

Researching to innovate: New tools and languages for communication | Ricercare per innovare. Nuovi strumenti e linguaggi per comunicare

Descrizione

Innovazione è la parola d'ordine alla quale a più riprese si fa ricorso per giustificare azioni ed interventi nel settore della cultura (e non). In questo senso, è il comparto dei musei luogo eletto di sperimentazione e di introduzione di normative ad hoc, strutture gestionali e nuove pratiche. Vale la pena seguire le "innovazioni" proposte, poiché l'ambito dei musei spesso funge da paradigma per l'intero settore culturale. Non a caso, infatti, l'ultima modifica proposta dal ministro dei Beni culturali, l'istituzione del super manager, direttore unico a cui è affidato il coordinamento generale di circa quattrocento strutture museali statali, che tante polemiche ha provocato, si concentra proprio sul funzionamento del sistema dei musei. Senza voler entrare nel merito della proposta, si sottolinea, però, quanto sia importante architettare sistemi di gestione che richi amino ad una reale efficacia di funzionamento del sistema. Di innovazione si parla anche nel progetto Industria 2015 che, per il settore della cultura, individua una serie di livelli di azione basati su una logica di supporto ai sistemi innovativi (per l'appunto) per la conservazione e per la fruizione del patrimonio culturale, sottolineando quanto esso costituisca opportunità di sviluppo per un mercato di piccole e medie imprese. Lodevole e meritoria va considerata la logica che sottolinea il ruolo del settore culturale quale sistema in grado di trasmettere impulsi in termini di produttività al tessuto delle Pmi, ossatura del sistema industriale italiano, e dunque capace di contribuire al "riposizionamento del sistema industriale italiano verso attività economiche a più alto valore aggiunto" (come da articolo 1, comma 3 del Ddl); peccato soltanto che, ad oggi, non si sia ancora provveduto a dare un'idea del futuro di tali provvedimenti in ambito culturale. Fortunatamente la pratica individua una serie di confortanti esempi in tal senso, progettati e messi in atto grazie alla collaborazione tra pubbliche amministrazioni, musei e strutture di ricerca (università), che hanno intravisto nella sperimentazione e contaminazione tra linguaggi ed ambiti apparentemente distanti, la possibilità di concepire progetti all'insegna di un approccio diverso al patrimonio culturale. L'innovazione sembra, infatti, poter funzionare laddove il settore culturale mutua linguaggi appartenenti a campi

totalmente differenti; oppure nei casi in cui la fluidità, la facilità di comprensione, l'immediatezza ed il linguaggio iconico proprio della cultura, facilitano l'istituzione di percorsi di fruizione differenti da quelli tradizionali.

In questo numero di Tafter Journal si vuole sottolineare, attraverso questi casi, quanto sia elevato il valore del pensiero creativo, e quanto sia utile ricorrere alla ricerca anche a supporto di interventi nel settore culturale. Se si recuperano i dati recenti prodotti da Erc, la nuova agenzia di ricerca dell'Unione Europea, che basa il sistema di distribuzione dei fondi sul valore delle idee proposte e, dunque, sul talento dei ricercatori, emerge un dato confortante ed allarmante allo stesso tempo: prima per numero di domande, ovvero per potenzialità, talento ed elevato valore della formazione dei suoi "cervelli", l'Italia è ultima in Europa per capacità di attrarre studiosi e trattenere i propri ricercatori, i quali, pur essendo i secondi per fondi ricevuti, rimangono in pochissimi casi in patria a "spendere" questi denari, preferendo strutture più accoglienti all'estero. Una minima inversione di tendenza potrebbe essere favorita dalla creazione di una parentela con il complesso e vivace mondo della cultura, che, a sua volta, si basa spesso su attività di ricerca. I progetti presentati in questo numero riportano all'idea che la funzione primaria degli interventi culturali, siano essi ideati per e con i musei, siano interventi sui beni culturali e sui luoghi, consiste nel catalizzare il senso e, attraverso l'uso di tecnologie e linguaggi specifici, dargli forma visibile e fruibile; un processo che viene facilitato da due caratteristiche dell'esperienza culturale: da una parte uno spirito ludico garantito dal processo di creazione e, dall'altra un forte "valore relazionale" che, come ci ricorda Trocchianesi, si produce nel momento stesso del godimento di un bene o di un'esperienza culturale. Un patrimonio simbolico e relazionale, dunque, da non sperperare.

Campi meta