

hidden heritage

L'obiettivo è rendere accessibili quei 'patrimoni' o quei 'bacini culturali' tangibili e intangibili attualmente sottostimati e invisibili alla collettività. *Hidden Heritage* che rientrano a pieno titolo nelle categorie protette dalla legislazione italiana ma che non sono, in realtà, riconosciuti come tali perché poco noti o difficilmente esperibili. L'intento del progetto è quello di fornire un prodotto-servizio (replicabile e adattabile) che, veicolato tramite le diverse competenze del design (web, interazione, servizio, prodotto ed evento, comunicazione, nautica, etc.), possa rendere questi 'bacini culturali' noti e fruibili. In tal senso il digitale consente un'accessibilità remota facilitata e strategica nel favorire la conoscenza del patrimonio stesso e nel riconnettere l'utenza ad una successiva esperienza diretta e reale del bene.

metodi:

- **fare ricerca** nell'ambito del design del *Tangible e Intangible Heritage*, dei 'bacini culturali' secondari o nascosti presenti sul territorio, delle realtà che se ne occupano, degli strumenti di comunicazione e diffusione culturale contemporanei, delle tecnologie di realtà aumentata e virtuale e della loro applicazione.

- **indagare** come riconoscere un *Hidden Heritage* non ancora svelato individuando il tipo di categorizzazione necessaria per creare le basi di una narrazione.

- **coinvolgere** empaticamente nel progetto-processo gli attori principali (realtà pubbliche e private) e gli utenti finali (fruitori del servizio).

- **attuare** un lavoro interdisciplinare in cui il design è da un lato l'anello di congiunzione con gli 'altri saperi' intorno a cui ruota il progetto e dall'altro costituisce la base metodologica del progetto stesso.

- **applicare** catalogazione, categorizzazione, costruzione di reti e servizi, storytelling, eventi, tecnologie digitali, applicazioni digitali, web, realtà immersive (aumentata e virtuale).

- **sperimentare** su casi studio partendo dal *Nautical Heritage* come primo esempio emblematico di patrimonio (materiale e immateriale) non ancora completamente riconosciuto a livello italiano e 'invisibile' ad un'ampia collettività.

risultati attesi:

- **individuare** nuovi 'scenari d'uso' per rinnovate e inedite possibilità esperienziali basate sulla relazione fra utente, virtuale e reale.

- **approfondire** l'approccio 'prosev' (prodotto-servizio-evento) inserito nel contesto della valorizzazione dell'*Hidden Heritage*.

- **creare** un servizio che permetta di proporre patrimoni nascosti, di mettere in connessione eventi mostre o musei, di legare l'accessibilità diretta con quella virtuale.

- **aggiungere** un contributo diverso al grosso lavoro che si sta già facendo per promuovere i 'bacini culturali' italiani.

Conclusioni:

Partendo dall'esigenza del mondo nautico, che richiede a gran voce il riconoscimento e la valorizzazione di un patrimonio largamente sottostimato e disatteso a livello italiano, il progetto attiva una riflessione più ampia sui diversi e molteplici *Hidden Heritage*, proponendo una soluzione esperienziale declinabile su più fronti e a diverse realtà. Infine la sua applicazione potrà partire dal caso studio privilegiato del *Nautical Heritage*, considerato elemento scatenante dell'intero progetto di ricerca.

Bibliografia:

- Morozzo della Rocca, M. C. *Per un Portale del Nautical Heritage. Ricerca, azioni e proiezioni design dei servizi*, Genova University press, Genova
- Lupo, E. (2009), *Il design per i beni culturali. Pratiche e processi innovativi di valorizzazione*, Franco Angeli, Milano
- Irace, F., Ciagà, G.L., Lupo, E., Trocchianesi, R. (a cura di) (2014), *Design & cultural heritage*, Mondadori Electa, Milano
- Celaschi, F. (2009), *Innovare la fruizione. Un cammino metodologico per la valorizzazione dei beni culturali attraverso la cultura del design e della comunicazione*, in Bozzola, M. (a cura di) (2009), *D.CULT PIEMONTE. Il design per i beni culturali e ambientali*, Edizioni Lybra immagine
- Perin, L. (2017). *An introduction to service design. Design the invisible*. Bloomsbury Publishing, London
- I. Vannicola, C. (2017). *La Prosev Strategy. Il design del prodotto servizio evento*. Forma, Firenze

Contatti: giulia.zappia@fatwebnet.it

