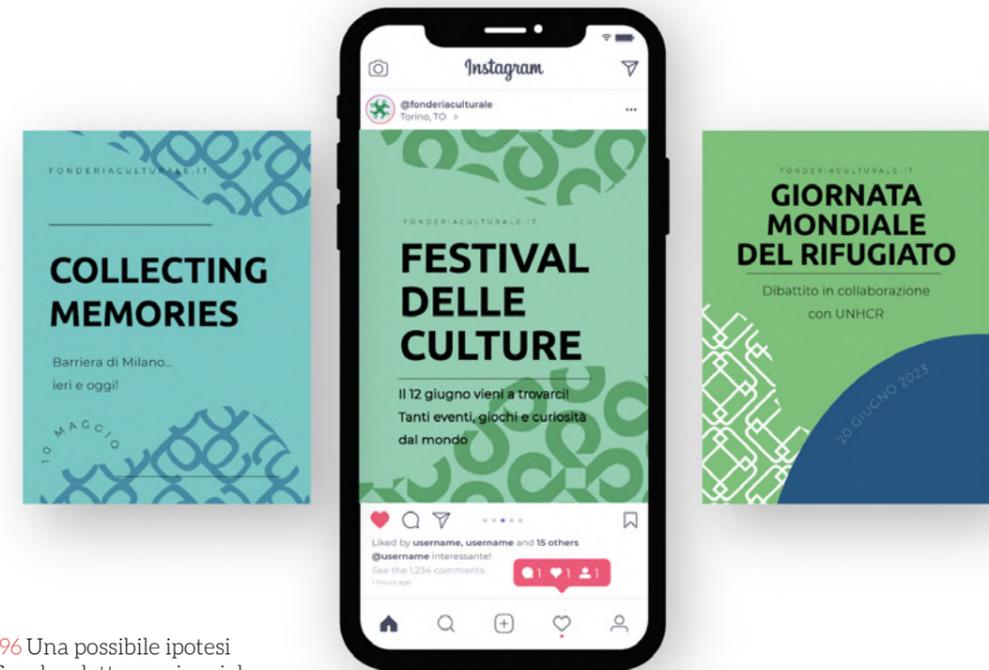


Fig. 96 Una possibile ipotesi grafica da adottare sui social

### 11.6.8 Merchandising

Il *merchandising* rappresenta un sistema di prodotti utili, portatori di un significato o di un messaggio, consapevoli del *target* di riferimento, delle lavorazioni possibili, del patrimonio culturale e del ruolo sociale del Centro, in quanto realtà votata alla produzione di cultura, di conoscenza e confronto.

Esso corrisponde all'attività di distribuzione di un manufatto (o di un sistema di manufatti) in grado di veicolare l'immagine e i valori del Centro, tramite prodotti progettati ad hoc e con un valore d'uso reale.

Un buon prodotto di *merchandising* non è un *gadget*. Il *gadget* rappresenta infatti un prodotto generalmen-

te distribuito gratuitamente, sovente appannaggio di campagne pubblicitarie e di eventi di promozione, che solitamente coincide con piccoli prodotti di largo consumo dallo scarso valore economico e funzionale, per i quali il contenuto progettuale è minimo, se non addirittura assente.

La scelta quindi di un sistema di merchandising filologicamente corretto e coerente con gli obiettivi del progetto, si inserisce tra le strategie di valorizzazione dell'identità, in particolare sotto il profilo della promozione del Centro stesso.

La scelta dei prodotti da rendere disponibili presso gli spazi del Centro culturale (nella hall o in un'area adibita ad hoc come punto vendita e bookshop) deve essere sempre ricercata e in linea con gli obiettivi strategici della Confederazione. Poichè da questi oggetti non dipende direttamente la stabilità economica del progetto nel suo insieme si possono fare delle valutazioni culturalmente approfondite sulla progettazione e sullo sviluppo dei materiali da mettere in vendita.

Alcuni settori merceologici che potrebbero essere investigati riguardano, ad esempio:

1. Food (kit di bustine da tè / tisane o spezie provenienti dal mondo; collaborazioni temporanee con artigiani del luogo per la produzione di prodotti alimentari legati, ad esempio, a eventi o festività;...)
2. Abbigliamento e tessuti (shopper, magliette e articoli tessili con serigrafata, ad esempio, una declinazione del pattern tipografico;...)
3. Prodotti editoriali (fanzine; pubblicazioni prodotte da - o in collaborazione con - tipografie o artigiani; libri che trattano il tema dell'intercultura e dello scambio culturale rivolti a target specifici, come i bambini;...)
4. Accessori (borracce; materiali d'uso quotidiano; materiali di cancelleria, purchè coerenti con gli obiettivi del Centro).

L'ideazione e la creazione di questi prodotti potrebbe essere una modalità attraverso cui rafforzare il rapporto con alcune realtà del territorio, in particolare piccoli artigiani o associazioni/cooperative che si occupano di progetti di integrazione (a Torino molto attivo è, a titolo di esempio, il Laboratorio Zanzara).

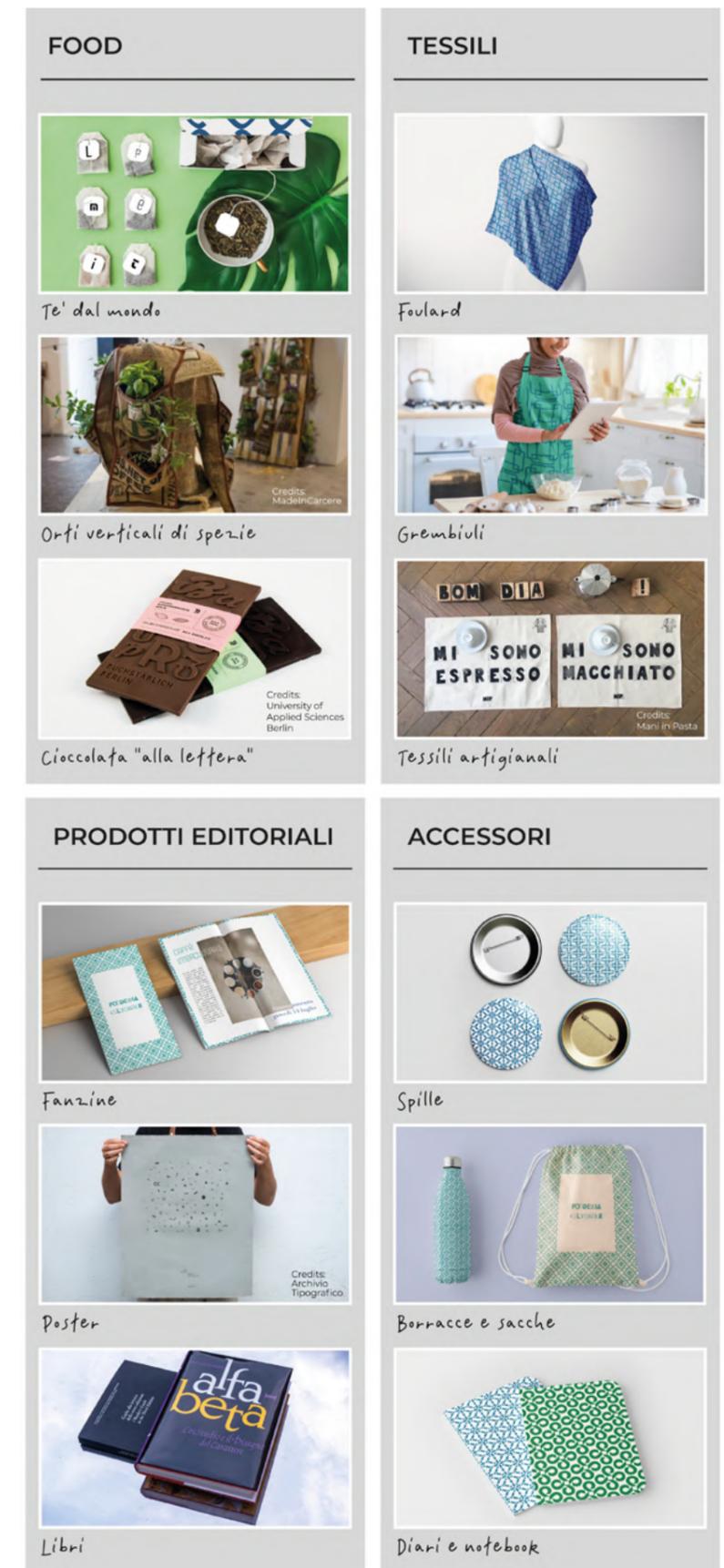


Fig. 97 Alcune categorie di prodotti di merchandising che potrebbero essere valutati per la distribuzione e vendita all'interno del Centro

### 11.6.9 Materiale di uso quotidiano

Particolare attenzione dovrà essere posta anche al materiale utilizzato quotidianamente all'interno del Centro, in modo tale da mantenere una coerenza comunicativa in tutti gli aspetti della vita di questo spazio.

Ovviamente ogni area, in base alla sua destinazione d'uso, presenterà esigenze differenti. Si tentano qui di individuare alcuni degli elementi che sarebbe utile aver progettualmente sotto controllo - attraverso un lavoro di co-progettazione con uno studio professionale o tramite un'accurata ricerca di materiale già disponibile da specifici produttori.

#### Caffetteria e ristorante

Tovagliette, tovaglie, menù cartacei e digitali, doggy-bag, vestiario dei dipendenti (camici, grembiuli, eventuale divise o maglie), stoviglieria, texture delle sedute,...

#### Sala studio e biblioteca

Materiale didattico tecnologico e cartaceo, arredi idonei, texture di eventuali tappeti e divanetti,...

#### Spazio espositivo

Espositori temporanei e permanenti, banner e pareti divisorie, supporti educativi cartacei e digitali,...

#### Hall del Centro culturale e dell'area di culto

Materiale informativo riguardante orari / attività / eventi, cancelleria, eventuale divisa dei dipendenti,...

#### Eventi e workshop

Materiale informativo, cancelleria, materiale didattico di supporto alle attività (sia fisico che digitale) e da lasciare ai partecipanti post-evento,...



Fig. 98 Nella pagina a fianco: alcuni esempi di prodotti brandizzati con i pattern del sistema di identità visiva del Centro

## 11.7 Il manuale di brand policy per il Centro

Come già ampiamente anticipato, il progetto è stato condiviso, nei suoi diversi *step*, con vari attori, primi tra i quali i referenti della Confederazione Islamica, ma anche con lo Studio De Ferrari Architetti che ha realizzato lo studio di fattibilità e l'Archivio Tipografico, un'associazione di progettazione grafica.

Per garantire che le scelte progettuali siano sempre controllate e coerenti anche qualora i singoli attori dovessero modificarsi con l'evolversi del progetto, si è deciso di strutturare un documento, formulato dal Gruppo di ricerca del Politecnico di Torino, che si premetta di fornire un *vademecum* per l'uso corretto del sistema di comunicazione del nuovo Centro culturale gestito dalla Fondazione della Confederazione Islamica Italiana.

Le *brand policy* in esso contenute sono rivolte sia ai futuri progettisti che si occuperanno della definizione degli elementi di identità visiva del Centro, sia ai membri della Confederazione stessa che saranno responsabili della gestione della comunicazione interna ed esterna di questa nuova realtà culturale.

All'interno di tale documento (allegato alla presente tesi) trovano spazio - in forma sintetica - le riflessioni finora sviluppate all'interno di questo capitolo.

Nella strutturazione del *manuale* ci si è soffermati su tre macro-ambiti di intervento principali, individuati in modo tale da tutelare nel breve e lungo periodo l'immagine stessa del Centro nel suo rapporto con il territorio e con le realtà esterne.

### 1. Elementi di identità visiva

Una prima parte approfondisce il tema dell'elaborazione di "regole comunicative" rivolte ai futuri progettisti e finalizzate alla definizione degli elementi di identità della nuova comunicazione in differenti ambiti di intervento (naming, logo, colori, tipografia, pattern...);

### 2. Declinazioni del sistema di identità

Nella seconda sezione sono approfonditi alcuni dei possibili ambiti di applicazione degli elementi di identità visiva, quali il sistema di segnaletica, i trattamenti materici, le tipologie di arredi e finiture grafiche, la comunicazione digitale tramite social e sito web, i pannelli informativi, etc.

Questo insieme di indicazioni comprende inoltre delle riflessioni riguardanti la gestione delle comunicazioni ufficiali (sito web, comunicati stampa, newsletter), nonché alcuni aspetti organizzativi quotidiani (scelta e progettazione del merchandising, materiali d'uso quotidiano legati ad esempio alla caffetteria, alla sala studio, alla biblioteca, allo spazio espositivo...);

### 3. Altre azioni

Nell'ultima sezione si dà invece spazio ad alcune indicazioni per la strutturazione di possibili azioni, eventi e attività in genere, che il Centro potrà sviluppare e mettere in atto in collaborazione con realtà esterne. Tali linee guida sono state oggetto di confronto con la sociologa Giulia Maria Cavaletto (co-tutor di questa tesi).

## 11.8 Il rapporto col progetto architettonico

In fase di realizzazione del progetto di fattibilità, è stato avviato un confronto con lo Studio De Ferrari Architetti in merito alle modalità di fruizione del Centro, ai valori trasmessi e all'impatto visivo che alcune scelte architettoniche avrebbero potuto avere nel rapporto con l'ambiente circostante. Come anticipato, oggetto dell'azione progettuale sviluppata in questo percorso di Dottorato non è il Centro Islamico, tuttavia per avere un'idea coerente e completa delle diverse sfaccettature di questa nuova realtà culturale, si sono elaborate alcune riflessioni puntuali in rapporto con lo sviluppo del progetto architettonico.

Sinteticamente, in seguito alla riqualificazione del complesso la superficie di 5322 mq sarà destinata per circa il 60% allo studentato - comprensivo di residenza, spazi dedicati alla ristorazione e servizi, biblioteca e sala studio. Il 17% circa della superficie (il Centro culturale) sarà messa a disposizione della Città attraverso servizi di pubblica utilità quali sala mostre, sala congressi e spazi d'incontro per lo svolgimento di eventi culturali e altre attività. Infine il 16% sarà destinato a luogo di culto, cui si aggiungeranno spazi multifunzionali e servizi annessi.

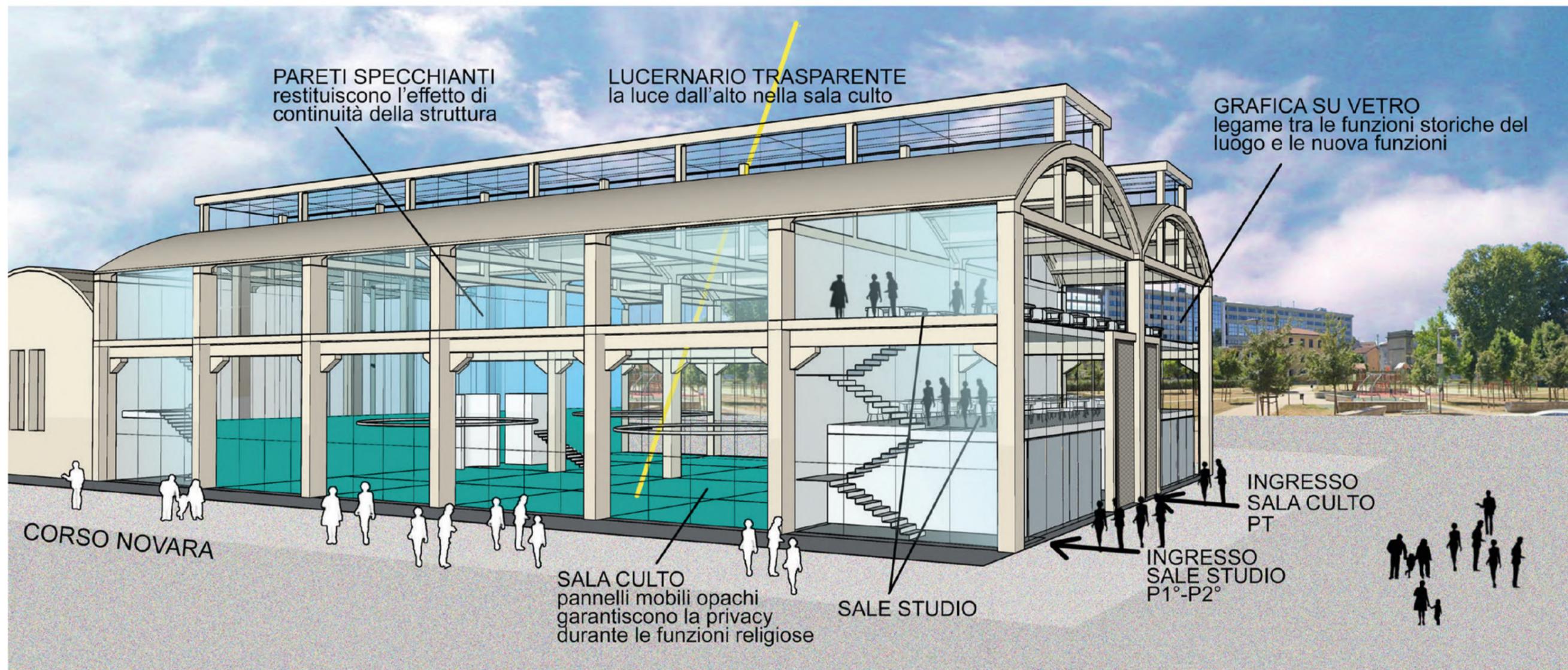
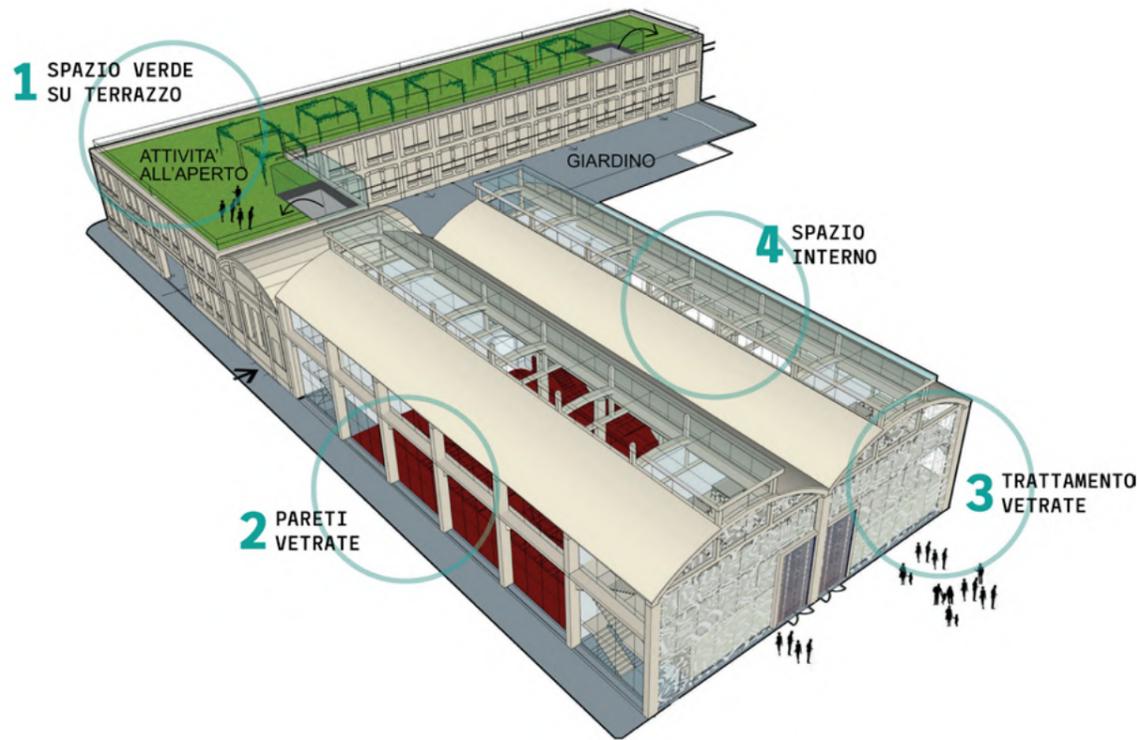


Fig. 99 Alcuni elementi caratteristici del progetto architettonico dello spazio di culto. Immagine a opera dell' Studio De Ferrari Architetti



### 1. SPAZIO VERDE SU TERRAZZO



JR Yokohama Tower, Yokohama, 2020

Elementi illuminanti, ad esempio panchine, che rendono fruibile lo spazio verde sul tetto anche di sera.



Lantern, Melbourne, 2017

Uso di forme "morbide", come gli archi, per richiamare elementi architettonici arabi.

Qual è la destinazione d'uso?

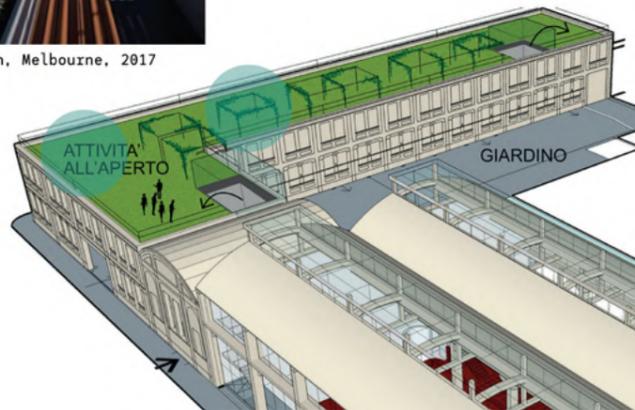


Fig. 100 Riflessioni sul complesso architettonico del Centro Islamico sviluppate dal gruppo di lavoro del Politecnico di Torino

### 2. PARETI VETRATE



English National Ballet, London City Island, 2020



Dual fading gradient



Translucent and transparent wall



Maison Hermès, Tokyo, 2006

Parete non completamente trasparente, ma possibile passaggio graduale da traslucido/satinato a trasparente.

Lo spazio mantiene la luminosità e la leggerezza ma al contempo c'è maggiore privacy e senso di raccoglimento durante lo svolgimento delle funzioni religiose.

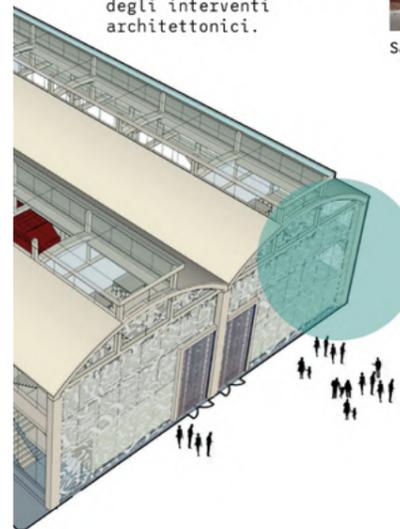
### 3. TRATTAMENTO VETRATE

Leggerezza della vetrata data da un buon uso del pieno/vuoto dei pattern.

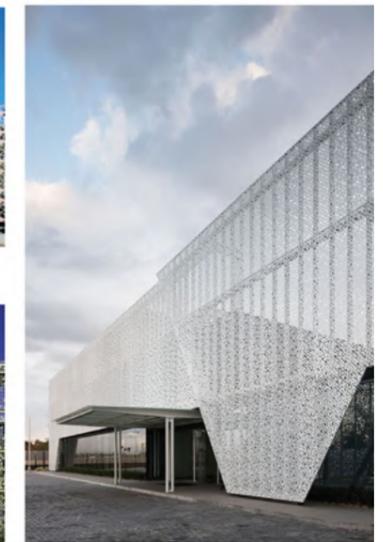
Possibilità di creare una parete evidentemente sovrapposta - "edificio in una scocca esterna" - per aumentare l'idea della stratificazione storica degli interventi architettonici.



Satellite Control Center, Madrid, 2010



Piper Heidsieck and Charles Heidsieck House of Champagne, Reims, 2008

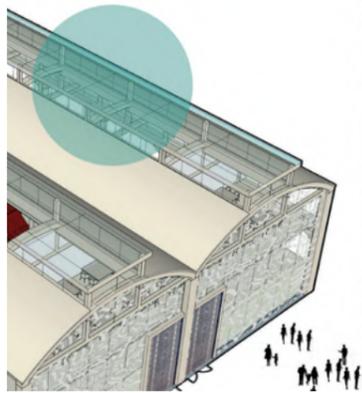


Panama Diamond Exchange, Panama, 2014

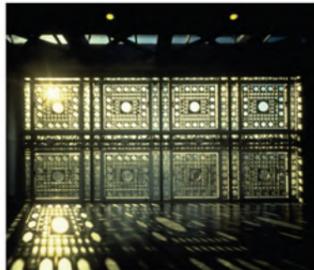
#### 4. SPAZIO INTERNO

Uso di elementi culturali che rendano l'ambiente più accogliente (pattern tono su tono, gioco di luci e ombre, colori, dettagli architettonici).

Valutare l'utilizzo del colore azzurro/turchese al posto del rosso. Colore che accomuna più sottogruppi religiosi all'interno dell'Islam.



Moschea Centrale, Londra, 1977



Institut du monde arabe, Parigi, 1980



Moschea Centrale, Colonia, 2017



Al-Akbar Surabaya National Mosque, Java, 2000

Effetto di continuità tra colore pavimentazione e colonne

#### ALTRE SUGGERIMENTI



Colorazioni vetrate e giochi di luce



Stendardi



#### 11.9 Azioni partecipate e sperimentazione pratica

Per concludere questa sezione relativa alla descrizione del progetto di ricerca-azione - ed avviare allo stesso tempo questa tesi al termine - si vogliono presentare delle ultime riflessioni relative a future sperimentazioni per la valutazione dell'efficacia del sistema comunicativo, nonché delle osservazioni più su ampia scala in merito all'organizzazione di eventi e di iniziative di conoscenza e coinvolgimento del pubblico. Questo perché l'organizzazione di eventi e azioni di carattere culturale sono un vero e proprio strumento di comunicazione rilevante ai fini del sostegno e della promozione dell'immagine istituzionale del Centro e come tale necessitano di accortezze e consapevolezze strutturali.

##### 11.9.1 La validazione del progetto e le azioni sperimentali

A causa di numerosi rallentamenti di natura politica (che verranno accennati all'interno del capitolo conclusivo), la delibera comunale per l'ufficializzazione del progetto del Centro culturale ha subito ingenti ritardi. Motivo per cui non è stato ancora possibile avviare confronti e relazioni strutturate con la cittadinanza e gli abitanti del quartiere. Un primo obiettivo è infatti quello di avviare un dialogo con questi attori in modo tale da renderli consapevoli e partecipi durante lo sviluppo del progetto del Centro, al fine di creare delle dinamiche di accettazione e appropriazione dello spazio propositivo e culturalmente consapevoli.

Da un punto di vista progettuale, il prossimo step che dovrà essere affrontato è quindi quello di coinvolgere i cittadini in iniziative ed eventi (anche dislocati nel territorio, ad esempio presso scuole, realtà culturali, sedi di associazioni, eccetera) per condividere - attraverso un racconto "in prima persona" - la nascita di questo nuovo spazio aggregativo e accogliere suggerimenti, dubbi, punti di vista e aspettative sia relative al Centro come entità autonoma, sia in merito all'efficacia del sistema comunicativo.

Da un punto di vista scientifico, questo progetto è stato anche l'occasione per avviare un'esplorazione didattica con l'obiettivo di validare la metodologia e implemen-

tare la pratica del *design thinking* nell'insegnamento delle competenze interculturali in un corso di design del terzo anno del Politecnico di Torino (a.a. 2021/22). Agli studenti è stato richiesto di sviluppare soluzioni che favorissero la fruizione del Centro Culturale da parte dei futuri utenti, attraverso la proposta di attività, strutture, impianti, prodotti e/o sistemi di comunicazione, coerenti con l'obiettivo di creare un luogo di incontro interculturale e capaci di valorizzare il patrimonio storico dell'edificio. Una sfida che ha coinvolto circa 35 studenti dell'università, che hanno lavorato costantemente sotto la guida e il tutoraggio di docenti senior e operatori di laboratorio, tra cui gli autori di questo articolo.

La prima fase dell'esperienza didattica ha quindi riguardato l'analisi dello scenario di intervento, attraverso azioni di ricerca sul campo - come la visita all'Ex-Nebiolo, una serie di interviste agli abitanti del quartiere e l'analisi del contesto sociale ed economico dell'intervento, strutturate in collaborazione con due docenti di sociologia e marketing<sup>127</sup> - al fine di evidenziare i principali fattori di rischio e le opportunità. Successivamente, a ciascun gruppo di lavoro è stata assegnata una specifica area di intervento (*hall*, area espositiva, caffetteria, biblioteca, sala studio, giardino pubblico e privato, sistema di comunicazione) per elaborare un'ampia varietà di interventi progettuali visivi e concettuali, individuando possibili servizi e attività, di natura permanente o temporanea, che potrebbero essere promossi dal Centro culturale stesso. Si può trattare di attività dedicate a specifiche categorie di utenti (es. bambini, studenti, ecc.), oppure volte a coinvolgere un pubblico ampio e trasversale. Infine, in base alla *user experience* proposta, sono stati sviluppati concept di prodotti (o sistemi di prodotti) per realizzare azioni coerenti con le attività progettate. Una presentazione intermedia con i rappresentanti della Confederazione islamica ha permesso inoltre di ricevere dei *feedback* sulle varie proposte. Le versioni finali dei progetti hanno tenuto conto dei suggerimenti dei diversi *stakeholder* (Confederazione islamica, architetti, sociologi, designer, comunità musulmana, ecc.). In totale sono stati sviluppati 15 progetti (Tab.13) sulle 9 aree di intervento precedentemente menzionate a diversi livelli di azione (prodotto, sistema di comunicazione, exhibit design, merchandising, design dei servizi, design strategico).

<sup>127</sup> Le professoresse Giulia Maria Cavaletto - corso di Teoria dei consumi culturali - e Irene Rubino - corso di Marketing dei beni culturali.

Tab.13 Nella pagina a fianco: sintesi dei progetti sviluppati dagli studenti del corso di Design per i Beni Culturali, a.a. 2021/2022. L'analisi qui presentata evidenzia anche i diversi target individuati, i valori proposti e le categorie di azione espresse nei singoli progetti

Projects	Intervention area									Level of action					Target			Values					Categories of action						
	Hall	Exhibition hall	Café	Library	Study room	Public garden	Private garden	Communication system	Product	Communication system	Exhibit design	Merchandise	Service design	Strategic design	Children	Parents and adults	Students / researchers	Residents	Dialogue	Historical memory	Welcoming	Inclusiveness	Education	Accessibility	Identity	Encourage use	Set up	Promote	Inform / identify
Free use stamps for interactive wall																													
Merchandising: set of stamps																													
Decorative movable walls																													
Arabesque exhibition banners																													
Multi-ethnic cooking courses																													
Tajine doggy bag																													
Suitcase library																													
Stand-up poetry and book club																													
Islamic & typographic pavement decorations																													
Modular public stage																													
Radici - festival of spices																													
Germogli - multisensory fanzine on spices																													
Il glifo - visual identity system																													
Merchandising: Arabic tea packaging																													
Culture mobili - visual identity system																													



Fig. 101 Una selezione di alcuni dei progetti sviluppati dagli studenti

### 11.9.2 La strutturazione di eventi e azioni di coinvolgimento della cittadinanza

A seconda del pubblico che si intende coinvolgere, dei contenuti e delle finalità in termini di relazioni pubbliche, possono essere individuate diverse tipologie di eventi. Senza tuttavia voler andare a delineare nel dettaglio le diverse modalità di iniziative che possono essere promosse, sono state strutturate alcune linee guida per guidare i futuri organizzatori nella progettazione di eventi controllati e coerenti con le finalità del Centro: si tratta soprattutto di alcune accortezze generali che il responsabile dell'organizzazione dovrà necessariamente tenere in conto prima e durante la preparazione di un evento. Queste indicazioni (che trovano anche il loro spazio all'interno del manuale allegato) sono quindi direttamente rivolte ai membri della Confederazione Islamica ma rappresentano una strategia implementabile in diverse realtà.

#### Quale tipo di evento

L'organizzazione di un evento rappresenta un processo complesso, che può articolarsi in maniera diversa a seconda del tipo di occasione che si è chiamati a realizzare. Infatti, esistono tantissimi tipi differenti di eventi che possono spaziare dal piccolo *workshop* al festival. In base alla portata dell'iniziativa che si andrà ad organizzare si dovrà necessariamente prevedere un dispiegamento di forze, fondi e tempo ben differenti tra loro. È quindi estremamente importante valutare a priori quali risorse

si hanno a disposizione.

Date le finalità culturali del Centro sarebbe preferibile che le iniziative promosse tocchino tematiche relative al dialogo culturale e alla storia industriale del complesso architettonico.

#### La check list

Per poter tenere sotto controllo diversi aspetti e azioni/attività legate alla progettazione e realizzazione di un'iniziativa, si suggerisce di redigere una semplice check-list (implementabile in base alla necessità) nella quale individuare chiaramente: l'attività da realizzare; il luogo e la data; il/i responsabile/i; gli eventuali collaboratori o partner e i loro ruoli; la tabella di marcia; i materiali necessari; i fondi a disposizione.

#### Cosa tenere sotto controllo

##### Gli inviti

Gli inviti sono lo strumento di comunicazione che si utilizza per convocare alcuni partecipanti, rendendo contestualmente note alcune informazioni essenziali sia all'iscrizione sia alla partecipazione. Spesso la loro importanza è non solo di tipo organizzativo ma anche politica, quindi sarà bene tenere sempre sotto controllo una *mailing list* aggiornata delle figure (istituzionali e non) da mettere a conoscenza delle iniziative in divenire.

##### La comunicazione

Ogni nuovo evento necessiterà di una comunicazione *ad hoc*. Sarà quindi buona norma informare lo studio di grafica e l'agenzia di comunicazione col giusto anticipo, in modo da avere il tempo necessario per progettare il materiale cartaceo e digitale, nonché per pianificare una strategia comunicativa tramite social / sito web e mezzi stampa.

##### I patrocinii

In relazione alla tipologia dell'evento potrà essere importante valutare l'opportunità di chiedere il patrocinio del Comune di Torino e della Provincia, oltre che della Regione o di altre istituzioni. In questi casi sarà quindi necessario mettersi in contatto per tempo con i relativi Assessori o ai Presidenti delle Province o della Regione.

##### Informazioni ai partecipanti

Tutte le informazioni relative all'evento dovranno essere rese chiaramente a disposizione dei partecipanti: luogo, data, ora, costi, necessità di prenotazione, materiali da portare, contatti diretti (telefono e/o e-mail degli organizzatori).

### Tutela della privacy

In tutti gli eventi in cui verranno scattate fotografie o raccolti dati sui partecipanti sarà obbligatorio dichiarare il titolare del "trattamento dei dati personali ai sensi dell'art. 13 Regolamento UE 2016/679 - Regolamento generale sulla protezione dei dati".

### Il merchandising

Qualora si avesse la disponibilità in termini di tempo e risorse, potranno essere progettate delle piccole linee di *merchandising ad hoc* per l'iniziativa. Trattandosi di un'attività particolarmente mirata che mette in campo dei progettisti e una catena di produzione (o di acquisto) si suggerisce di attivarla solo in occasioni di eventi di particolare rilievo, come festival articolati o cerimonie specifiche.

### Cibi e bevande

Avendo a disposizione un ristorante/caffetteria non si avrà l'esigenza di tenere in conto un'agenzia di *catering* per eventuali rinfreschi.

La raccomandazione è quindi quella di comunicare tempestivamente ai gestori del punto ristorazione dell'organizzazione dell'evento, in modo da avere a disposizione quantitativi alimentari adeguati e idonei alla tipologia di partecipanti.

### Lo staff

Occorre individuare in anticipo le risorse umane di cui si potrà disporre in moda da valutare l'eventuale necessità di rivolgersi anche a collaborazioni esterne.

### Verifiche preventive

Prima dell'eventi sarà estremamente importante fare un sopralluogo degli spazi e verificare le dotazioni: impianto acustico, impianto di videoproiezione, ecc. In mancanza di adeguate apparecchiature sarà quindi necessario provvedere con congruo anticipo al noleggio delle stesse.

### La scelta dei collaboratori

L'ultimo punto riguarda la scelta dei collaboratori o dei partner di progetto. Il Centro, in quanto spazio con finalità culturali ben definite e fortemente identificative, necessiterà di una rete di *stakeholder* politicamente vantaggiosa e culturalmente coerente.

Saranno quindi da prediligere realtà e associazioni attive sul territorio, piuttosto che ricercare partner esterni come prima scelta; sarebbe inoltre vantaggioso evitare

collaborazioni costanti con enti schierati politicamente o, similmente, ambigui nelle loro linee di indirizzo culturale.

## POSSIBILI AZIONI ED EVENTI

TAVOLA ROTONDA E QUESTIONARI <small>pre-apertura</small>	INTERVISTE E FOCUS GROUP <small>pre-apertura</small>
<p><b>Attori coinvolti</b> Confederazione Islamica Italiana Studio 23.56 (Archivio Tipografico) Nebolo History Project Politecnico di Torino Sociologa/o Circoscrizioni 6 e 7 Associazioni selezionate presenti sul territorio Centro interculturale di Torino ASAI - Associazione di Animazione Interculturale</p>	<p><b>Attori coinvolti</b> Confederazione Islamica Italiana Politecnico di Torino Sociologa/o Gruppi selezionati di cittadini</p>
<p><b>Obiettivi</b> Avviare un dialogo con diversi attori operanti, a diverso titolo e su diversi livelli, sul territorio di Barriera di Milano e Aurora. Lo scopo è quello di condividere opinioni, raccogliere suggerimenti, confrontare visioni, nonché avviare riflessioni sugli obiettivi e le azioni che verranno svolte nel centro.</p>	<p><b>Obiettivi</b> Attivare una discussione propositiva con la cittadinanza (selezionata attraverso un campionamento a scelta ragionato) in modo da condividere opinioni, raccogliere suggerimenti e confrontarsi con visioni socio-culturali differenti. Ogni incontro deve avere un focus ben definito e degli obiettivi specifici chiari e condivisi.</p>
<p><b>Attività</b> Creare un tavolo di dialogo, mediato dai membri della Confederazione col supporto eventuale del Politecnico di Torino e di una figura sociologica, per discutere sui diversi obiettivi, sulle modalità operative di avviamento del Centro culturale e sulle attività da svolgere al suo interno. Durante l'incontro verranno anche presentati gli sviluppi progettuali e, a fine incontro, si realizzerà un breve questionario da distribuire tra i partecipanti per raccogliere feedback e suggerimenti in merito.</p>	<p><b>Attività</b> Creare una serie di tavoli di dialogo su più giornate, mediati dai membri della Confederazione col supporto di una figura sociologica, per discutere sui differenti tematiche relative al Centro culturale. Per ogni incontro viene individuato un topic ben definito e gli obiettivi che vogliono essere ottenuti a fine incontro. A monte dei singoli appuntamenti dovrà avvenire un campionamento ragionato dei soggetti coinvolti in base a età, genere, quartiere di appartenenza etc. Eventualmente lo stesso topic potrebbe venire discusso parallelamente su più tavoli di discussione in modo da confrontare i feedback proveniente da gruppi sociali differenti.</p>



40

Fig. 101 Suggerimenti per lo sviluppo di possibili azioni ed eventi da promuovere all'interno del Centro culturale

## POSSIBILI AZIONI ED EVENTI

### PRESENTAZIONE DEL PROGETTO pre-apertura

**Attori coinvolti**  
Confederazione Islamica Italiana  
Studio 23.56 (Archivio Tipografico)  
Studio De Ferrari Architetti  
Politecnico di Torino  
Circoscrizioni 6 e 7

**Obiettivi**  
Presentare il progetto scientifico, comunicativo e architettonico attraverso un confronto interno con la committenza, raccogliendo feedback e spunti per implementare ed eventualmente evolvere o modificare il progetto in base alle necessità.

**Attività**  
Durante questa iniziativa i diversi progettisti devono presentare lo stato dell'arte del progetto nelle sue differenti sfaccettature e ricevere dei feedback costruttivi da parte dei membri interni della Confederazione. Sarebbe quindi necessario svolgere l'iniziativa in un momento in cui il progetto si avvia alla sua fase conclusiva ma è ancora "flessibile" ed è possibile apportare dei piccoli cambiamenti in corso d'opera. Eventualmente, per guidare le riflessioni finali, si potrebbe preparare un questionario mirato a far soffermare i partecipanti su alcuni punti particolarmente delicati o ancora irrisolti e da lì far partire il tavolo di confronto.



41

### LABORATORI DI QUARTIERE post-apertura

**Attori coinvolti**  
Confederazione Islamica Italiana  
Circoscrizioni 6 e 7  
Associazioni e realtà selezionate attive sul territorio  
Studio 23.56 (Archivio Tipografico)  
Scuola Holden  
St'orto urbano (associazione FuoridiPalazzo)  
Associazione AMECE

**Obiettivi**  
Coinvolgere la fascia di popolazione più piccola (le giovani generazioni in quest'ottica rappresentano un ponte strategico nella rimodulazione futura delle dinamiche sociali territoriali) in una serie di piccole attività in modo da creare un legame strutturato, coerente e continuativo con il centro.



**Attività**  
Organizzazione di una serie di eventi rivolti ai bambini con alcune piccole attività che verranno poi riproposte periodicamente nel Centro. Inizialmente potrebbero essere previsti cicli da pochi incontri (su prenotazione) alla fine dei quali si farà un punto della situazione per valutare attraverso quali modalità riproporli o riprogettarli. Alcuni esempi di incontri potrebbero essere:  
1. giornata di letture intercurturali (in collaborazione con Scuola Holden)  
2. laboratorio di creazione di pattern attraverso tecniche che prevedono l'uso di linoleum e/o di caratteri mobili (in collaborazione con Archivio Tipografico)  
3. piccoli workshop di orticoltura urbana per conoscere e prendere confidenza con la coltivazione di piantine di piccole dimensioni (in collaborazione con St'orto urbano)

## POSSIBILI AZIONI ED EVENTI

### MAPPE DI QUARTIERE post-apertura

**Attori coinvolti**  
Confederazione Islamica Italiana  
Circoscrizioni 6 e 7  
Il salotto di Miranda  
Rete delle Case del Quartiere

**Obiettivi**  
Le mappe possono mostrare molto di più di come andare dal punto A al punto B - possono, infatti, anche raccontare una storia. Attraverso questa attività si vogliono far emergere desideri dei cittadini e mostrarli che possono essere inclusi nei processi di pianificazione territoriale del territorio in cui vivono. I desideri raccolti possono aiutare le associazioni o le autorità locali a preparare il loro piano d'azione per le attività future nell'area.



**Attività**  
Costruzione di una mappa di quartiere intesa come una piattaforma interattiva per raccogliere desideri e suggerimenti riguardanti gli spazi pubblici della zona. I partecipanti sono incoraggiati a scrivere le loro idee e appuntarle su una grande mappa che rappresenta i Quartieri di Barriera di Milano e Aurora. Si chiederà ai soggetti coinvolti di indicare punti di interesse (anche personali) o spazi particolarmente frequentati e far collocare nello spazio alcuni elementi che secondo loro potrebbero migliorare la vivibilità quotidiana.

42

### COLLECTING MEMORIES post-apertura

**Attori coinvolti**  
Confederazione Islamica Italiana  
Circoscrizioni 6 e 7  
Immagini di Cambiamento  
Archivi storici torinesi  
Archivio di Stato  
Polo del '900  
Studio 23.56 (Archivio Tipografico)

**Obiettivi**  
La "memoria collettiva" è composta da memorie individuali ma è anche espressione dell'identità di una comunità. Raccogliendo le memorie di un determinato territorio è possibile avviare un processo partecipativo e trasformativo di sviluppo locale.



**Attività**  
Condividere con la cittadinanza e far riflettere su com'era il quartiere (anche nel suo rapporto con la Fonderia Nebiolo) e come si è evoluto nel tempo. A partire dalle storie delle persone che l'hanno vissuto in modo diretto o indiretto e alla raccolta di materiale storico d'archivio, l'obiettivo è quello di creare un piccolo libricino che racconti sia visivamente che attraverso piccole descrizioni i cambiamenti avvenuti.

## POSSIBILI AZIONI ED EVENTI

### URBAN MEMO post-apertura

**Attori coinvolti**  
Confederazione Islamica Italiana  
Studio 23.56 (Archivio Tipografico)  
Associazioni selezionate presenti sul territorio  
ACMOS  
Amece  
Il cerchio e le gocce

**Obiettivi**  
Il progetto si pone l'obiettivo di favorire la riflessione e l'elaborazione collettiva su un determinato contesto socio-spaziale con lo scopo di valutare i territori urbani, coinvolgere le comunità locali e scrivere insieme nuove narrazioni di luoghi.



**Attività**  
L'iniziativa consiste nel far fotografare ai partecipanti dei punti particolarmente interessanti - che possono variare in base alla tematica scelta (come ad esempio dettagli urbani, edifici, murales...). Dopodiché tutto il gruppo seleziona gli elementi più interessanti/rappresentativi per andare a creare insieme un "memory di Quartiere" che narra il territorio attraverso gli occhi dei residenti stessi. Questo gioco potrà poi essere venduto all'interno del Centro e ai partecipanti potrebbe essere inviata una versione digitale da stampare autonomamente.

43

### CORSI DI CUCINA MULTIETNICA post-apertura

**Attori coinvolti**  
Confederazione Islamica Italiana  
Circoscrizioni 6 e 7  
Lavazza  
Aurora food  
Slow food  
Università di scienze gastronomiche di Pollenzo  
EATnico - Mediatori Gastronomici  
QuBi  
La palestra del cibo

**Obiettivi**  
Questi corsi sono un modo semplice per confrontarsi con diversi background culturali proprio a partire dal cibo. Ogni "mèta" si trasforma in un luogo da scoprire attraverso prodotti unici, sapori inusuali e abbinamenti inaspettati.



**Attività**  
Organizzare un calendario di corsi di cucina tematici per imparare a conoscere e a confrontarsi con culture diverse. I singoli eventi avranno un piccolo costo di partecipazione (per coprire le spese organizzative e i materiali utilizzati) e i cibi potranno essere consumati o a casa propria o durante una cena collettiva alla fine di ogni giornata. Ogni incontro (o ciclo di incontri) potrebbe strutturarsi in modo differente in base ad un tema culinario specifico (ad esempio: "il pane nel mondo"), al target individuato o alla scelta di raccontare la cucina tradizionale di una determinata nazione.

## POSSIBILI AZIONI ED EVENTI

### MAPPE DI QUARTIERE post-apertura

**Attori coinvolti**  
Confederazione Islamica Italiana  
Circoscrizioni 6 e 7  
Il salotto di Miranda  
Rete delle Case del Quartiere

**Obiettivi**  
Le mappe possono mostrare molto di più di come andare dal punto A al punto B - possono, infatti, anche raccontare una storia. Attraverso questa attività si vogliono far emergere desideri dei cittadini e mostrarli che possono essere inclusi nei processi di pianificazione territoriale del territorio in cui vivono. I desideri raccolti possono aiutare le associazioni o le autorità locali a preparare il loro piano d'azione per le attività future nell'area.



**Attività**  
Costruzione di una mappa di quartiere intesa come una piattaforma interattiva per raccogliere desideri e suggerimenti riguardanti gli spazi pubblici della zona. I partecipanti sono incoraggiati a scrivere le loro idee e appuntarle su una grande mappa che rappresenta i Quartieri di Barriera di Milano e Aurora. Si chiederà ai soggetti coinvolti di indicare punti di interesse (anche personali) o spazi particolarmente frequentati e far collocare nello spazio alcuni elementi che secondo loro potrebbero migliorare la vivibilità quotidiana.

42

### COLLECTING MEMORIES post-apertura

**Attori coinvolti**  
Confederazione Islamica Italiana  
Circoscrizioni 6 e 7  
Immagini di Cambiamento  
Archivi storici torinesi  
Archivio di Stato  
Polo del '900  
Studio 23.56 (Archivio Tipografico)

**Obiettivi**  
La "memoria collettiva" è composta da memorie individuali ma è anche espressione dell'identità di una comunità. Raccogliendo le memorie di un determinato territorio è possibile avviare un processo partecipativo e trasformativo di sviluppo locale.



**Attività**  
Condividere con la cittadinanza e far riflettere su com'era il quartiere (anche nel suo rapporto con la Fonderia Nebiolo) e come si è evoluto nel tempo. A partire dalle storie delle persone che l'hanno vissuto in modo diretto o indiretto e alla raccolta di materiale storico d'archivio, l'obiettivo è quello di creare un piccolo libricino che racconti sia visivamente che attraverso piccole descrizioni i cambiamenti avvenuti.

## POSSIBILI AZIONI ED EVENTI

### PASSEGGIATE INTERCULTURALI post-apertura

**Attori coinvolti**  
Confederazione Islamica Italiana  
Centro interculturale di Torino  
Cooperativa Viaggi Solidali

**Obiettivi**  
Uscite sul territorio dedicate alla scoperta del ruolo che hanno le migrazioni e le diverse culture e religioni nel trasformare i quartieri della città, nonché garantire la partecipazione attiva di nuovi arrivati, rifugiati e richiedenti asilo in attività educative e nella vita culturale delle città.



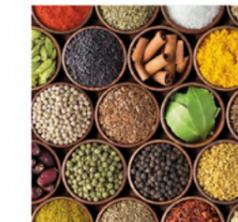
**Attività**  
Le passeggiate interculturali si sviluppano in diversi quartieri di Torino attraverso l'accompagnamento di migranti che hanno seguito un apposito corso di formazione (è possibile, a monte del progetto, richiedere una collaborazione alla Cooperativa Viaggi Solidali per la formazione di personale ad hoc). Grazie a loro è possibile raccontare il volto plurale di Torino portando alla scoperta di associazioni, luoghi di culto, negozi, mercati, ristoranti, case, palazzi storici, scuole, parchi e cortili.

44

### FESTIVAL DELLE SPEZIE post-apertura

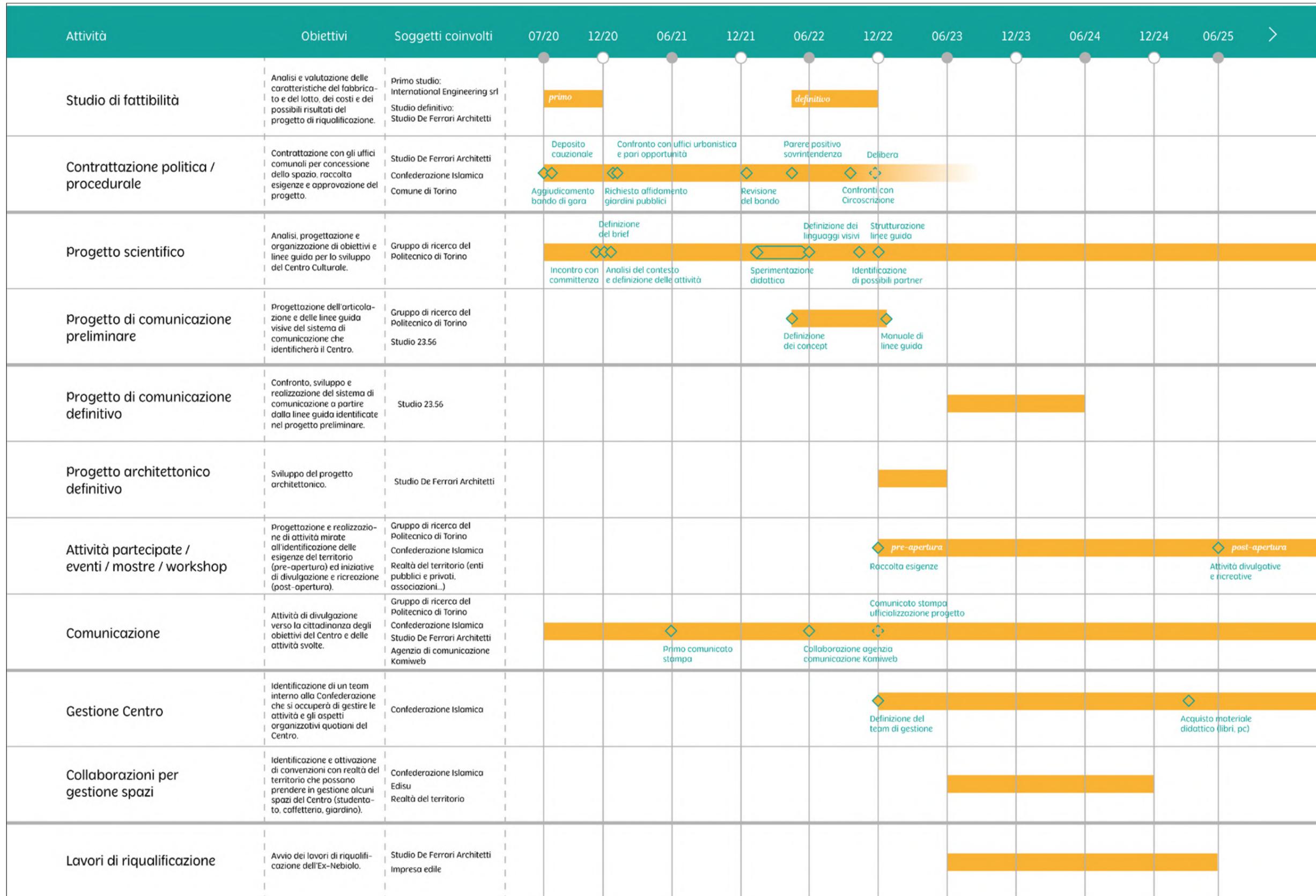
**Attori coinvolti**  
Confederazione Islamica Italiana  
Slow food  
Aurora food  
Associazioni selezionate presenti sul territorio  
EATnico - Mediatori Gastronomici  
QuBi  
Il cerchio e le gocce

**Obiettivi**  
Creare consapevolezza tra i cittadini che le peculiarità e le unicità culturali passano anche attraverso gesti e preparazioni che sono più radicate nella nostra quotidianità di quanto non possa sembrare ad una prima impressione.



**Attività**  
Organizzazione di una serie di eventi - all'interno del centro e nell'area verde esterna - rivolti a grandi e piccoli con l'obiettivo di far conoscere le spezie, ampiamente conosciute anche sul territorio italiano, in tutte le loro forme. Verranno organizzati momenti di confronto, presentazioni, laboratori didattici e workshop sui loro diversi usi nella quotidianità, le loro proprietà e alcuni esempi di applicazioni pratiche anche più inusuali. Le attività spazieranno quindi tra eventi più legati al mondo culinario, ma anche di stampo più creativo e artistico.

## 11.10 Roadmap delle azioni progettuali



# 12

## Discussione dei risultati e riflessioni conclusive

In questa sezione conclusiva si desiderano presentare due differenti tipologie di riflessioni.

Le prime strettamente inerenti lo sviluppo del progetto del Centro culturale in quanto occasione di ricerca-azione ancora in fase di finalizzazione; mentre in una seconda parte si cercherà di offrire una sintesi conclusiva che, a partire anche dalle domande di ricerca iniziali, analizzerà i limiti, le opportunità e le possibili implementazioni dell'approccio proposto all'interno di questa tesi inerenti il ruolo della disciplina del design nel favorire e costruire azioni di dialogo interculturale nel campo della valorizzazione del patrimonio culturale.

### 12.1 Discussione sullo sviluppo del progetto

I *feedback* raccolti durante lo sviluppo del Centro culturale hanno permesso di affinare, come precedentemente illustrato, alcuni degli aspetti metodologici legati alla progettazione di azioni di accessibilità culturale e hanno anche offerto uno spunto per riflettere criticamente su possibili limiti e potenzialità collegati a questo campo di indagine e sperimentazione.

Anzitutto una delle prime evidenze ha riguardato la conferma strutturale dell'importanza di includere all'interno di tutto il processo progettuale differenti

**competenze e professionalità**, adeguatamente selezionate e provenienti da diversi settori di ricerca. Partendo proprio dall'esperienza sviluppata in questo progetto, alcune delle discipline che hanno (o potenzialmente potrebbero avere) un ruolo fondamentali sono:

- le scienze sociali, quali *sociologia* ed *antropologia*: per la corretta comprensione delle dinamiche culturali e sociali relative alla costruzione di rapporti interpersonali in contesti multiculturali, nonché della comunicazione interculturale;
- la *storiografia* e le *competenze storico-sociali*: figure essenziali soprattutto in progetti inerenti azioni di valorizzazione del patrimonio culturale (che quindi necessitano di una conoscenza approfondita dei contenuti culturali e sociali di determinati beni oggetto di azione progettuale);
- le *discipline progettuali*: inserendo all'interno delle riflessioni attuative anche professionisti provenienti da settori tra loro complementari e imprescindibili per uno sviluppo filologicamente corretto del progetto, quali *in primis* architetti, *graphic o product designer*, ecc.;
- le discipline *tecnico-scientifiche*: qualora queste figure non fossero già presenti all'interno degli studi professionali con cui ci si confronta, come l'ingegneria e il restauro;
- la *comunicazione*: in grado di comprendere la società, l'economia, le culture e di utilizzare gli strumenti utili per comunicarne contenuti e valori nella maniera più adeguata; quali, ad esempio, agenzie di comunicazione specializzate nella produzione di comunicati stampa, rapporti con giornalisti, politici e altre figure di riferimento, curando e mantenendo con loro una relazione costante.

Legato a questo ultimo aspetto citato, si vuole sottolineare come l'avvio, sin dalle prime fasi di concezione del progetto, di una **dimensione politica nei rapporti** con referenti e amministrazioni territoriali possa essere ritenuto come una delle chiavi fondamentali per la buona riuscita del progetto. Una efficace "contrattazione" politica (non necessariamente di diretta competenza del design) è infatti in grado di dare allo sviluppo del progetto determinate visioni sul medio-lungo periodo. Dalle premesse offerte più volte all'interno di questa tesi appare infatti evidente che "solo un dialogo interculturale, politicamente sorretto, tra i vari at-

tori sociali può contribuire a dare forma a necessarie mediazioni e possibili soluzioni" (Paoletti, 2014, p.113). Sicuramente avere la consapevolezza di progettare su un territorio dotato di politiche di inclusione sociale e culturale strutturate, sensibili e coerenti è un ottimo punto di partenza: la Città di Torino, come già evidenziato, si è costruita nel tempo una serie di buone pratiche, strumenti e strategie volte a promuovere azioni e a offrire finanziamenti (attraverso bandi pubblici e progettualità specifiche) orientate proprio in questo senso - ne sono un esempio concreto i già citati progetti ToNite, AxTO e CO-CITY.

E quindi la domanda che può sorgere spontanea è perchè sia così importante (anzi essenziale e determinante) costruire a priori un forte legame con le amministrazioni territoriali.

Le politiche di inclusione sono un ottimo biglietto da visita per una città che, come Torino, ha basato molto della sua ricostruzione di un'identità post-industriale sulla promozione della cultura in senso lato. Ma al di fuori di queste premesse/promesse tali strategie necessitano di effettivi "atti di coraggio" da parte delle rappresentanze politiche territoriali: questa riflessione non punta necessariamente il dito alla negligenza dei singoli referenti, ma sottolinea come alcune azioni decisionali debbano guardare oltre discorsi di natura prevalentemente elettorale e di passivo apprezzamento populista dell'operato politico. E questo soprattutto quando ci si confronta con quartieri come Barriera di Milano e Aurora, in cui il tema crea delle evidenti scissioni tra chi accetta e chi rinnega strutturalmente l'evidenza di una società in divenire anche sotto un punto di vista culturale.

È innegabile che, purtroppo, molte delle attuali strategie politiche di diversi partiti nazionali ed internazionali affrontino con debolezza o eccessiva superficialità le tematiche relative all'inclusione sociale delle fasce più deboli della popolazione (e in particolare dei migranti). E lo fanno dando forza ad un senso di disagio collettivo (Curi, 2023) che trova, in queste categorie, facili capri espiatori dotati di poca rappresentatività politica e sociale, "velando così il malfunzionamento di uno stato sociale indebolito e i difetti strutturali della globalizzazione" (Caputo, 2020, p.17).

In sintesi, la buona volontà e la validità delle proposte provenienti "*dal basso*" (prevalentemente dal terzo settore) rappresentano un elemento fondamentale per lo sviluppo di azioni di inclusione culturale, ma

non sufficiente se non correttamente supportato dalle istituzioni locali e integrato all'interno di politiche più ampie e di strategie di narrazione delle stesse.

Le difficoltà e i rallentamenti amministrativi e burocratici sperimentati durante lo sviluppo del Centro culturale sono il principale motivo, peraltro, per cui il progetto non è ancora lontanamente arrivato ad una fase conclusiva. Il designer, come figura isolata, può certamente ben poco all'interno di un discorso socio-culturale così ampio e complesso. Tuttavia la sensibilità che contraddistingue una buona analisi di scenario di intervento, unita alla capacità di creare delle relazioni funzionali tra diversi attori del territorio, rappresentano dei punti di forza intorno ai quali il design può costruire un suo ruolo importante anche nello sviluppo di strategie, di policies e di *good practices* atte a incentivare azioni continuative di dialogo e partecipazione culturale.

Un'ultima riflessione - che tuttavia riguarda un aspetto determinante per la riuscita di questi progetti di natura interculturale - è quello di instaurare un **rapporto di conoscenza** approfondito del background culturale dell'ente promotore di una determinata azione. Nel caso del Centro culturale qui descritto onde scongiurare difficoltà nel dialogo con la committenza, si è registrata la necessità di acquisire consapevolezza circa alcune variabili culturali di base relative alla gestione dei rapporti interpersonali e delle azioni nel tempo: e questa riflessione trova piena coerenza con l'analisi dell'impatto della dimensione culturale sulle relazioni lavorative sviluppata da Erin Meyer (Meyer, 2014) e presentata nel capitolo 2.

Il primo aspetto riguarda la tipologia di comunicazione interpersonale adottata: la cultura marocchina è infatti caratterizzata da un tipo di comunicazione ad alto contesto e in cui i principi di valutazione dell'azione progettuale sono basati su dei *feedback* indiretti.

Si è riscontrata inoltre una evidente percezione e programmazione del tempo molto più flessibile rispetto a quella adottata dal gruppo di lavoro del Politecnico.

Infine un ultimo aspetto è legato alla strutturazione dei processi decisionali: i membri della Confederazione, in quanto rappresentanti della sezione giovani della medesima, necessitano costantemente di un *feedback* di tipo *top-down* e questo è legato al fatto che concepiscono la strutturazione societaria in modo molto gerarchico (quindi l'approvazione delle diverse

decisioni progettuali deve passare prima dai membri "anziani" e poi, in molti casi, direttamente dai rappresentanti finanziatori del Regno del Marocco).

Tutta questa premessa è doverosa per dare una panoramica di quanto sia importate avere consapevolezza il prima possibile di queste variabili relazionali. È stato infatti complesso e sfidante strutturare un dialogo progettuale coerente e costante (complice di certo l'inesperienza della sottoscritta nello sviluppo di esperienze in contesti multiculturali), soprattutto durante fasi particolarmente delicate che necessitavano di *feedback* progettuali concreti, precisi e immediati. Alcune di queste difficoltà comunicative si sono riuscite ad affrontare nel tempo attraverso l'instaurazione di un rapporto di fiducia di tipo personale: ciò ha permesso di abbattere alcune barriere di tipo relazionale e di strutturare diversi momenti di incontro e dialogo informale che hanno permesso di captare alcune delle preferenze e sensibilità maggiormente diffuse all'interno della Confederazione seppur non ancora ufficializzate.

Su alcuni aspetti invece è stato più complesso trovare dei punti di dialogo. Ad esempio non si è ancora giunti alla formulazione di un nome per questo Centro: un aspetto che progettualmente il gruppo di lavoro del Politecnico ha ritenuto e ritiene tuttora estremamente rilevante per la definizione dell'identità di questo spazio. Dall'altra parte, tuttavia, ci si confronta con un aspetto culturale estremamente radicato all'interno della società marocchina, per cui un nome viene dato solamente dopo la nascita di quella persona (o, come in questo caso, di quella "cosa"). Al momento dunque la strategia progettuale intrapresa è stata quella di progredire su altri aspetti della comunicazione, entrando nel merito del nome del Centro solo attraverso la strutturazione di principi per una scelta adeguata.

### 12.1.1 L'implementazione del progetto

Per quanto riguarda le future implementazioni del progetto del Centro culturale, le riflessioni che desiderano essere qui portate sono principalmente di due tipi. Le prime riguardano la fase esecutiva ed attuativa del sistema comunicativo e dello sviluppo del progetto nel

suo complesso; mentre le seconde sono inerenti alla scalabilità del medesimo.

Come già precedentemente anticipato, uno dei prossimi obiettivi è quello di avviare un dialogo con i diversi attori del territorio in modo tale da renderli consapevoli e partecipi durante lo sviluppo del progetto del Centro: sono state infatti pianificate una serie di **azioni di coinvolgimento** del quartiere per accompagnare e co-progettare (in alcuni suoi aspetti) la nascita di questo nuovo spazio aggregativo e accogliere suggerimenti, dubbi, punti di vista e aspettative sia relative al Centro come entità autonoma, sia in merito all'efficacia del sistema comunicativo.

In secondo luogo, il sistema di **linee guida** che è stato strutturato all'interno di questo percorso di ricerca-azione (disponibile come allegato) nasce col proposito di fornire un *vademecum* per l'uso corretto del sistema di comunicazione del nuovo Centro culturale e che al contempo racconti l'identità di questo spazio. Tali *brand policy* sono rivolte sia ai futuri progettisti che si occuperanno della definizione degli elementi di identità visiva del Centro, sia ai membri della Confederazione stessa che saranno responsabili della gestione della comunicazione interna ed esterna di questa nuova realtà culturale.

L'auspicio è quello di riuscire a collaborare con i futuri progettisti anche a conclusione di questo percorso di Dottorato, in modo da avere il "controllo" della coerenza scientifica delle azioni che verranno sviluppate. Questo perché il lavoro prodotto in questo percorso di ricerca non ha riguardato unicamente gli aspetti pratici inerenti lo sviluppo del nuovo Centro: il valore del progetto consiste soprattutto nel suo impatto sociale su scala territoriale, nonché nel suo obiettivo di diventare una *good practice* in grado di evidenziale come il design possa giocare un ruolo fondamentale nella mediazione di esigenze culturali differenti.

Gli aspetti legati alla **scalabilità** del progetto sono invece un tema più complesso e strettamente connesso alle occasioni offerte dal territorio.

L'esempio del Centro Culturale di Torino risponde a un'esigenza territoriale diffusa su tutto il quartiere (avere un punto di incontro e di preghiera per i musulmani) ma al contempo valorizza la storia industriale del complesso Nebiolo, realtà che ha fortemente pla-

<sup>128</sup>

A tal proposito è stato creato un sito web apposito che nasce con l'obiettivo di mappare e monitorare i beni culturali abbandonati presenti sul territorio nazionale. Disponibile al link: <https://beniabbandonati.cultura.gov.it/>

smato nel tempo l'identità culturale e sociale dell'area. In Italia potenziali opportunità di progettazione simili a questa esperienza esistono su vari territori: oltre all'impatto sociale del tema dell'immigrazione (già ampiamente discusso nei capitoli precedenti), il territorio nazionale presenta un numero di patrimoni architettonici abbandonati particolarmente elevato (seppur non esistono ancora stime precise in merito, motivo per cui il Ministero della Cultura nel 2022 ha avviato un programma di censimento dei beni culturali abbandonati<sup>128</sup>).

Ogni amministrazione comunale ha comunque la consapevolezza e gli strumenti per effettuare una mappatura dei beni culturali in disuso sul proprio territorio. Affrontare questa analisi ponendo particolare attenzione alle aree fortemente multiculturali, potrebbe costituire un ottimo punto di partenza per proporre progetti partecipati in cui il coinvolgimento dei designer rappresenti uno strumento per sintetizzare ed esplicitare le esigenze dei cittadini, provando a costruire insieme delle proposte culturalmente evolute e coerenti con i contesti di intervento.

In generale, il settore del design per la valorizzazione del patrimonio adotta delle strategie necessariamente circostanziali, legate alle peculiarità sia del territorio che del bene stesso da valorizzare. L'esplicitazione (e talvolta anche la costruzione) del valore di un singolo bene è quindi strutturalmente connesso alla sua relazione con l'ambiente circostante e con le persone che lo vivono. Anche l'analisi del contesto sociale presenta necessariamente delle logiche e caratterizzazioni estremamente locali legate alla composizione demografica della popolazione e dei *background* culturali presenti sul medesimo territorio. L'aspetto fondamentale su cui si è riflettuto inerente la scalabilità di queste azioni è stato quello di definire l'importanza di una pratica progettuale multidisciplinare, nonché la scelta di sviluppare un approccio metodologico che potesse integrare ed affiancare le strategie di progetto ad oggi già implementate - e che trovano ampi campi di sperimentazione e applicazione consolidati.

## 12.2 Conclusioni

In un contesto di necessaria apertura culturale legato a una concreta esigenza storica, l'approccio progettuale non si limita a "prendere atto" delle trasformazioni sociali: le fa proprie, le plasma e le trasforma in una risorsa per preservare i valori del patrimonio, progettare nuovi ambiti i cui significati possono essere espressi attraverso forme e contenuti innovativi, nonché cercare di cogliere le opportunità di scambio, di contaminazione di culture, di conoscenze e di competenze tecniche.

Oggi, accanto a un necessario rafforzamento dell'impegno sulle tematiche ambientali, il concetto principale di sostenibilità si carica di nuovi valori di natura sociale e culturale. In tale contesto, una delle sfide contemporanee è certamente il tema dell'accessibilità, soprattutto di tipo culturale.

Le domande di ricerca presentate all'interno del capitolo 1 hanno costituito la base scientifica dello sviluppo di questo percorso di Dottorato e hanno trovato risposta all'interno delle differenti sezioni di questa tesi.

Nello specifico, nei capitoli 2 e 3 è stato affrontato un inquadramento dei principali riferimenti teorici, attraverso una disamina della letteratura e la presentazione di alcuni esempi atti ad approfondire il tema del patrimonio culturale come simbolo di identità e conoscenza (attraverso un'analisi semantica e normativa), in relazione alle chiavi reinterpretative e progettuali caratterizzanti i diversi approcci e le sfere d'azione del design per la valorizzazione del patrimonio culturale. All'interno del capitolo 4 hanno infine trovato spazio le prime riflessioni sul tema dell'accessibilità culturale e sugli strumenti che la disciplina del design mette in atto per agevolare azioni di "traduzione e trasmissione" delle conoscenze.

Nel capitolo 5 sono state proposti alcuni strumenti e strategie (di prodotto, servizio o sistemi di comunicazione integrati) che la disciplina del design può elaborare per facilitare il reciproco scambio tra il background culturale di un determinato territorio e la sua crescente società multiculturale, in un'ottica di costruzione di dialogo e di confronto.

Il capitolo 6 ha invece esplorato un primo approccio metodologico, certamente implementabile, per supportare i designer nello sviluppo di progetti di natura interculturale.

All'interno del capitolo 7 si è invece cercato di definire una relazione strutturata tra azioni *design-oriented* e istituzioni culturali per stimolare lo scambio culturale e l'accessibilità. Queste riflessioni sono state ulteriormente approfondite e hanno trovato una loro validazione sperimentale all'interno del progetto di ricerca-azione inerente lo sviluppo del Centro culturale, approfonditamente descritto nella sua dimensione contestuale e progettuale nei capitoli dall'8 all'11.

In fase conclusiva (capitolo 12) si vogliono quindi porre alcune riflessioni sui limiti e le potenzialità legate alla "delineazione" del campo di ricerca del design per l'implementazione di azioni volte a facilitare il dialogo interculturale.

### References

- Caputo, I. (2020). *Riprogettare i confini. Gli strumenti del design come veicolo di messaggi di cambiamento*. In *Officina*, n. 31, pp. 17-21. Conegliano (TV): Antefirma edizioni.
- Curi, F. (2023). *Dalle ruspe alle politiche di inclusione: i reati culturalmente orientati nella dosimetria della pena*. In *Penale*, n. 11, pp. 1-16.
- Finotelli, C., Ponzo, I. (2018). *Integration in times of economic decline. Migrant inclusion in Southern European societies: trends and theoretical implications*. In *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 44:14, pp. 2303-2319.
- Meyer, E. (2014). *La mappa delle culture*. Macerata: ROI edizioni.
- Paoletti, V. (2014). *Politiche regionali, integrazioni e dialogo interculturale*. In *Gentes*, n. 1, pp. 113-115.

# 13

## Limiti e potenzialità del design per l'intercultura

### 13.1 Future prospettive della ricerca

Il tema della necessità di instaurare un rapporto dialogico in grado di dare valore alla complessità culturale - sempre più diffusa e strutturale - sta guadagnando ampi spazi di discussione non solo nel settore accademico ma anche a livello di attenzione pubblica, portando in evidenza difficoltà e questioni socio-culturali che fino a pochi anni fa venivano delegate quasi unicamente agli studi antropologici e alle discipline sociali. Lo sviluppo di riflessioni legate al ruolo che il design può avere nel favorire azioni di accessibilità e dialogo interculturale quindi ben si inserisce all'interno di questo panorama in evoluzione e costante rivalutazione. L'accostamento del termine *design* con quello di *intercultura* tende a creare ancora dei dubbi di natura concettuale: eppure questa perplessità non rende giustizia alla disciplina stessa. Il *dialogo interculturale* non è sottinteso nell'avvicinamento tra culture, soprattutto in contesti di ampia complessità sociale: è un processo e in quanto tale necessita di essere progettato, costruito, rafforzato e condiviso. Tutte caratteristiche evidentemente ed innegabilmente proprie del design, nelle sue diverse sfaccettature settoriali.

Una delle sfide principali inerenti la disciplina del design è proprio quella di ritagliarsi uno spazio culturalmente rilevante all'interno di questi dibattiti, po-

nendosi come soggetto scientifico e professionale riconosciuto collettivamente. La difficoltà dei designer nell'inserirsi all'interno di dinamiche decisionali e processi progettuali promossi da enti e istituzioni culturali (ad eccezione di realtà che, sporadicamente, abbiano sviluppato delle sensibilità quasi "personali") è ancora attuale ed evidente. Nello stesso progetto del Centro culturale ci si è resi conto della necessità di far emergere (nel rapporto con le amministrazioni pubbliche e col territorio) il valore del progetto scientifico realizzato dal gruppo di ricerca del Politecnico: il *focus* narrativo è stata spesso rivolto agli esiti di ampia scala, quali il progetto architettonico e il ruolo della Città nella concessione di questo bene (con particolare attenzione alla componente economica).

Per superare questo limite è necessario progredire costantemente nello sviluppo di riflessioni teoretiche consistenti e filologicamente coerenti, accompagnate dalla ricerca di occasioni di sperimentazione, a volte anche di tipo puramente speculativo.

Una delle future prospettive che questa ricerca potrebbe porsi, e con cui necessariamente ci si deve mettere a confronto in quanto ricercatori *in primis* ma anche e soprattutto progettisti, è quella del confronto metodologico e sperimentale sistematico sul campo. Ad oggi infatti, come evidenziato nei capitoli precedenti, uno dei principali limiti di tale settore progettuale è proprio quello di attivare delle sperimentazioni puntuali e non facilmente scalabili. Obiettivo di questa ricerca è quello di riflettere, per l'appunto, sull'attivazione di metodologie e chiavi di azione declinabili su differenti contesti di intervento: ciò premesso, per quanto essenziale in questa fase preliminare di sviluppo metodologico, un singolo contesto di sperimentazione (il Centro culturale di Torino) non è ovviamente sufficiente a definire l'effettiva efficacia su più contesti di azione.

Uno dei prossimi sviluppi potrebbe quindi essere l'attivazione di occasioni di partecipazione attiva di specifici gruppi culturali attraverso una serie di workshop e momenti di confronto (formale e informale)<sup>129</sup> con l'obiettivo di captare delle esigenze culturali diffuse e valutare possibili risposte progettuali scalabili e transdisciplinari.

Un ulteriore sviluppo potrebbe riguardare l'ampia-

mento settoriale delle riflessioni finora portate avanti, sperimentando anche su differenti contesti di azione e livelli di intervento, quali ambiti di servizio e prodotto relativi a settori merceologici specifici (merchandising, sistemi di guida e orientamento, dispositivi di comunicazione multilinguistica, etc).

Infine, un necessario spazio di riflessione riguarda la questione della valutazione dei risultati e dell'impatto delle azioni di natura interculturale attivate.

Il quadro metodologico presentato in questa tesi è stato concepito per fornire una guida nella fase di progettazione di azioni nate dalla captazione di esigenze culturali diversificate. Un ulteriore lavoro potrebbe consistere nell'elaborazione di indicatori quanto più oggettivi possibile legati ai diversi feedback (da parte di utenti finali e di istituzioni culturali stesse) utili a poter valutare i risultati degli interventi promossi e la loro effettiva efficacia nell'affrontare i problemi della diversità culturale locale.

<sup>129</sup> Attivando anche professionisti delle diverse realtà culturali locali, selezionati strategicamente in modo da avere partecipanti che rappresentino diversi tipi di istituzioni: riferite a entità urbane di piccola/media/grande dimensione, situate o meno in aree altamente diversificate dal punto di vista etnico, supportate o meno da governi e politiche locali, e così via.

*Riferimenti  
bibliografici*

- Akpem, S. (2020). *Cross-Cultural Design*. E-book: A Book Apart.
- Allevato, J. (2018). *Analisi di un processo di rigenerazione urbana in Barriera di Milano*. Tesi di Laurea Magistrale in Pianificazione Territoriale, Urbanistica e Paesaggistico-ambientale, Politecnico di Torino.
- Amari, M. (2016). La sostenibilità culturale: un nuovo paradigma. In Bilancia, P. (a cura di). *Diritti culturali e nuovi modelli di sviluppo*. Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane.
- Ambrosini M. (2005). *Sociologia delle migrazioni*. Bologna: Il Mulino.
- Amin, A. (2012). *Land of strangers*. Cambridge: Polity Press.
- Arengi, A., Treccani, G. P. (2016). *Different design approaches to accessibility to cultural heritage: a decalogue*. In Arengi, A., Garofolo, I., Sørmoen, O. (a cura di). *Accessibility as a Key Enabling Knowledge for Enhancement of Cultural Heritage*, pp.105-114. Milano: Franco Angeli.
- Atlante di Torino. *Quartieri Aurora e Barriera di Milano*, disponibile al link: <http://www.atlanteditorino.it/quartieri/quartieri.html>. Consultato in data 28/11/2022.
- Ballerini, F., Fiesoli, I., Vacca, M. (a cura di)(2022). *Togheterness. Design con le imprese sociali*. Firenze: DIDApres.
- Balocco, P. (2013). *Aurora, Rossini, Regio Parco. I territori oltre Dora*. Torino: Graphot editrice.
- Balsamo, M. (a cura di)(2004). *Strategie del design per il Mediterraneo. Ustica, destagionalizzazione e design*. Palermo: Flaccovio editore.
- Barosio, M., Trisciuoglio, M. (2013). *I paesaggi culturali. Costruzione, promozione, gestione*. Milano: Egea.
- Barrera, F. (1984). *Il sistema insediativo per l'edilizia popolare in relazione all'espansione urbana*. In Politecnico di Torino, Dipartimento Casa-Città. Beni ambientali nel Comune di Torino. Volume primo. Torino: Celid.
- Baur, R, Felsing, U. (a cura di) (2020). *Visual coexistence. Information design and typography in the intercultural field*. Zurigo: Lars Müller Publishers.
- Bell, A. V., Paegle, A. (2021). *Ethnic Markers and How to Find Them*. In *Human Nature* n. 32, pp. 470-481.
- Bernhardsson, L., Haj-Bolouri, A., Puraio, S., Rossi, M. (2018). *Action Design Research in practice: lessons and concerns*. Conference Proceedings of the 26th European Conference on Information Systems 2018, Portsmouth, UK.
- Bernstein, M., Clough, J., Colizzi, A., Olocco, R. (2019). *A curtain-raiser for the Nebiolo story*. The Herb Lubalin Lecture series. Conferenza online, organizzata da Type@Cooper. Disponibile al link: [http://coopertype.org/event/a\\_curtain\\_raiser\\_for\\_the\\_nebiolo\\_story](http://coopertype.org/event/a_curtain_raiser_for_the_nebiolo_story). Consultato in data 05/12/22.
- Bertola, P., Manzini E. (a cura di)(2006). *Design Multiverso. Appunti di fenomenologia*. Milano: Ed. Poli Design.
- Besozzi, E., Bodo, S., Cantù, S., Mascheroni, S. (2007). *Il percorso formativo*. In Bodo, S., Cantù, S., Mascheroni, S. (a cura di). *Quaderni ISMU. Progettare insieme per un patrimonio interculturale*. Bollate: Signum.
- Binder, T., Brandt, E., Sanders, E. (2012). *Tools and techniques: Ways to engage telling, making and enacting*. In Simonsen, J. Robertson, T. (a cura di). *Routledge International Handbook of Participatory Design*, pp.145-181. Londra: Routledge.
- Bistagnino, L. (2009). *Design e beni culturali. Un nuovo interessante binomio*. In Bozzola, M. (a cura di) *D.Cult Piemonte. Il design per i beni culturali e ambientali*, p.7. Milano: Lybra Immagine.
- Blankenship, S. (2003). *Cultural Considerations: Arabic Calligraphy and Latin Typography*. In *Design Issues*, 19(2), pp. 60-63.
- Bodo, S., Gibbs, K., Sani, M. (2009). *MAP for ID. I musei come luoghi di dialogo interculturale: esperienze dall'Europa*. Bodo, S. (2009). *Per una educazione al patrimonio in chiave interculturale*.

- In *Insula fulcheria*, vol A, n. 39, pp. 160-169. Crema: Museo Civico di Crema e del Cremasco.
- Bodo, S. (2009). *Sviluppare "spazi terzi": una nuova sfida per la promozione del dialogo interculturale nei musei*. In Pecci, A. M. (a cura di). *Patrimoni in migrazione. Accessibilità, partecipazione, mediazione nei musei*. Milano: FrancoAngeli.
- Bodo, S., Cantù, S., Mascheroni, S. (a cura di) per Fondazione ISMU (2007). *Quaderni ISMU 1/2007. Progettare insieme per un patrimonio interculturale*, Bollate (MI): Signum s.r.l.
- Bonini Baraldi, S., Governa, F., Salone, C. (2021). *Rappresentazioni dei "margini" e rigenerazione urbana a Torino*. In Molinari, P. (a cura di). *Periferie europee. Istituzioni sociali, politiche, luoghi* (II Tomo). Una prospettiva geografica. FrancoAngeli open access.
- Bosso, V. (2021). *Formare al design per l'impatto sociale*. Tesi di Laurea Laura Magistrale in Design Sistemico, Politecnico di Torino.
- Bossi, L., Giorda, M. C. (2017). *Islam a Torino*. In *Benvenuti in Italia*. Settimo quaderno (seconda edizione).
- Bozzola, M. (a cura di) (2013). *d.Cult Piemonte. Il design per i beni culturali e ambientali*. Milano: Lybra Immagine.
- Bozzola, M., De Giorgi, C. (2017). An introduction to design as a tool for the enhancement of local cultural heritage: A possible methodological approach and experiences from Politecnico Di Torino. In Berg, S., Fiedler, E. (a cura di). *Cultural Heritage: Perspectives, Challenges and Future Directions* (pp. 65-95). New York: Nova Science Publishers.
- Bozzola, M., Caputo, I. (2019). *Il design al servizio dell'autenticità*. In *Officina* n.25 (pp. 32-37). Congliano (Treviso): Antefirma edizioni.
- Bozzola, M., Caputo, I., Oddone, M. (2022). *Segnaletica e fruizione collettiva dei patrimoni. Un sistema di orientamento narrativo per il Castello del Valentino*. In *Design per connettere*, assemblea annuale SID 2020, Palermo, 25-26 Febbraio 2021.
- Brenna, L., Lupo, E., Seassaro, A., Trocchianesi, R. (2009). The Italian Design Research and practice in cultural heritage exploitation. In *Proceedings of the Cumulus 38° South-Hemispheric Shifts across Learning, Teaching and Research* (pp. 1-22). Swinburne University of Technology and RMIT University, Melbourne, Australia.
- Brereton, M., Matthews, B. (2014). *Navigating the methodological mire. Practical epistemology in design research*. In Rodgers, P., Yee, J. (a cura di). *The Routledge Companion to Design Research*. Londra: Routledge.
- Brignoni, M. (2014). *Approcci al Design per/con i Sud del Mondo*. In Bassi, A., Bulegato, F. (a cura di). *Le Ragioni del Design*. Milano: FrancoAngeli.
- Brunelli, M. (2014). *Heritage interpretation. Un nuovo approccio per l'educazione al patrimonio*. Macerata: EUM edizioni.
- Bruns, M., Tomico Plasencia, O., Kint, J. M. L. (2012). *Applying intercultural markers obtained from cooking in the design process*. In Zampollo F., Smith C. (Eds.), *Proceedings of the 1st International Conference on Designing Food and Designing for Food, ICDFFDF, June 28-29, 2012, London, UK*, pp. 140-155.
- Burns, C., Cottam, H., Vanstone, C., Winhall, J. (2006). *Red paper 02. Transformation Design*. London: Design Council.
- Buscema, L. (2020). *Smart city e rigenerazione urbana*. In *Rivista trimestrale di scienze dell'amministrazione. Studi di teoria e ricerca sociale* n. 3.
- Cabodi, C., Caruso, N., Mela, S., Pede, E., Rossignolo, C., Saccomani, S. (2020). *Sguardi su Aurora: tra centro e periferia*. Torino: Politecnico di Torino, Dipartimento interateneo di Scienze, Progetto e Politiche del Territorio (DIST).
- Cacciatori, O., Seminara, C. (2011). *Barriera di Milano*. Torino: Graphot editrice.
- Campagna, D. (2013). *Partecipazione culturale e dialogo interculturale: verso una cultura universale dei diritti umani*. Università di Padova.
- Caputo, I. (2020). *Riprogettare i confini. Gli strumenti del design come veicolo di messaggi di cambiamento*. In *Officina*, n. 31, pp. 17-21. Conegliano (TV): Antefirma edizioni.
- Castelli, A., Vignati, A., Villari, B. (2004). *ME.Design. Design strategies, tools and procedures aimed at increasing the value and promote the resources of the Mediterranean area between local and global*. An Italian example of action-research about design for locality. In Werwijnen, J., Karkku, H., Thackara, J., Manziani, E. (a cura di). *SPARK! Design and Locality*. Helsinki: University of Art and Design Helsinki.
- Cavallaro, V. (2018). *Torino. AxTO (si legge Apertò), un modo di fare rigenerazione urbana*. In *EcoWebTown. Journal of Sustainable Design*.
- Celaschi, F. (2006). *Atto culturale e design. Progetto e valorizzazione dei beni culturali*. In Maffei, S., Parente, M., Villari, B. (a cura di). *ADI Design Review 03: Il design per la valorizzazione dei beni culturali. Le premesse fondative della ricerca d.Cult*.
- Celaschi, F. (2008). *Design mediatore tra bisogni*. In Germak, C. (a cura di). *Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo*. (pp. 40-52) Torino: Allemandi.
- Ceppi, G. (2005). *Una via latina al Design dell'esperienza*. In *Micro & Macro Marketing, Rivista quadrimestrale* 2/2005, pp. 223-232. Bologna: Il Mulino.
- Cerri, S., Rossi, M. (2016). *Identità migranti Segni per una nuova geografia dell'accoglienza*. Firenze: SdT edizioni.
- Cetorelli, G., Guido, M. R. (a cura di) (2017). *Il Patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*. Roma: Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.
- Chayder, L. A., Bodin, E., Jørgensen, L. R. (a cura di) (2016). *Travelling with art. A learning project for refugee children*. Danimarca: Louisiana Museum of Modern Art.
- Chen, Y., Li, S. X. (2009). *Group identity and social preferences*. In *American Economic Review* n.99, pp. 431-457.
- Chirico, M. (2019). *Recupero del patrimonio industriale dismesso: le ex fonderie Nebiolo a Torino, riconversione in residenza universitaria*. Tesi di laurea Magistrale in Architettura per il progetto sostenibile, Politecnico di Torino.
- Choong, Y. Y., Guo, Z., Plocher, T., Rau, P. L. P. (2021). *Cross-cultural design*. In Karwowski, W., Salvendy, G (a cura di). *Handbook of Human Factors and Ergonomics*, pp. 252-279. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Choong, Y. Y., Rau, P. L. P., Plocher, T. (2010). *Cross-cultural web design*. In Proctor R. W., Vu, K. P. L. (a cura di). *Handbook of human factors in web design* (2nd ed.), pp. 284-300. Boca Raton, Florida: CRC Press.
- Ciampoli, D., Marseglia, M. (2018). *Attorno al Mediterraneo*. Firenze: DIDAPress.
- Cimoli, A. C., Facchetti, F., Fassone, A., Greco, C., Matossi, P. (a cura di) (2022). *Musei e migranti. Gli strumenti per l'incontro. Atti del workshop internazionale di Torino 4 giugno 2018, 26 novembre 2018, 18 febbraio 2019*. Modena: Panini Editore.
- Clemente, M., De Vita, G. E. (2008). *Città interetnica. Spazi, forme e funzione per l'aggregazione e per l'integrazione*. In Clemente, M. (a cura di). *Collana "Città e Architettura"*, n.1. Napoli: Editoriale Scientifica.
- Clemmensen, T., Hertzum, M., Hornbæk, K., Kumar, J., Shi, Q., Yammiyavar, P. (2007). *Usability constructs: A cross-cultural study of how users and developers experience their use of information systems*. *Lecture Notes in Computer Science*, 4559, pp. 317-327.
- Clough, J. (2021). *Società Nebiolo. Centocinquanta anni di estetica tipografica*. In Cantoni, T., Cozzarini, A., Minaglia, A., Molteni, C.,

- Vittone, G. (a cura di). DesignVerso. Aldo Novarese. Pagine di carattere. Politecnico di Milano.
- Cole, R., Purao, S., Rossi, M., Sein, M. K. (2005). *Being Proactive: Where Action Research meets Design Research*. Conference Proceedings of the International Conference on Information Systems, ICIS 2005, December 11-14, 2005, Las Vegas, NV, USA.
- Colombo, M. (2007). *Guida ai progetti di educazione interculturale. Come costruire buone pratiche*. Milano: Fondazione Ismu.
- Colombo, E., Domaneschi, L., Marchetti, C. (2009). *Una nuova generazione di italiani. L'idea di cittadinanza tra i giovani figli di immigrati*. Milano: FrancoAngeli.
- Colizzi, A. (2018). *The final act at Nebiolo: the quest for a 'universal' typeface (1/2). Forma*. In CAST. Disponibile al link: <https://articles.c-a-s-t.com/forma-dattilo-modulo-nebiolos-last-efforts-to-produce-a-universal-typeface-aa965dc0bb9f>. Consultato in data 03/02/23.
- Comune di Torino (2018). *Linee guida per il Coordinamento alle Politiche per l'Interculturalità e alla Partecipazione della Città di Torino*.
- Conti, B. (2013). *Verso una società plurale: Buone pratiche di integrazione e inclusione sociale dei musulmani nelle città italiane*. Archivio HAL open science.
- Cuciniello, A. (2016). *Il volto plurale dell'Islam: sunniti e sciiti tra Paesi di origine e contesti di migrazione*. Milano: Fondazione ISMU.
- Cuciniello, A. (2017). *Luoghi di culto islamici in Italia: tipologie e dati*. Milano: Fondazione ISMU.
- Curi, F. (2023). *Dalle ruspe alle politiche di inclusione: i reati culturalmente orientati nella dosimetria della pena*. In Penale, n. 11, pp. 1-16.
- Dal Palù, D., Lerma, B., Bozzola, M., De Giorgi, C. (2018), *Merchandising as a Strategic Tool to Enhance and Spread Intangible Values of Cultural Resources*, in Sustainability.
- Dan, N., Fornasin, A. (2013). *Una indagine CATI per lo studio della mobilità interna in Italia in un'ottica longitudinale*. Working Paper, 4. Dipartimento di Scienze economiche e statistiche, Università di Udine.
- Daverio, P., Trapani, V. (a cura di) (2008). *Il design dei beni culturali. Crisi territorio, identità*. Milano: Rizzoli.
- Davico, P. (2014). *Il rilievo urbano per comprendere i segni della storia nella città odierna*. In Davico, P., Devoti, C., Lupo, G. M., Viglino, M. (a cura di). *La storia della città per capire. Il rilievo urbano per conoscere. Borghi e borgate di Torino*. Revello (CN): Nuova Stampa Tipolitografia.
- Deffner, A., Psatha, E., Bogiantzidis, N., Mantas, N., Vlachaki, E., Ntaflouka, P. (2015). *Accessibility to Culture and Heritage: Designing for All*. In Proceedings of the AESOP 2015, "Definite space-Fuzzy responsibility". Praga: Czech Technical University, Faculty of Architecture.
- De Giorgi, C., Germak, C. (2008). *Design dell'esplorazione*. In Germak, C. (a cura di). *Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo*. (pp. 53-70) Torino: Allemandi.
- De Giorgi, C. (2020). *L'interdisciplinarietà nella cultura dei materiali per il design*. In Dal Palù, D., De Giorgi, C., Lerma, B. (a cura di). *The material side of design*, pp. 41-51. Torino: Umberto Allemandi.
- De Leonardis, O. (1996). *I welfare mix. Privatisimo e sfera pubblica*. In Stato e Mercato, n. 46, pp. 51-75.
- Demorgon, J., (1998). *L'histoire interculturelle des sociétés*. Parigi: Anthropos.
- Dennington, C. (2017). *Service Design as a Cultural Intermediary. Translating cultural phenomena into services*. In The Design Journal n. 20, pp. S600-S613.
- DeJuan, M. D., Luna, D., Peracchio, L. A. (2002). *Cross-cultural and cognitive aspects of web site navigation*. In Journal of the Academy of Marketing Science, 30(4), pp. 397-410.
- De Souza, M., Dejean, P. H. (1999). *Interculturality and design: is culture a block or an encouragement to innovation?*.
- Di Francesco, G., Tavano, L. (a cura di)(2004). *Torinesi di carattere. La Nebiolo. Un'industria ed i suoi uomini*. Torino: Lupieri editore.
- Diehl, J. C. (2006). *Globalization and cross-cultural product design*. In Proceedings DESIGN 2006, the 9th International Design Conference, Dubrovnik, Croatia, pp. 503-509.
- Dovigo, F. (a cura di) (2005). *La qualità plurale. Sguardi transdisciplinari sulla ricerca qualitativa*. Milano: FrancoAngeli.
- Fabietti, U. (2019). *Elementi di antropologia culturale*. Milano: Mondadori Università.
- Fershtman, C., Gneezy, U. (2001). *Discrimination in a segmented society: An experimental approach*. In The Quarterly Journal of Economics n. 116, pp. 351-377.
- Finotelli, C., Ponzio, I. (2018). *Integration in times of economic decline. Migrant inclusion in Southern European societies: trends and theoretical implications*. In Journal of Ethnic and Migration Studies, 44:14, pp. 2303-2319.
- Franzato, C. (2008). *Design dei beni culturali nel progetto territoriale. Strategie, teorie e pratiche di valorizzazione design driven*. Tesi di Dottorato di Ricerca in Design e tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali, Politecnico di Milano.
- Gambino, R., Lupo, G. M. (a cura di)(2011). *Borghi e borgate di Torino. Tra tutela e rilancio civile*. Torino: Celid.
- Gasparotto, S., Ziliani, M. (2019). *Design for migration. Metodologie di progetto per l'innovazione sociale*. Pisa: Scienza e Pace.
- Gavallotti, B., Pisto, S. (2007). *La comunicazione istituzionale della scienza: come evitare la deriva autoreferenziale (oppure la sindrome di rain man?)*. In Analysis, 4, pp. 20-23.
- Germak, C. (a cura di)(2008). *Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo*. Torino: Allemandi.
- Giabbanelli, S., Rusconi, A., Spreafico, S. (2012). *Nella città interetnica. Spazi per nuove relazioni culturali. Progetto per un centro interculturale a Milano*. Tesi di Laurea Magistrale in Architettura, Politecnico di Milano.
- Giorda, M. C., Hejazi, S. (2019). *In between. Giovani musulmani ed eventi pubblici: il caso di Torino*, In Protestantesimo, n. 74, pp. 235-248.
- Giorgi, D. (2017). *Design starting from cultural heritage*. In Giorgi, D., Lotti, G., Marseglia, M. (a cura di). *Prove di design altro*, pp. 89-100 Firenze: DIDApres.
- Giorgi, D., Lotti, G., Mecca, S., Trivellin, E., (2018). *Progetti di internazionalizzazione in Maghreb condotti da area design di DIDA*. In Agathón n. 03 pp. 205-212.
- Granato, G., Picilli, R. (2019). *L'inestimabile valore. Marketing e fundraising per il patrimonio culturale*. Soveria Mannelli (Catanzaro): Rubbettino editore
- Greco, G. M. (2017). *L'accessibilità culturale come strumento per i diritti umani di tutti*. In Cetorelli, G., Guido, M. R. (a cura di). *Il Patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*. Roma: Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.
- Guermandi, M. P. (2021). *Decolonizzare il patrimonio: l'Europa, l'Italia e un passato che non passa*. Roma: Castelvecchi Editore.
- Guglielmetti, I. (2011). *Patrimoni immateriali e Design Thinking: La "dote" di un designer nel progetto E.CH.I., Etnografie italo-svizzere per la valorizzazione del patrimonio immateriale dell'area transfrontaliera. Un'esperienza in corso*. In La Ricerca Folklorica, n. 64, pp 105-117.
- Harada, A., Lee, K. P. (1999). *A study of the cultural effects on user-interface design: with the emphasis on the cross-cultural usability testing through World Wide Web*. In Proceedings of the 4th Asian Design Conference, Nagaoka, Japan.

- Henfridsson, O., Lindgren, R., Purao, S., Rossi, M., Sein, M. K. (2011). *Action Design Research*. MIS Quarterly, vol 35, pp. 37-56.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., Minkov, M., (2010). *Culture and organization: software of the mind*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Iacoviello, F. (2018). *Città e fabbrica. Analisi storica e mappatura del primo sviluppo industriale di Torino con riferimento all'industria dei metalli*. Tesi di laurea Magistrale in Architettura per il restauro e la valorizzazione, Politecnico di Torino.
- Irace, F. (a cura di)(2013). *Design&Cultural heritage*. Milano: Electa.
- Istat. (2020). *Identità e percorsi di integrazione delle seconde generazioni in Italia*. Roma: Istituto nazionale di statistica.
- Jensen, N. H., Petersen, M. B., Høgh-Olesen, H., Ejstrup, M.(2015). *Testing theories about ethnic markers: Ingroup accent facilitates coordination*. Not cooperation. In Human Nature n.26, pp. 210-234.
- Knudson, D. M., Cable, T. T., Beck, L. (1995). *Interpretation of cultural and natural resources*. Pennsylvania: Venture Publishing
- Koopmans, R., Veit, S. (2014). *Cooperation in ethnically diverse neighborhoods: A lost-letter experiment*. In Political Psychology n. 35, pp. 379-400.
- Kottak, C. P. (2012). *Antropologia culturale*. Milano: The McGraw-Hill Companies.
- Kupferschmid, I. (2017). *The story of Nebiolo*. In Type Network. Disponibile al link: <https://typenetwork.com/articles/the-story-of-nebiolo>. Consultato in data 23/01/23.
- Laureti, M. (2019). *Scenari di ricerca nel Design. Una proposta di mappatura internazionale della ricerca nel Design, nelle Arti e Nuovi Media*. Tesi di Dottorato di Ricerca in Pianificazione, design, tecnologia dell'architettura, Sapienza Università di Roma.
- Lin, R., Sun, M.-X., Chang, Y.-P., Chan, Y.-C., Hsieh, Y.-C., Huang, Y.-C. (2007). *Designing "Culture" into Modern Product - A Case study of Cultural Product Design*. In Proceedings of the Usability and Internationalization HCI and Culture, Beijing, China, 22-27 July 2007, pp. 388-397.
- Lipton, R. (2002). *Designing Across Cultures: How to Create Effective Graphics for Diverse Ethnic Groups*. Ohio: HOW Design Books.
- Longhi A., Romeo E. (2017), *Patrimonio e tutela in Italia. A cinquant'anni dall'istituzione della Commissione Franceschini (1964-2014)*. Roma: Ermes edizioni scientifiche.
- Lotti, G. (2009). *Design per il sud del mondo*. In Bottega, S. M., Grilli, S. (a cura di). Proceedings della confederenza Less is Next. Per un design solidale e sostenibile, pp. 190-207. Firenze: La Marina.
- Lupo, E. (2009). *Il design per i beni culturali. Pratiche e processi innovativi di valorizzazione*. Milano: FrancoAngeli.
- Lupo, E. (2013). *Design e beni culturali: creare sistemi di valore per connettere cultura, luoghi, conoscenza, comunità, impresa*. In I+Diseño, Vol. 8 (pp. 30-39).
- Lupo, E. (2019). *Design e Cultural driven innovation*. In I+Diseño, Vol. 14 (pp. 120-132).
- Lupo, E. (2021). *Design and innovation for the Cultural Heritage. Phygital connections for a Heritage of proximity*. In AGATHÓN | International Journal of Architecture, Art and Design, 10(online), pp. 186-199.
- Lupo, E., Parente, M., Sedini, C. (2018). *Design Approaches and Methodologies for the Valorization of Places. Experiences from the Western Mediterranean Area*. In PAD n.14, pp. 61-84.
- Lupo, G. M. (2014). *Borghi e borgate: morfologia, tipologia, ruoli e tutela*. In Davico, P., Devoti, C., Lupo, G. M., Viglino, M. (a cura di). La storia della città per capire. Il rilievo urbano per conoscere. Borghi e borgate di Torino. Revello (CN): Nuova Stampa Tipolitografia.
- Maffei, S., Villari, B. (2005). *Risorse locali e comunità di progetto*. In Castelli, A., Vignati, A., Villari, B. (a cura di). *SDI Design Review 02: ME.Design. Il contributo del design allo sviluppo locale*.
- Maida, R. (2018). *La tutela del patrimonio culturale in tempo di pace e nei conflitti armati*, Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria.
- Mangiapane, G., Pecci, A. M. (2011). *Lingua contro Lingua. Una mostra collaborativa*. In Museologia scientifica memorie, n. 8, pp. 104-106.
- Manzini, E. (2004). *Design multiverso*. In Bertola, P., Manzini, E. (a cura di) *Design multiverso. Appunti di fenomenologia del design*, pp. 9-13. Milano: POLIdesign.
- Marcus, A. (2001). *Cross-cultural user-interface design*. In Smith, M. J., Salvendy, G. (a cura di). Proceedings of the Human-Computer Interface International (HCII) Conference (Vol. 2, pp. 502-505). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Association.
- Mazzocchi, G., Villani, A. (a cura di) (2004). *Sulla città oggi. I beni culturali in Italia dopo il Codice Urbani*. Milano: FrancoAngeli.
- McMullen, M. (2016). *Intercultural Design Competence: A Guide for Graphic Designers Working Across Cultural Boundaries*. In The International Journal of Visual Design, 10(3), pp.19-30.
- Meyer, E. (2014). *La mappa delle culture*. Macerata: ROI edizioni.
- Mezzadri, M. G. (2010). *Alla luce della luna*. In Rivista "IBC" XVIII, n. 1.
- Miglietta, A. M. (2020). *Accessibilità culturale nei musei. Barriere e strategie di miglioramento*. In Capasso, L., Monza, F., Di Fabrizio, A., Falchetti, E. (a cura di). *Museologia scientifica memorie*, n. 21/2020, pp. 112-116.
- Miletto, E. (2002). *Torino: sviluppo industriale e barriere operaie ai primi del '900*. Torino: Istituto piemontese per la storia della Resistenza e della società contemporanea.
- Miller, B. (2014). *Antropologia culturale*. Milano: Pearson Italia.
- Montanari, F., Mizza, L. (2015). *Laboratori urbani. Organizzare la rigenerazione urbana attraverso la cultura e l'innovazione sociale*. In Quaderni Fondazione G. Brodolini.
- Montella, M. (2009). *Valore e valorizzazione del patrimonio culturale storico*. Milano: Electa.
- Moretti, M. (2019). *Design for migration: Nuove pratiche di design verso una società più inclusiva*. Roots-Routes, IX(29), pp. 1-9.
- Moretti, M. (2019). *Socio- Social- Design. Design Practices for New Perspective on Migration*. Mantova: Corraini edizioni.
- Morucci, C. (2018). *I rapporti con l'Islam italiano: dalle proposte d'intesa al Patto nazionale*. In Stato, Chiese e pluralismo confessionale, n.38.
- Muratowsky, G. (2016). *Research for designers. A guide to methods and practice*. Londra: SAGEpublications.
- NEMO (2016). *Museums, migration and cultural diversity: Recommendations for museum work*. Berlino: Network of European Museum Organisations.
- Nicola, C. (a cura di) per Enaip Piemonte (2004). *La comunicazione interculturale. Strumenti per la formazione, la promozione della tolleranza, l'accettazione delle differenze*. Torino: Enaip Piemonte.
- Niessen, B. (2018). *Una necessità politica. Postfazione*. In Giuliani, I. La città culturale. Spazi, lavoro e cultura a Milano. Milano: Feltrinelli.
- Niessen, B. (2019). *Cosa sono i nuovi centri culturali, l'avanguardia della trasformazione culturale*. In Almanacco "Che Fare". Disponibile al link: <https://www.che-fare.com/almanacco/politiche/comunita/cosa-sono-nuovi-centri-culturali/>.
- Nifosi, G., Tommasi, E. (2010). *I beni culturali e ambientali*. Roma Bari: Laterza figli.
- Oxfam. (2017). *La lotteria dell'accoglienza in Italia. Il sistema dell'emergenza permanente*. Oxfam briefing paper.
- Ozaita, J., Baronchelli, A., Sánchez, A. (2022). *Ethnic markers and the emergence of group-specific norms: an experiment*. In Scientific Reports n.12, 5068.
- Paoletti, V. (2014). *Politiche regionali, integrazioni e dialogo interculturale*. In Gentes, n. 1, pp. 113-115.
- Parente, M. (2010). *Il design per la valorizzazione territoriale. Il caso del*

- Rione Sanità a Napoli. In Tafterjournal n. 22.
- Parrino, L. (2014). *Museums for the intercultural city. Designing for/through local museums and heritage in multicultural towns and cities*. Doctoral dissertation. Politecnico di Milano.
- Parsons, T. (1951). *The social system*. Londra: Routledge.
- Pecci, A. M. (2009). *Patrimoni in migrazione. Accessibilità, partecipazione, mediazione nei musei*. Milano: FrancoAngeli.
- Pennasso, V. (2017). *Accessibilità, interculturalità e dialogo religioso. Itinerari turistico-religiosi interculturali ed accessibili (ITRIA)*. In Cetorelli, G., Guido, M. R. (a cura di). *Il Patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*. Roma: Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.
- Pereira, M., Salvi, A., Sani, M., Villa, L. (2010). *MAP for ID. Esperienze, Sviluppi e Riflessioni*. Bologna: Editrice Compositori.
- Perri, A. (2009). *La tipografia araba e la globalizzazione tipografica*. Quaderni Di Studi Arabi, n. 4, pp. 205-214.
- Pesce, B. (2005). *Gli operai della Nebiolo. Occupazione, profilo sociale e mercato interno del lavoro dal 1920 al 1953*. Torino: Neos Edizioni.
- Pesce, B. (2008). *Lavorare alla Nebiolo. Dal boom economico agli anni '70*. Torino: Neos Edizioni.
- Radice, S. (2014). *Designing for participation within cultural heritage. Participatory practices and audience engagement in heritage experience processes*. Supervisor Prof. Raffaella Trocchianesi, (Dipartimento di Design Politecnico di Milano), controrelatore Prof. Matthew Battles (metaLAB at Harvard). Milano: Politecnico di Milano.
- Radtke, S. (2020). *Educational Animations in Inter and Monocultural Design Workshops*. In Proceedings of the 1st International Conference on Intermedia Arts and Creative Technology - Volume 1: CREATIVEARTS (pp. 147-155)
- Radtke, S. (2021). *Intercultural Design Basics*. Amsterdam: BIS Publishers.
- Ricoeur, P. (1990) *Soi-même comme un autre*, Editions du Seuil, Paris; trad. it. (1993), *Sé come un altro*. Milano: Jaca Book.
- Ricucci, R. (2016). *Integrazione delle seconde generazioni e religiosità*. In Paradoxa, anno X, n.3.
- Robiglio, M. (2021). *Così è possibile ridare slancio alla Grande Torino*. In Torino Metropoli Aumentata. Il dibattito intorno al piano strategico.
- Roggero, C., Dameri, A. (2016). *Il Castello del Valentino*. Torino: Politecnico di Torino.
- Saase, S. (2018). *Multaka – Refugees as Guides in Berlin Museums*. In Culture of Peace. Berlino: UNESCO Club Berlin.
- Sandell, R. (1998). *Museums as Agents of Social Inclusion*. In Museum Management and Curatorship, 17:4, pp. 401-418.
- Saccomani, S. (2021). *Rigenerazione urbana e periferie, guardando un quartiere di Torino. La nuova crisi: sta cambiando qualcosa?*. Disponibile al link: [https://www.academia.edu/45613681/Rigenerazione\\_urbana\\_e\\_periferie\\_guardando\\_un\\_quartiere\\_di\\_Torino\\_La\\_nuova\\_crisi\\_sta\\_cambiando\\_qualcosa](https://www.academia.edu/45613681/Rigenerazione_urbana_e_periferie_guardando_un_quartiere_di_Torino_La_nuova_crisi_sta_cambiando_qualcosa). Consultato in data 02/02/23.
- Schnell, R. (1990). *Dimensions of ethnic identity*. In H. Esser, J. Friedrichs (a cura di). *Generation and identity: Theoretical and empirical contributions to the sociology of migration*, pp. 25-42. Opladen, Germania: Westdeutscher Verlag.
- Seassaro, A. (2009). Prefazione: il design dei beni culturali. In Lupo, E. (2009). *Il design per i beni culturali. Pratiche e processi innovativi di valorizzazione*. Milano: FrancoAngeli.
- Seassaro, A. (2003). *Il design dei beni culturali come estetica della città nella "Milano capitale del design"*. In Manzocchi, G., Villani, A., *Sulla città, oggi. Arte, beni culturali, istituzioni*. Milano: FrancoAngeli.
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0.
- Simonati, A. (2019). *Rigenerazione urbana, politiche di sicurezza e governo del territorio: quale ruolo per la cittadinanza?*. In Rivista Giuridica dell'Edilizia, n. 31, pp. 31-45.
- Simpson, B. (2006). *Social identity and cooperation in social dilemmas*. In Rationality and Society n.18, pp. 443-470.
- Sorgoni, B. (2022). *Approdi*. In Cimoli, A. C., Facchetti, F., Fassone, A., Greco, C., Matossi, P. (a cura di). *Musei e migranti. Gli strumenti per l'incontro*. Atti del workshop internazionale di Torino 4 giugno 2018, 26 novembre 2018, 18 febbraio 2019, pp. 31-36. Modena: Panini Editore.
- Spinelli, B. (2006). *Il Quadro e la prospettiva interculturale*. In Mezzadri, M. (a cura di). *Integrazione Linguistica in Europa: Il Quadro Comune Di Riferimento per Le Lingue*, Torino: Utet Libreria.
- Spreafico, A. (2005). *La presenza islamica in Italia*. In Instrumenta, vol. IX, pp. 173-243.
- Swann, C. (2002). *Action Research and the Practice of Design*. In Design Issues, vol. 18, pp. 49-61.
- Symbola, Unioncamere. (2021) *Io Sono Cultura 2021: L'Italia della Qualità e Della Bellezza Sfida la Crisi*. Report 2021, Books of Symbola.
- Symbola, Unioncamere. (2022) *Io Sono Cultura 2022: L'Italia della Qualità e Della Bellezza Sfida la Crisi*. Report 2022, Books of Symbola.
- Tarchi, D., Sermi, F., Kalantaryan, S., McMahon, S., Kaslama, P., Alvarez, M., Belmonte, M. (2021). *Atlas of Migration – 2021*. Lussemburgo: Publications Office of the European Union
- Tatarella, G. (2010). *Verso la società multiculturale. L'integrazione delle seconde generazioni di immigrati*. In Italies, n. 14, pp. 149-167.
- The Museum of African Art (2015). *Catalogo della mostra "The border is closed"*. Belgrado.
- Throsby, D. (2005). *Economia e cultura*. Bologna: Il Mulino.
- Tietmeyer, E. (a cura di) (2016). *Glances into fugitives*. Berlino: Museum Europäischer Kulturen – Staatliche Museen zu Berlin.
- Ting-Toomey, S. (1999). *Communicating Across Cultures*. New York: The Guilford Press.
- Tomatis, D. (2017). *Studio Artistico Nebiolo. An example of art direction in the Italian type design industry*. Tesi di Master in Master Type Design. ECAL di Losanna.
- Tosco, C. (2014). *I beni culturali. Storia, tutela e valorizzazione*. Bologna: il Mulino.
- Trocchianesi, R. (2004). *Il bene culturale oggi. Il contributo del design*. In Celaschi, F., Trocchianesi R. (a cura di). *Design e beni culturali. La cultura del progetto nella valorizzazione del bene culturale*. Milano: Polidesign.
- Trocchianesi, R. (2008). *Strutture narrative e metalinguaggi design-oriented per la fruizione del patrimonio culturale*. In Tafter Journal n.10.
- UNESCO (2009). *Investing in Cultural Diversity and Intercultural Dialogue*. Parigi: UNESCO Publishing.
- United Nations High Commissioner for Refugees. (2022). *Global trends. Forced displacement in 2021*. Copenhagen: UNHCR Statistics and Demographics Section.
- Vannoni, D. (2009). *L'ergonomia cognitiva per i beni culturali*. In Bozzola, M. (a cura di). *D.Cult Piemonte. Il design per i beni culturali e ambientali*, pp. 24-29. Milano: Lybra Immagine.
- Villari, B. (2005). *L'approccio di ricerca ME.Design. Una ricerca-azione del design per valorizzare i sistemi di risorse locali*. In Castelli, A., Vignati, A., Villari, B. (a cura di). *SDI Design Review 02: ME.Design*. Il contributo del design allo sviluppo locale.
- Vlachou, M. (2017). *The Inclusion of Migrants and Refugees: The Role of Cultural Organisations*. Almada: Aceso Cultura.
- Wong, Chee. (2013). *Intangible cultural heritage of dance as medium for intercultural dialogue: culture assimilator reinterpreted*. Doctoral dissertation in Heritage Studies. Faculty of Mechanical, Electrical and Industrial Engineering at the Brandenburg

University of Technology Cottbus-Senftenberg.

Zan, L. (2014). *La gestione del patrimonio culturale. Una prospettiva internazionale*. Bologna: il Mulino.

Zingale, S. (2020). *Design o progettualità? Il progetto come trasformazione inventiva*. In Deni, M., Mangano, D. (a cura di). *Ocula n.21. Quando è design / When is design / Quand c'est du design*, pp. 51-72. Bologna: Associazione Ocula.

## *Elenco delle pubblicazioni*

- Caputo, I., Bozzola, M. (2019). *Il design al servizio dell'autenticità. La segnaletica per la valorizzazione dei beni culturali e territoriali*. In *Officina\**, n. 25 "Imitazione" ISSN 2532-1218, Conegliano: Anteferma Edizioni.
- Caputo, I. (2020). *Design, patrimonio e intercultura. Il patrimonio culturale come medium di identità e dialogo interculturale*. Pubblicazione atti conferenza "100 anni dal Bauhaus. Le prospettive della ricerca di design", Società Italiana di Design, Ascoli Piceno, 13-14 giugno 2019.
- Caputo, I. (2020). *Riprogettare i confini. Gli strumenti del design come veicolo di messaggi di cambiamento*. In *Officina\**, n. 31 "Adattamento" ISSN 2532-1218, Conegliano: Anteferma Edizioni.
- Caputo, I., Bozzola, M., Oddone, M. (2021). *Design and Cultural Sites: New Signage Methods and Languages for Fruition, Accessibility and Storytelling*. Pubblicazione atti della conferenza "Design culture(s)", Cumulus Roma, Roma, 8-11 giugno 2021.
- Caputo, I., Bozzola, M., De Giorgi, C. (2021). *Heritage and cultural accessibility: the role of design in the creation of an intercultural dialogue*. Pubblicazione atti della conferenza "Design culture(s)", Cumulus Roma, Roma, 8-11 giugno 2021.
- Caputo, I., Bozzola, M., De Giorgi, C. (2021). *A cup of coffee between tradition and innovation*. PAD#21 - Design values in the Mediterranean, Aiap Edizioni.
- Caputo, I., Bozzola, M., Oddone, M. (2022). *Segnaletica e fruizione collettiva dei patrimoni. Un sistema di orientamento narrativo per il Castello del Valentino*. Pubblicazione atti conferenza "Design per connettere", Società Italiana di Design, Palermo, 25-26 febbraio 2021.
- Caputo, I., Carlomagno, M., Casnati, F., Vacca, M. (2022). *Stereotypes and visual emblems in contemporary cultural systems*. Collana Scenari, Fondazione Feltrinelli, Milano.

*Allegati  
progettuali*