

Ao8

Alessandra Spagnoli

Design e grammatiche allestitivo

La dimensione narrativa nel progetto di eventi culturali





Aracne editrice

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

Copyright © MMXX
Gioacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale

www.gioacchinoonoratieditore.it
info@gioacchinoonoratieditore.it

via Vittorio Veneto, 20
00020 Canterano (RM)
(06) 45551463

ISBN 978-88-255-3521-1

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: giugno 2020

Indice

7 *Introduzione*

Parte I

L'evento nello scenario contemporaneo

- 15 **Capitolo I**
Il progetto di eventi come azione di valorizzazione culturale
- 23 **Capitolo II**
Genesi del temporaneo
- 31 **Capitolo III**
L'evento tra fruizione e consumo

Parte II

Scritture allestitivo e dimensione progettuale

- 45 Capitolo IV
Esperienza & progetto della sceneggiatura
- 57 Capitolo V
Spazio & progetto scenico
- 69 Capitolo VI
Tempo & progetto di repertorio

Parte III

Scritture allestitivo. Variazioni e declinazioni

- 79 Capitolo VII
Sovrascritture identitarie e dimensione territoriale
- 89 Capitolo VIII
Narrazioni espositivo–museali e dimensione relazionale
- 97 Capitolo IX
Tecnologie narrative e dimensione dialogica
- 107 *Bibliografia*

Introduzione

La dimensione, la pervasività e la velocità del cambiamento dello scenario contemporaneo, entro cui la rivoluzione tecnologica e digitale degli ultimi due decenni ha operato una metamorfosi di luoghi, prodotti e servizi, sta trasformando con intensità e ritmi rapidissimi i modi della produzione, del consumo e gli stili di vita. Il carattere della relazione tra l'individuo e il suo intorno — fatto di ambienti, artefatti, azioni e comportamenti — assume i canoni della comunicazione multimediale: accessibilità, simultaneità e attrattività diventano i termini di una relazione entro cui si confrontano il materiale e l'immateriale, il permanente e il temporaneo, il reale e il virtuale. L'impermanenza, la transitorietà, l'immaterialità si sommano alla dimensione tangibile dell'esperienza fisica¹ (Sennett in Mehrotra et al., 2017) e in questo contesto la riflessione sui modi e i tempi dell'*esperire* acquisisce rilevanza in quanto ambito e oggetto di progetto.

In questo scenario di progressiva trasformazione delle prospettive del vivere contemporaneo il consumo culturale assume valore di investimento a lungo termine per il soddisfacimento di bisogni di natura socio-relazionale e rappresenta un'opportunità di realizzazione di un percorso individuale e collettivo, cognitivo

¹ SENNETT R., *Introduction to Research Project on The Ephemeral City* in R. MEHROTRA, P. VERA, J. MAYO-RAL, *Ephemeral Urbanism. Does Permanence Matter?*, LIStLab, Trento 2017.

ed emozionale. Il sistema dell'offerta culturale, oggi, si sostanzia principalmente nella moltiplicazione, e talvolta sovra-esposizione, di allestimenti, fiere, festival, eventi e rassegne che rappresentano il carattere principale della cosiddetta «città in allestimento»², (Altarelli, 2006) luogo della messa in scena che, anche in un contesto di crescente virtualizzazione dei sistemi relazionali, rimane il centro e l'orizzonte dell'agire umano. In questo processo di progressiva *eventizzazione* del sistema della fruizione culturale contemporanea, quest'ultimo smette di rappresentare l'extraquotidiano e si infigge nel tessuto stesso della vita metropolitana³ (Cristante, Barile, 2004). Insieme eterogeneo di esperienze, il circuito dell'offerta culturale si connota in quanto attivatore di un complesso apparato relazionale deputato a mettere in contatto persone, aziende, enti, prodotti, culture, usando come tramite lo spazio e il tempo "occupati".

Dal punto di vista del design l'attuale modello di fruizione culturale costituisce un interessante campo di analisi e di applicazione progettuale non solo per le modalità attraverso le quali rende fruibili contenuti, storie e interpretazioni, ma anche per la sua capacità di produrre cultura, di divulgarla a comunità di fruitori sempre più ampie e di legarsi e inserirsi in una dimensione spazio-temporale riprogettandone significati, visioni e modi d'uso. In questo processo complesso l'azione progettuale interviene nella creazione di valore per l'oggetto culturale che, riconosciuto come risorsa, deve essere immesso o re-immesso in un sistema di scambio con l'utente-comunità per acquisire un valore di relazione. Il design interviene quindi in quest'ambito con azioni di lettura, interpretazione, rappresentazione e formalizzazione di azioni finalizzate all'attivazione di processi di

² ALTARELLI L., *Light City: la città in allestimento*, Meltemi Babele, Roma 2006.

³ CRISTANTE S., BARILE N. (a cura di), *Breve storia degli eventi culturali*, Bevivino Editore, Milano 2004.

riconoscimento, comprensione e acquisizione di questo valore di relazione attraverso la messa in forma di paradigmi e modelli di fruizione. Il progetto della fruizione, come progetto dell'incontro e della relazione che si instaura tra visitatore e oggetto culturale, interviene quindi su più parametri: il livello del racconto dell'oggetto stesso, i cui codici e significati necessitano di essere interpretati, mediati e narrati; il livello della percezione che coinvolge le modalità spaziali, prossemiche, di interfaccia con cui fruitore e oggetto della "messa in scena" entrano in contatto; e il livello della variabile temporale, il progetto dell'avvicinamento fisico e cognitivo al contenuto culturale, i tempi della sua fruizione (tema strettamente legato alle strategie narrative utilizzate) e di un suo possibile re-incontro o riattivazione.

Assumendo, in questo scenario, la narrazione come primo e più importante dispositivo interpretativo e conoscitivo attraverso il quale l'individuo conferisce senso e significato alle proprie esperienze⁴, (Bruner, 1986) la narrazione stessa acquisisce una connotazione epistemologica nel momento in cui il "pensiero narrativo" si attiva nella messa in relazione di una complessa trama di esperienze e situazioni — nella forma di un racconto — inscrivendole all'interno di una rete di significati culturalmente condivisibili e rendendole oggetto di ipotesi interpretative⁵ (Striano, 2005). Nel contesto specifico della fruizione di tipo culturale il dispositivo narrativo assume valore non solo dal punto di vista dell'individuo/fruitore che si trova coinvolto in un processo esperienziale di tipo cognitivo, sensibile ed emozionale ma anche dal punto di vista del progettista che si serve di principi, regole e dinamiche tipiche della costruzione narrativa per

⁴ BRUNER J., *Actual Minds. Possible Worlds*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts 1986.

⁵ STRIANO M., *La narrazione come dispositivo conoscitivo ed ermeneutico*, in M@gm@, 3(3), 2005.

comporre l'intelaiatura stessa del progetto, per definire e dare forma e valore al senso dello spazio allestito.

All'interno di questo quadro di riferimento le riflessioni raccolte in questo volume si organizzano in tre momenti che intendono indagare, rispettivamente, il ruolo della “messa in scena” di tipo culturale nello scenario contemporaneo, le sue variabili progettuali ed infine le sue possibili declinazioni nella dimensione territoriale, nello spazio espositivo–museale e nella dimensione digitale.

La prima parte inquadra e contestualizza il fenomeno dell'evento — inteso quale fatto plurale e sfumato che, radicandosi nelle dinamiche dell'abitare contemporaneo, “istituzionalizza” il singolare, il non–ordinario — nella sua evoluzione storica e nelle sue valenze attuali. In questo contesto alla dimensione del consumo viene riconosciuta la capacità di rilanciare tematiche, istanze, aspettative culturali per un pubblico costituito da comunità di utenti che si auto–rappresentano nella relazione con l'altro in una convergenza di affinità, attitudini, stili di pensiero condivisi⁶ (Fabris, 2003) e che utilizzano questo modello di fruizione immersivo, esperienziale ed effimero come materia di “taglia e incolla” conoscitivo ed espressivo.

La seconda parte indaga la dimensione progettuale dell'esperienza di consumo culturale, nelle sue diverse scale di intervento, scomponendola nei tre campi di indagine di *tempo*, *spazio* ed *esperienza* (rispettivamente il *quando*, il *dove* e il *chi*). Assumendo questi tre campi quali ambiti di analisi privilegiati sono stati messi a fuoco tre livelli progettuali paralleli ed interconnessi entro i quali il design può operare esprimendo competenze multidisciplinari e registiche: il progetto della sceneggiatura (come progetto dell'esperienza della fruizione), il progetto scenico

⁶ FABRIS G., *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, FrancoAngeli, Milano 2003.

(come progetto della messa in scena) e il progetto di repertorio (come progetto dei tempi e della memoria dell'esperienza).

Nella terza parte vengono approfondite le possibili declinazioni della scrittura allestitiva nella dimensione territoriale, espositivo–museale e tecnologica. Se nell'ambito del vivere urbano l'accento è posto sulla capacità della città di sovrascrivere i propri spazi in un processo incrementale di appropriazione cognitiva e identitaria, nell'ambito espositivo–museale al progetto della messa in scena è riconosciuto il compito di attivare, nella relazione tra spazio, oggetto e fruitore, una forma di dialogo percettivo che si sostanzia nella generazione di un'infrastruttura narrativa in grado di armonizzare le diverse forme del racconto. Infine, per quanto riguarda la dimensione digitale si propone una lettura sincronica degli approcci dialogici che il dispositivo tecnologico mette in campo nello spazio allestito in un'ottica narrativo–curatoriale.

PARTE I

L'EVENTO NELLO SCENARIO
CONTEMPORANEO

Il progetto di eventi come azione di valorizzazione culturale

Quando si parla di evento, nel linguaggio comune, si indica solitamente qualunque accadimento — sia esso naturale o artificiale — inteso come *straordinario*. È possibile associare questa definizione a due “oggetti” comunicativi diversi¹ (Pollarini in Abruzzese 2003): da un lato vi sono quei prodotti creati nel contesto delle comunicazioni di massa il cui obiettivo è quello di stimolare un interesse da parte del pubblico e/o dei mass media più alto di quello ordinario, in base ad alcune caratteristiche come rilevanza e novità del linguaggio (pensiamo ad esempio a trasmissioni–evento, film–evento ecc.); dall’altro lato vi sono occasioni di tipo essenzialmente rituale che hanno la finalità di generare adesione e senso di partecipazione degli individui a un particolare gruppo sociale o identità culturale (tra questi vi fanno parte eventi culturali, cerimoniali o comunicativi).

Sotto questo aspetto l’evento ci appare in quanto fenomeno complesso in grado di assolvere ad una molteplicità di funzioni che, in una dimensione contemporanea in continua trasformazione, viene a radicarsi nell’immaginario collettivo quale rito di

¹ POLLARINI A., *Evento*, in A. ABRUZZESE, *Lessico della comunicazione*, Meltemi, Roma 2003.

appartenenza: «un sistema di relazioni interpersonali il cui significato trova piena comprensione e applicazione in un particolare ambito comunitario»² (Pollarini in Abruzzese 2003, p. 196).

L'evento nasce dalla società — *testo da contesto* — e alla società arriva comunicando — *testo a contesto*. L'evento è comunicazione, cioè fa comunicazione attivando relazioni; è perlopiù un progetto di comunicazione della cultura che dà vita a: l'espressione, la manifestazione, la presentazione/rappresentazione di una cultura, di e per una società; la realizzazione, messa in forma di questa cultura con un senso forte di esperienza relazionale, di gruppo – comunità – collettività; l'interpretazione di questa esperienza in termini di comunicazione.³ (Dalla Segà in Argano et al., 2005, p. 33)

In tal senso la novità di questa fase storica (e, di conseguenza, dell'attuale logica degli eventi) è data dalla modificazione del concetto di comunità: la post-modernità segna infatti il passaggio sempre più evidente da un modello di comunità basate su appartenenze di ambito territoriale a un modello di “comunità vocazionali”, basate sulla condivisione di valori espressi attraverso atti di consumo. Comunità, reali e virtuali, che proprio nella dimensione dell'evento trovano una fondamentale occasione di incontro, visibilità e quindi di auto-definizione; è l'evento stesso infatti a costituire occasione di riflessivo riconoscimento e scambio in una dimensione di ritualità collettiva in grado di attribuire senso ad azioni, situazioni ed esperienze.

L'evento si configura quindi come una forma privilegiata di fruizione di tipo culturale contraddistinta da pratiche e simboli mutevoli e variabili in un contesto in cui al significato comune del termine cultura si affianca la riflessione sul concetto di

² Ivi, p. 196.

³ DALLA SEGA P., *Ideazione degli eventi culturali*, in L. ARGANO, A. BOLLO, P. DALLA SEGA, C. VIVALDA, *Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*, FrancoAngeli, Milano 2005.

“culture”, intese come espressioni che accompagnano lo sviluppo di una collettività e in grado di modificarsi e differenziarsi in relazione al moltiplicarsi delle esperienze sociali⁴ (Picone Stella, Salmieri, 2012).

In virtù della propria duttilità, ovvero della capacità di adattarsi a contesti e situazioni diverse, ma soprattutto per il fatto di porre gli individui in diretta relazione (indipendentemente dall’evoluzione dei media, della loro sapienza ed efficacia tecnologica), l’evento ha saputo attraversare i diversi stadi della comunicazione mantenendo sostanzialmente inalterate le proprie regole grammaticali.⁵ (Pollarini in *Abruzzese* 2003, p. 199)

Nel contesto contemporaneo (caratterizzato da mutati scenari abitativi e di consumo, dall’emergere di sempre rinnovate modalità di declinazione della fruizione culturale, dal moltiplicarsi di nuove comunità vocazionali in cerca di sempre rinnovate esperienze spettacolari ed effimere) gli eventi culturali, diffondendosi nel tessuto sociale e innestandosi nella scansione della vita contemporanea, hanno smesso di rappresentare l’extra-quotidiano, si sono “normalizzati” perdendo, in un certo senso, il tradizionale valore simbolico ma mantenendo, e in alcuni casi anche esasperando, le proprie caratteristiche spettacolari e relazionali. Caratteristiche progettate ed amplificate in funzione di nuovi pubblici, comunità vocazionali fortemente attratte da esperienze collettive e rituali (quali quelle proposte dagli eventi) in grado di attivare processi di aggregazione intorno a tematiche specifiche, dinamiche di scambio e riattivazione di nuova cultura.

⁴ PICONE STELLA S., SALMIERI L., *Il gioco della cultura. Attori, processi, prospettive*, Carocci Editore, Roma 2018 (2012).

⁵ *Op. cit.*, p. 196.

In uno scenario di città spettacolo, città scena, città in allestimento⁶ (Altarelli, 2006; Amendola, 2005; Ceresoli, 2005, Debord, 2001) contemporaneamente “autrici” e “sceneggiatrici” della propria cultura, che si affidano sempre più alla capacità di produrre eventi per aumentare le proprie potenzialità attrattive e seduttive, il design si propone come strumento di indagine, progetto e controllo dell’intero processo di “messa in scena” non solo dell’evento, della sua fruizione *hic et nunc*, ma anche di prefigurazione e programmazione del *post*, la “riattivazione” in termini di consolidamento della memoria, dinamica del ritorno, istituzionalizzazione nella quotidianità. In questo contesto alla “pratica del temporaneo”, fortemente connessa al tema della fruizione della cultura contemporanea, viene riconosciuto il ruolo di strumento di lettura e di progetto dell’immagine e dell’identità culturale di un contesto dato. Una pratica divisa tra progetto di una narrazione in grado di disvelare e mettere in evidenza nuovi o consolidati significati e di una relazione tra fruitore e oggetto della narrazione che si attua attraverso le dinamiche della messa in scena allestitiva. Una pratica generalmente legata a due ambiti distinti e complementari: il *mostrare*, che suppone l’uso di architetture per l’allestimento, permanenti ma sempre più spesso effimere⁷, (Polano, 2000) e il *raccontare*, che suppone l’attivazione di azioni di trasmissione dell’“oggetto”, o storia, che si va a trasferire. Queste due dimensioni, che a ragione possono dirsi inscindibili l’una dall’altra (poiché la dimensione dell’allestimento non può prescindere da un proposito descrittivo/narrativo, di contro la dimensione del racconto deve, con mezzi anche non

⁶ Cfr. ALTARELLI L., *Light City: la città in allestimento*, Meltemi Babele, Roma 2006; AMENDOLA G., *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*, Editori Laterza, Roma–Bari 1997 (2005); CERESOLI J., *La nuova scena urbana. Cittàstrattismo e urban-art*, FrancoAngeli, Milano 2005; DEBORD G., *La società dello spettacolo. Commentari alla società dello spettacolo*, Baldini&Castoldi, Milano 2001 (1990).

⁷ POLANO S., *Mostrare*, Lybra, Milano 2000.

tradizionali, essere messa in scena, quindi allestita) originano entrambe dalla vocazione fortemente narrativa dell'azione culturale. L'allestimento, e con esso il racconto, sono gli strumenti del comunicare, del trasmettere, del mettere in mostra e dello spettacolo. Proprio per questo rappresentano nella contemporaneità il mezzo più utilizzato per amplificare quella che è la vocazione comunicativa dei luoghi, per permettere loro di trasmettere significati, veicolare messaggi e raccontare storie. Si tratta di una sovrascrittura del temporaneo sul permanente, dell'intangibile sul tangibile che, come nel caso di eventi, feste, allestimenti, consente di operare azioni di trasformazione — anch'esse temporanee o permanenti — e di riscritture di significati.

Nel confronto con la globalizzazione, la smaterializzazione dei beni, la necessità di generare valore in un regime di “distinzione”, la dimensione progettuale del design si confronta con la dimensione culturale in termini di opportunità e responsabilità di progetto⁸ (Lupo, 2008). Il design può essere considerato un catalizzatore e attivatore di senso in grado di innescare azioni di identificazione, interpretazione e messa a sistema di quest'ultimo in una dinamica di creazione di valore. Non tanto una scala o ambito di applicazione quanto, piuttosto, un attivatore di azioni sostenibili di lettura, interpretazione, rappresentazione, esperienza e fruizione di beni e servizi ad alto contenuto culturale fortemente orientati all'individuo.

[Il design] interagisce con il bene [ad alto contenuto] culturale nel momento in cui questo, riconosciuto come risorsa (potremmo dire riconosciuto come valore d'uso), deve essere immesso in un sistema di scambio per produrre, direttamente o indirettamente, valore di scambio. In questo processo il design si occupa anche di dare forma al “valore di

⁸ LUPO E., *Progettare luoghi, territori e contesti. Una esperienza formativa e progettuale di meta-brand del territorio*, in «Tafter Journal», n. 7, 2008.

relazione” che si genera nel momento della fruizione del bene stesso.⁹
(Trocchianesi, 2008/09)

Il design si confronta quindi con la dimensione dell’evento, e del temporaneo più in generale, in virtù del suo essere disciplina intrinsecamente multidimensionale e multidisciplinare.

Multidisciplinare a fronte dell’ampliamento delle competenze e dell’evoluzione delle pratiche del design in un’ottica di progressivo avvicinamento alla dimensione immateriale di processi e prodotti; poiché in grado di mettere in campo ed ibridare pratiche, azioni e riflessioni che coinvolgono il progetto di artefatti, spazi, strategie e processi e di attivare interpretazioni, significati e procedure.

Multidimensionale poiché in grado di abbracciare il tema della fruizione e valorizzazione nel contesto di un progressivo ampliamento del concetto di sistema culturale che passa dal comprendere il patrimonio tradizionale (fatto di beni, monumenti e sistemi territoriali) fino a quello immateriale, ai luoghi della produzione e distribuzione della cultura e agli eventi.

Il design, nell’incontro con le dinamiche complesse dell’evento, si confronta con le dimensioni variabili del progetto di allestimento, fuori e dentro il museo, nello spazio urbano e nella dimensione digitale, come “messa in scena” di un sistema culturale complesso ma anche come metafora del “rappresentare” e del “narrare” secondo codici e linguaggi differenziati per diverse tipologie di utenti.

In questo contesto il progetto della fruizione, e cioè il progetto dell’incontro o della relazione tra la comunità e il bene, interviene su più livelli: il livello del racconto del bene stesso, con i suoi valori aggiunti che necessitano di essere interpretati, mediati

⁹ TROCCHIANESI R., *Strutture narrative e metalinguaggi design-oriented per la fruizione del patrimonio culturale*, in «Taft Journal», n. 10, 2008/09.