

CAP.

ITTO.

LO.

03

**Il confronto delle teorie
e delle pratiche**

3.1.0 The Death spiral in Design¹

3.1.1 Abbiamo davvero bisogno di un'altra sedia?

DESIGNING IS NOT A PROFESSION BUT AN ATTITUDE.

It is integration of technological, social and economic requirements, biological necessities, and the psycho-physical effects of materials, shape, color, volume, and space: thinking in relationships. []

The idea of design and the profession of the designer has to be transformed from the notion of a specialist function into a generally valid attitude of resourcefulness and inventiveness which allows projects to be seen not in isolation but in relationship with the need of the individual and the community.²

————— **László Moholy-Nagy**

1 Il titolo del paragrafo cita l'editoriale di Muratovski, G. (2015). *The Death Spiral in Design*. *Journal of Design, Business & Society*. 1. 3-6. 10.1386/dbs.1.1.3_2.

2 Moholy-Nagy, L., 1947, *Vision in Motion*, Chicago, p.42

3 Rawsthorn, A. (2018). *Design as an attitude*. Ringier.

4 www.nytimes.com/2010/04/12/arts/design/12iht-design12.html

Il design, oggi, deve avere un approccio olistico, tentando di dare soluzioni ai grandi problemi del mondo, e non solo quello legato alla dimensione della produzione industriale, esclusivamente mirata al profitto.

Nella citazione introduttiva, quasi 70 anni fa, Moholy-Nagy, anticipava ciò che deve rappresentare, oggi più che mai, la disciplina del progetto, con doveri assolutamente legati a questioni di un raggio tematico ben più ampliato.

Con lo stesso spirito, e un chiaro elogio, ai concetti predetti da Nagy, Alice Rawsthorn in *Design As An Attitude*³ auspica proprio una liberazione del progetto dalla "schiavitù dell'industria", il che non implica l'esclusione dal mondo dell'impresa e/o dell'economia, bensì pone il monito a tutte quelle forme di produzione non sostenibili, dai diversi livelli di stratificazione; e ne è prova il suo account Instagram, che celebra, in modo acuto e critico, il divenire della storia contemporanea del progetto.

Lei stessa, in un articolo uscito sul New York Time nel 2010,⁴ pone un quesito nei giorni antecedenti i giorni del Salone del Mobile di Milano di quell'anno:

*Il mondo ha bisogno di un'altra sedia?
La risposta ragionevole è "no".*

————— **Alice Rawsthorn**

Proprio in quel periodo storico, quello della grande recessione avvenuta tra il 2007 e il 2013,⁵ l'industria del mobile faticava, quindi urgeva un cambio di strategia, e proprio per questo l'attenzione intellettuale del design si è spostata dalla produzione di cose tangibili, come i mobili, verso il processo astratto di applicare il design pensando a questioni etiche, come problemi sociali, ambientali o umanitari.

Questo non significa rinnegare le proprie origini, anzi, riscoprire e rivalutare il nostro modo di intendere la cultura del progetto nel vivere contemporaneo. Ciò non rende la disciplina progettuale – quella che dà vita agli oggetti che ci circondano – meno interessante di quando non sia da sempre.

Victor Papanek è stato pioniere del design sociale e sostenibile, basato sulla lotta al consumismo irresponsabile e su una presa di coscienza politica. Idee, come quella di combattere il prodotto inutile, che hanno precorso i tempi, come anche la sua missione di gettare le basi per una progettazione sensibile e responsabile in un mondo carente di risorse ed energia.

Attraverso la sua opera Papanek per primo parlò del design come strumento politico, un



Il progetto *Talking Hands* (a Treviso) che coniuga design e accoglienza, è uno di quelli citati da Alice Rawsthorn in *Design As An Attitude* come esempio di social design rilevante.

5 www.wsj.com/articles/SB1001424052702303591204575169693166352882

concetto ritenuto a suo tempo rivoluzionario, ma ora generalmente accettato: il design non consiste solo nel dare forma a qualcosa, ma è uno strumento di trasformazione che deve considerare punti di vista sociali ed etici.

È proprio di Papanek, infatti, la teoria che il buon design non sia frutto di un singolo, bensì di un gruppo di lavoro che al suo interno raccoglie specializzazioni differenti: il Minimal Design Team⁶ che spazia dal sociologo allo psicologo all'economista.

6 Papanek, V., & Fuller, R. B. (1972). *Design for the real world* (p. 22). London: Thames and Hudson.

I temi principali della sua produzione intellettuale, sviluppata soprattutto negli anni '70, oltre alla critica del consumismo che sta alla base di tutta la sua ricerca, sono l'impegno a favore delle minoranze sociali e per i bisogni di quello che all'epoca era noto come terzo mondo, l'ecologia, la sostenibilità, la creazione e la produzione che utilizzano al minimo le risorse disponibili.

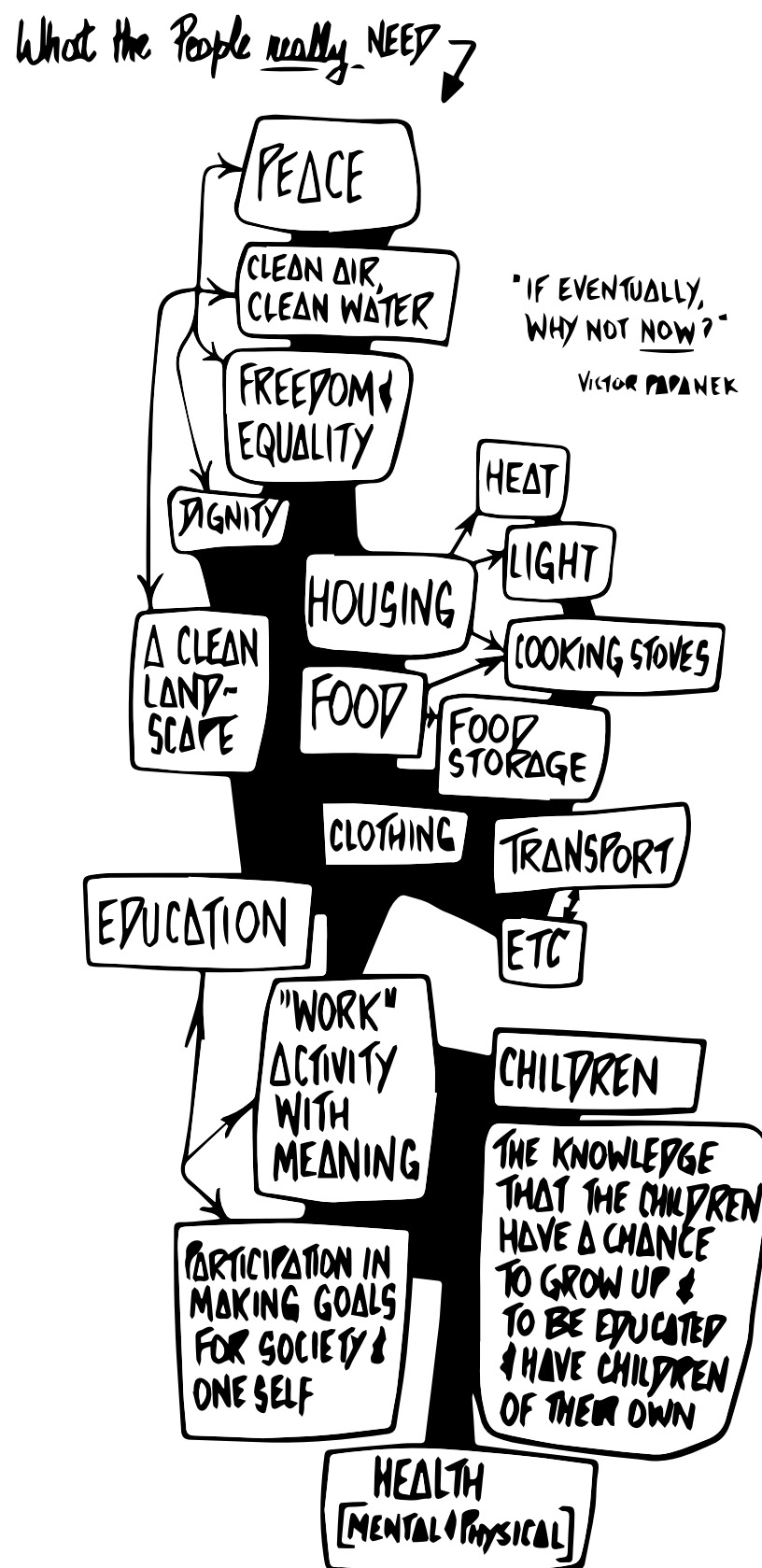
Temi visti oggi come necessità, bisogni e trend, all'epoca sembravano anacronistici e solo recentemente sono tornati in auge, dando al professore il meritato elogio per il lavoro svolto, infatti il Vitra Design Museum nel 2018, ha dedicato una retrospettiva a Papanek, *The Politics of Design*.⁷

7 www.design-museum.de/en/exhibitions/detailpages/victor-papanek-the-politics-of-design.html

Un pensiero simile viene dal preside della Facoltà di Arts, Design and Information Technology del George Brown College di Toronto e direttore dell'Institute without Boundaries, fondato da Bruce Mau, Luigi Ferrara secondo cui la fenomenologia della professione progettuale avviene attraverso l'associazione, caricandola di simbolismo per fare un punto politico, eticamente corretto.

La chiave, per Ferrara, è nell'approccio collaborativo che dovrebbe portare alla maturità quella fase che lui chiama Wisdom Economy,⁸ economia della saggezza. In questo modo, tornerà la partecipazione dell'essere umano nel design, che non sarà più dettato dalla produzione industriale ma nell'aprirsi a percorsi collaborativi con i cittadini che renderà la progettazione migliore e più efficace, dove la priorità non sarà più di capire come avere a disposizione maggiore energia per aumentare le produzioni, ma al contrario come sfruttare al meglio l'energia a disposizione.

8 Ferrara, L., Plewes, C., Kondruss, G., *Innovating projects in the Wisdom Economy in Lauria, M., Muscinelli, E., Tucci, F.* (2019). *La Produzione Del Progetto*, Santarcangelo Di Romagna: Maggioli Editore



3.1.0 The Death spiral in Design

3.1.2 Art director o project manager?

Il design, nell'accezione anglofona di progetto deve essere inteso come catalizzatore per ridefinire collettivamente la nostra relazione con la realtà. È in queste realtà che la figura del progettista, all'interno di una comunità, di natura professionale e/o sociale, diventa alleato fondamentale perché capace di trasformare le utopie odierne in realtà future attraverso le sue conoscenze e competenze, portando innovazione.

La coprogettazione prevede che attorno allo stesso tavolo siedano figure molto diverse, con ruoli diversi, ma con un obiettivo comune: trovare una soluzione e nuove idee per attivare la comunità di riferimento e all'interno della società. Nessuno è un esperto in qualsiasi ambito, ma tutti lo sono in un'area specifica, ognuno può contribuire. Attraverso lo scambio continuo e reciproco, può svilupparsi più rapidamente una sostanziale qualità delle informazioni, oltre che una coscienza collettiva.

Il design deve essere visto più come un processo critico e meno per rendere le cose belle.

Ilse Crawford

Al variare del contesto, sia in un team di professionisti o in una comunità di cittadini, l'approccio al problema o alla questione da affrontare sta radicalmente cambiando.

Project manager *ˈprɛʒɛkt mɑːnɪʒə*

Dirigente che ha il compito di gestire un singolo programma o la programmazione del lavoro in una azienda, ed è responsabile della verifica dei risultati.

Art director *ˈɑːt dɪrɛktə*

Chi ha il compito particolare di curare la scelta e l'esecuzione delle immagini, in collaborazione con il copywriter (v.), che ha la funzione di redigere i testi.

da *Enciclopedia Treccani*

Un project manager, in un'agenzia di design, dovrebbe apprezzare e comprendere la minuziosità del processo di progettazione al fine di mantenere le cose organizzate e strutturate.

L'essenza stessa della figura di un project manager è facilitare la capacità di un dato team di prosperare e raggiungere i propri obiettivi all'interno di un gruppo di persone, sia di professionisti sia di comuni cittadini, e agisce in modo di assicurare i propri interlocutori siano supportati al meglio e abbiano spazio per essere creativi e funzionali.

Di norma invece l'art director ha funzioni maggiormente votate alla creatività, in tal senso tornano alla mente le parole di Henry Poincaré⁹ all'interno del libro "Scienza e metodo", sui processi cognitivi che generano intuizioni creative:

10 Poincaré, H., 1997 Scienza e metodo, Einaudi, Torino

Un risultato nuovo ha valore, nel caso in cui stabilendo un legame tra elementi noti da tempo, ma fino ad allora sparsi e in apparenza estranei gli uni agli altri, mette ordine, immediatamente, là dove sembrava regnare il disordine.¹⁰

Henry Poincaré

Soprattutto nelle realtà aziendali medio piccole, assimilabili a contesti territoriali locali, e a causa di mancanza di risorse e per un cambio di approccio al lavoro strutturato, queste due figure si stanno via via sovrapponendo. Questo nuovo ruolo sarebbe da integrare in diversi livelli di lavori creativi nel lavoro quotidiano. Nella complessità del nostro tempo, più progetti e più voci vengono coinvolte, più le cose diventavano difficili: sapere cosa sta succedendo, allineare tutti applicando metodi creativi su larga scala, amplia le possibilità anche per il resto della società. La chiave sta nel bilanciamento fra le esigenze dei clienti, gli stakeholder interni ed esterni e la società più in generale.

10 Poincaré, H., 1997 Scienza e metodo, Einaudi, Torino, p. 49.

Il lavoro interfunzionale sta diventando il valore predefinito in un contesto professionale come quello della disciplina del design.

3.1.0 The Death spiral in Design

3.1.3 Forma e funzione di valori immateriali?

Per quanto anacronistico, e i contesti socio-economici sono diametralmente opposti, vi sono diversi punti di contatto fra la teorica forma-funzione di William Morris in epoca pre-industriale con l'epoca post-industriale contemporanea. Nel 1879, nella conferenza The Art of the People (l'arte del popolo), Morris afferma l'impossibilità «di dissociare l'arte dalla morale, dalla politica e dalla religione».

In altre parole, se si deteriorano le condizioni sociali – cosa che secondo Morris accade nella società industriale – di conseguenza frana l'arte, come pure la produzione di qualunque artefatto umano (architettura e oggetti d'uso).

Morris anticipa sorprendentemente il fulcro della critica alla società attuale da parte del movimento della Decrescita, ovvero, come afferma Latouche, la perversa tautologia della "crescita per la crescita".

I teorici della Decrescita vertono sul binomio etico-ecologico, mentre l'attenzione di Morris,¹¹ in un frangente storico non ancora segnato dai disastri ecologici si propone sul versante etico-estetico.

Nell'attuale stato socio-economico globale la componente estetico-formale converge sempre maggiormente verso quella etico-ambientale, infatti si vedono sempre più spesso progetti, prodotti, servizi e allestimenti finalizzati ad una narrativa di significato e sensibilizzazione alle tematiche sostenibili e sociali, ancor prima che il reale utilizzo o funzione del soggetto stesso. E in questo processo il fattore umano è sempre più preponderante nelle scelte, sia in quelle proattive, quindi del progettista che propone una sua visione, sia nel soggetto recevente, quindi nel pubblico o in un cliente.

Pasca afferma che, in questa dimensione, per i designer si delinea la possibilità di trovare un senso per il loro operare, al di là

11 Russo, D. (2010). *La visione sociale del design alle sue origini*.

Il principio è in chi crea, non è nel prodotto e non è nella natura: è nelle scelte dell'artefice, artigiano, artista, progettista/designer nel nostro caso. Si pone così il tema delle scelte progettuali, che sono scelte etiche ed estetiche.¹²

————— Vanni Pasca

della generale tendenza all'estetizzazione degli oggetti sul mercato, per concentrarsi sulla reale fattibilità di progetti utili a molti, con la riaffermazione della volontà di progettarli senza rinunciare alla qualità formale.

Rifiutando quindi un'idea per cui l'etica si dissocia dall'estetica in nome delle esigenze dei meno abbienti, per i quali la qualità estetica sarebbe inutile, mentre dovrebbe restare patrimonio dei consumatori/fruitori.

Ed proprio questo il nodo cruciale della questione, come già enunciato e reso manifesto dal World Design Summit di Montreal, formalizzando una posizione comune sull'uso del design per affrontare e risolvere le sfide economiche, sociali e ambientali del pianeta, in cui il design diventa motore di innovazione e competizione, crescita e sviluppo, efficienza e prosperità.

Etica ed estetica si contaminano in modo bidirezionale e l'indotto del processo progettuale risulta essere anche lo specchio della nostra società e del nostro ambiente.¹³

12 V. Pasca, *Il design nel futuro*, Enciclopedia Treccani del XXI sec., 2010, in [http://www.treccani.it/enciclopedia/il-design-nel-futuro_\(XXISecolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/il-design-nel-futuro_(XXISecolo)/).

13 Fagnoni, R., *Dare forma, la visione sociale e orientata al futuro del design in Bertirrotti, A. (2016). Diversamente uguali: Noi, gli altri, il mondo*. Edizioni Paoline.

La bellezza non è una categoria che si può definire, è un termine convenzionale. Quando dico che l'estetica è il problema del futuro, intendo dire che il mondo deve essere migliorato dal punto di vista ambientale-estetico, altrimenti si produrrà qualcosa che, da rifiuto estetico, si tramuterà in rifiuto etico, quindi politico; ecco quindi che l'estetica ha un ruolo centrale nei modelli di sviluppo della società. Mi riferisco a Brodskij, premio Nobel per la letteratura nel 1987, quando ha affermato che i paesi socialisti dell'Est sono crollati per un collasso estetico: erano talmente brutti che hanno prodotto un rifiuto culturale e politico. Per me una analisi di grande lucidità e di grande verità, perché estetica ed etica s'intrecciano in maniera molto stretta.

————— Andrea Branzi



TM/MC

MONTRÉAL
OCT. 16—25 2017

**"TUTTE LE PERSONE MERITANO DI VIVERE
IN UN MONDO BEN PROGETTATO"**

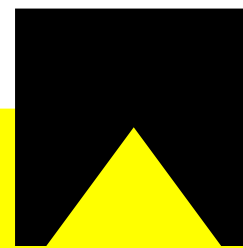
MONTRÉAL DESIGN DECLARATION

**ISSUED AT THE 2017 MONTRÉAL
WORLD DESIGN SUMMIT**

World Design Summit™ **Sommet Mondial du Design^{MC}**

MONTREAL 2017

World Design Summit



- *Il design è un agente per soluzioni sostenibili create per le persone e per supportare il nostro pianeta*
- *Il design esprime la cultura*
- *Il design aggiunge valore alla tecnologia*
- *Il design facilita il cambiamento*
- *Il design introduce l'intelligenza nelle città come base per comunicazioni migliori, ambienti più vivibili, migliore qualità della vita e comunità locali più prospere*
- *Il design risponde alla resilienza e gestisce i rischi*
- *Il design promuove lo sviluppo delle piccole e medie imprese in generale e delle industrie creative in particolare*

3.2.0 Il ruolo del designer

3.2.1 Cambiamenti socio-culturali

14 Branzi, A. (2010). *Ritratti e autoritratti di design*. Marsilio; Milano: Fondazione Cologni.

Come dice Branzi,¹⁴ il design oggi è considerabile come professione di massa, un'attività che cerca di interpretare l'estetica per le sue possibilità tecnologiche, e la tecnologia per le sue possibilità estetiche.

Si tratta quindi di una professione ibrida che incrocia competenze e conoscenze diverse. Il designer è qualcuno che sa usare sia l'arte che la tecnica. Deve essere partecipe della contemporaneità e quindi avere una visione critica della contemporaneità stessa.

15 www.businessinsider.com/the-worlds-25-best-design-schools-2012-11?IR=T#25-hong-kong-polytechnic-university-1

Secondo Businessinsider,¹⁵ valutando le prime sessanta scuole al mondo di design, si hanno centomila nuovi designer ogni anno, a cui vanno sommati gli architetti, gli ingegneri, gli artisti e altri rappresentanti del settore delle creative industries, si può parlare effettivamente di una popolazione di creativi in un contesto in cui i produttori tradizionali diminuiscono ma aumentano i creativi coinvolti o coinvolgibili in attività produttive.

Tutto questo fa sì che si possa iniziare a ragionare con figure di progettisti che sono capaci e possono interagire, anche grazie alle tecnologie ai luoghi che lo permettono, direttamente con il proprio mercato di riferimento e in questa prospettiva sono gli stessi progettisti che diventano micro-produttori o autoproduttori. Per questo motivo il design contemporaneo si struttura attraverso nuove strategie di comunicazione, promozione, rifunzionalizzazione urbana di reti commerciali e non, nuovi servizi ambientali, ricerca pura, la sperimentazione e produzione autonoma.

In questa dimensione si fa sempre più presente la figura del designer impresa (Maffei e Bianchini, 2015)¹⁶ ovvero progettisti in grado di riassumere nella sfera personale tutte le funzioni tradizionalmente riferite ad un'azienda e che vanno dalla Ricerca e Sviluppo, prototipazione, fabbricazione,

16 Maffei, S., & Bianchini, M. (2015). *La città industriale. Anatomia delle nuove comunità produttive urbane*, Laboratorio EXPO, Fondazione Feltrinelli

vendita, comunicazione, marketing e reperibilità di finanziamenti (come ad esempio il crowdfunding) in un'unica figura e in un luogo molto piccolo.

Da un lato si può parlare di artigianato aumentato, inteso come la capacità del designer di entrare in possesso di tecnologie digitali per evolvere una produzione artigianale o per ricostruire un processo artigianale laddove il progettista non possiede le capacità manuali per avere il controllo sulla produzione, dall'altra di industria semplificata, che viceversa stimola il designer a ragionare su come scomporre quel grande processo per ridurlo in un pezzo piccolo di laboratorio per poter dar vita a produzioni in sintonia con quello che è capace di fare.

Esempio è la Creative Factory,¹⁷ progetto della Design Academy di Eindhoven, in cui è stato ricostruito, in un laboratorio, il processo industriale per poter utilizzare materiali polimerici, per costruire vari tipi di oggetti attraverso stampi, come termoformatura e i rotazionali, quindi tecniche dell'industria ma completamente manualizzate per arrivare a definire nuove tipologie di prodotti artigianali. La suggestione di tale progetto è il processo sociale in cui le persone si riappropriano del controllo diretto e personale dei mezzi di produzione.

Questa è l'evidenza contemporanea di ciò che Maldonado affermava già durante gli anni di Ulm,¹⁸ in cui alla base della formazione di un designer doveva esserci la consapevolezza di considerare il proprio mestiere dalla valenza intellettuale-tecnico, e quindi un profilo in grado anche di esprimere una critica soggettiva alla dimensione in cui opera e contraria al nichilismo tecnocratico. Altresì, il progettista ha un importante ruolo sociale da cui derivano responsabilità nei confronti della collettività e la necessità di una forte impronta etica, grazie a una base culturale ampia e solida, capace di maggiore responsabilità.



17 www.designacademy.nl/study/master/student-projects/articletype/article-view/articleid/1923/the-creative-factory

18 Maldonado, T. (1995). *Che cos'è un intellettuale? Avventure e disavventure di un ruolo* (1. ed). Feltrinelli.

3.2.0 Il ruolo del designer

3.2.2 Problem solver e sense maker

**Tutti dovrebbero progettare per evitare di essere progettati.
La creazione è un atto di guerra, non un armistizio con la realtà.¹⁹**

Enzo Mari

¹⁹ www.repubblica.it/cultura/2015 - Intervista di Antonio Gnoli ad Enzo Mari

Sin dal secondo dopo guerra, possiamo constatare come si sia imposta una nuova attitudine alla progettazione, maggiormente improntata alla responsabilità sociale, con l'obiettivo di creare un metodo più inclusivo e maggiormente centrato sui bisogni dell'utente finale in modo da creare servizi, strategie e spazi che siano affini con le esigenze di quest'ultimo.

Pionieri come Victor Papanek e Jane Jacobs ed hanno fatto sì che emergesse un nuovo termine, social design, il quale fonda la sua esistenza sul fatto che spesso la progettazione assume un significato differente per chi ne è parte attiva da chi ne è parte passiva; i criteri di valutazione e le aspettative delle due possono essere molto diverse tra loro essendo centrate esclusivamente sulle qualità estetiche o tecnologiche, più in generale alle caratteristiche funzionali e mirate al problem solving del prodotto o servizio a scapito del significato culturale dello stesso; diverse possono essere le ragioni e le interpretazioni per cui si è trascurato questo lato del design: in una prospettiva socio-economica, la credenza diffusa che il disegno industriale, sia una mera branca applicativa di un sistema economico improntato al profitto e alla mercificazione che è causa della sua stessa crisi, invece in un'altra ottica, che trascende questa subalternità nei confronti degli interessi economici, quindi in linea teorica-progettuale, la tendenza al pragmatismo e a una visione esclusivamente soluzioneistica di attitudine al concetto di progetto.

Questo design emergente,²⁰ definito così da Ezio Manzini, non vuole trascurare la fenomenologia del problem solving, ma implementare ad esso un "sense making", ovvero una creazione di significati, generando narra-

²⁰ Manzini, E., 2015, *Design, When Everybody Designs An Introduction to Design for Social Innovation*, MIT Press, Cambridge

zioni che diano un sistema di senso alle soluzioni derivate dal "problem solving".

Prendendo atto di ciò che si è detto fino ad ora, il processo va analizzato su vari livelli di lettura della dicotomia "problem solving" e "sensemaking", della loro complementarità e sussistenza per la creazione di una proposta di nuova cultura del progetto nell'ambito del design sociale; quest'ultimo assume connotazioni diverse da quello tradizionale proprio per la sua intenzionalità e filosofia improntata a criteri di partecipazione. Innanzitutto bisogna capire che il design va inteso come un processo interdisciplinare, piuttosto che come una sola disciplina, proprio per questa sua natura le capacità e competenze che provengono da differenti ambiti lo rendono "open ended", ovvero un continuum in cui interagiscono attori che portano una propria specificità.

Fin dalla comparsa dell'homo sapiens, vi fu la predisposizione a capire il prossimo, accettarne le diversità e a cooperare oltre i legami familiari. L'uomo è, più di qualsiasi altro essere vivente, un animale sociale.²¹

²¹ Aronson, E. (2006). *L'animale sociale*. Apogeo Editore.

A maggior ragione in una società complessa come la nostra che è quella di internet e dei social network, dove la condivisione, la connessione e il cambiamento (purtroppo anche nelle accezioni negative) avvengono in modo globale e non più circoscritto e molto più velocemente di quanto non accadesse nel secolo scorso.

In tutto il mondo centinaia di migliaia di persone, gruppi, organizzazioni confrontandosi con problemi difficili, sperimentano soluzioni originali e indicano nuovi modi di vivere e la via verso un'innovazione sociale per un benessere collettivo. Quest'ondata di innovazioni sociali sono radicali e promosse dal basso, una sorta di risorgimento del proletariato del terzo millennio, basate sulla partecipazione e la condivisione, talvolta ottenendo risultati assolutamente positivi.

Negli ultimi anni si è parlato molto della "sharing economy", ovvero l'economia della collaborazione, un esempio è sicuramente il carpooling, modalità di trasporto che consiste nella condivisione di automobili private tra un gruppo di persone, riducendo i costi del tra-

sporto e promuovendo la mobilità sostenibile, da cui si generano altre sovrastrutture che si traducono in nuove regole (cartellonistica stradale apposita), nuove imprese (carpooling, it e Blablacar) e nuove tecnologie dedicate (Uber); ovviamente questo modello può avere alcuni limiti e portare con sé altre problematiche (sicurezza dell'utente e rivolta dei taxiisti) ma come si è prima citato, questo fenomeno è un processo in continuo divenire: trovata una soluzione, potrebbero incorrere altri problemi a cui si troveranno diverse soluzioni.²²

22 www.roma.repubblica.it/cronaca/2017/02/24/news/la_lettera_caro_tassista_prova_a_intercettare_il_carro_della_tecnologia-159072589/

In ogni caso il nodo cruciale della questione sta nel fatto che queste reti collaborative hanno rotto alcuni elementi di ciò che è stato una delle linee portanti della modernizzazione e dello sviluppo, volendo anche d'impronta capitalistica, l'individualizzazione, arrivando addirittura all'*alienazione* che è quel processo che estranea un essere umano da ciò che fa fino al punto di non riconoscersi in se stesso.

In questa prospettiva di sharing ideas, si dà spazio a persone che collaborando, ottengono risultati analizzando ed intervenendo negli aspetti della vita quotidiana come l'abitare, il cibo e il trasporto. Ciò avviene, non ancora in maniera maggioritaria, ma sicuramente con lo stesso elemento comune: la collaborazione. Si ottengono risultati tangibili sicuramente, ma al tempo stesso si generano anche dei beni relazionali, ossia legami tra persone come l'amicizia, la fiducia reciproca e il senso d'appartenenza; quindi sviluppando reti collaborative²³ si vengono ad instaurare beni relazionali, sotto prodotto di grande valore sociale, e su cui si potrebbe e dovrebbe costruire una nuova idea di prosperità, perché a differenza di altri beni, come quelli materiali, non sono costretti da limiti ambientali: se ci sono tante persone che hanno fiducia l'un l'altra, che hanno atteggiamenti amichevoli, non si toglie niente al fatto che queste possano averne con tante altre. La costruzione di beni relazionali è uno dei presupposti per creare un'idea di futuro di benessere. Queste relazioni tra persone, sviluppandosi, diventano beni comuni, generati e gestiti da una comunità che si rende responsabile.

Alienazione: in Marx, tipico dei rapporti di produzione capitalistici, attraverso il quale ciò che è proprio dell'uomo, in quanto frutto del suo lavoro, gli diviene estraneo o gli viene sottratto

23 Manzini, E. (2018). *Politiche del quotidiano: progetti di vita che cambiano il mondo*. Edizioni di Comunità: Roma

Sarebbe, in un certo senso, un ritorno alle origini, ma l'applicazione di questa attitudine trasposta in una realtà urbana sarebbe il risultato di un bene comune. Perché questo possa accadere non basta una singola persona, ma si rende necessario, un sistema di relazioni, che creano beni comuni sociali ponendo le basi e le condizioni in cui sviluppare capacità collaborative che nel tempo si sono perse.

Richard Sennett²⁴ dice che le società contemporanee ci stanno "de-skilling", togliendo la capacità alla collaborazione, tutto ciò che si è detto finora è la dimostrazione di come questi meccanismi possano invece funzionare.

La progettazione sta nell'organizzare le reti collaborative, o almeno in alcuni dei loro aspetti, puntando alla creazione di beni sociali, ed è proprio questo ciò che deve fare il design per l'innovazione sociale.

La ricerca nelle scienze naturali si occupa di come stanno le cose. La ricerca in progettazione (scienze artificiali) analizza come le cose dovrebbero essere, inventando artefatti per raggiungere quella determinata situazione.²⁵

24 Sennett, R. (2014). *Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione* (A. Bottini, Trad.). Milano: Feltrinelli.

25 Simon, H. A. (1969). *The Sciences of the Artificial*. (1988) *Le scienze dell'artificiale* (A. Trani, Trad.). Bologna: Il Mulino.

«Everyone designs who devise courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones. The intellectual activity that produces material artifacts is no different fundamentally from the one that prescribes remedies for a sick patient or the one that devises a new sales plan for a company or a social welfare policy for a state»⁷

Herbert Simon

Il contributo del progettista esperto,²⁶ di chi ha seguito degli studi e acquisito nozioni tecniche, è di riuscire ad immaginare ecosistemi favorevoli, cioè rendere le condizioni favorevoli perché altri si mettano in moto, in un mondo dove tutti progettano, creando soluzioni, nozioni culturali e relazioni infrastrutturali. Con ciò si vuol dire che il design va interpretato come una capacità umana intrinseca nell'individuo:

26 Manzini, E., 2015, *Design, When Everybody Designs An Introduction to Design for Social Innovation*, MIT Press, Cambridge

» Senso critico: » una cosa non va?
 » Creatività: » vediamo come fare
 » Senso pratico: » in che modo poterlo fare

3.2.0 Il ruolo del designer

3.2.3 Modalità e conoscenze del designer

27 www.designintech.report/2019/03/09/design-in-tech-report-2019/

John Maeda nel suo ultimo "Design in Tech Report 2019"²⁷ descrive come il modo in cui il design è praticato oggi nel mondo hi-tech e di come sia diverso rispetto a 10 anni fa.

Per quanto il rapporto tra tecnologia e design si discosti leggermente dalle tematiche precedentemente descritte, in cui la componente del business digitale passa in secondo piano, risulta interessante invece la prospettiva con cui l'autore si avvicina alle tematiche della progettazione in senso più ampio e trascendendo dalla dimensione ipertecnologica. Nel report individua tre tipi di design: Classical design, Design thinking e Computational design che applica cioè strategie computazionali al processo progettuale e trova soluzioni logiche e creative capaci di promuovere efficienza e innovazione.

Questa categorizzazione non implica però né l'evangelizzazione né tanto meno una glorificazione della disciplina, come invece spesso avviene, ma intesa come meccanismo di un processo molto più ampio.

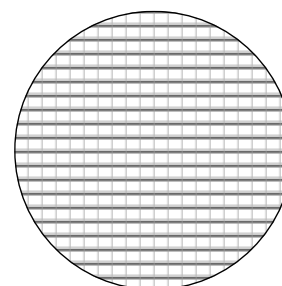
Nelle aziende tecnologiche il design deve svolgere un ruolo secondario piuttosto che un ruolo di leadership, Maeda afferma, che "il design dovrebbe essere come un attore o attrice non protagonista per i personaggi principali di un'azienda tecnologica, quali sviluppatori e product manager".

Secondo questa teoria i designer dovrebbero concentrarsi sull'essere buoni compagni di squadra piuttosto che leader. In molti casi l'estrema estetizzazione di un prodotto o di un'azienda distrae dalla visione reale: realizzare progetti che risolvano i problemi delle persone. Per Maeda, il design assume un ruolo di supporto a diversi tipologie di processi, anche esterni a dinamiche aziendali, una questione che deve essere da monitorato per una presa di coscienza della disciplina in mondo da ampliarne lo spettro d'azione.

There are three kinds of design.

01 *There's a right way to make what is perfect, crafted, and complete.*

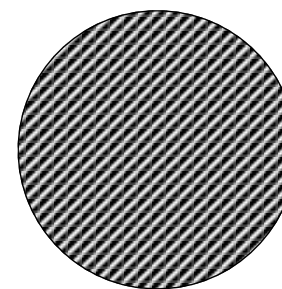
Classical Design



Driver/ the Industrial Revolution, and prior to that at least a few millennia of ferment.

02 *Because execution has outpaced innovation, and experience matters.*

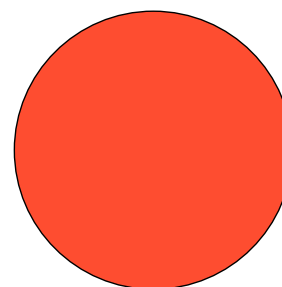
Design Thinking



Driver/ the need to innovate in relation to individual customer needs requires empathy.

03 *Design for billions of individual people and in real time, is at scale and TBD.*

Computational Design



Driver/ the impact of Moore's Law, mobile computing, and the latest tech paradigms.

3.3.0 Il ruolo del design

3.3.1 Design sistemico

Tutte le grandi trasformazioni erano impensabili fino a quando non sono successe davvero; il fatto che un sistema di pensiero sia così radicato non significa che non può cambiare.²⁸

Edgar Morin

28 Morin, E., & Corbani, M. (1993). *Introduzione al pensiero complesso*. Milano: Sperling & Kupfer.

Chi compra un prodotto spesso lo fa per sentirsi parte di un gruppo sociale, e quindi quella decisione è indotta da un momentaneo desiderio e non da una reale necessità.

La reale possibilità evolutiva sta nel ribaltare i valori che sono radicati nella società contemporanea porre l'essere dinanzi all'avere e quindi al centro delle nostre azioni, perciò la consapevolezza di questo valore non avviene tramite mezzi esterni ma attraverso la percezione delle necessità legate alla preservazione dell'esistenza di ciascuno, che vuol dire relazionarsi armonicamente con l'intorno è fondamentale.

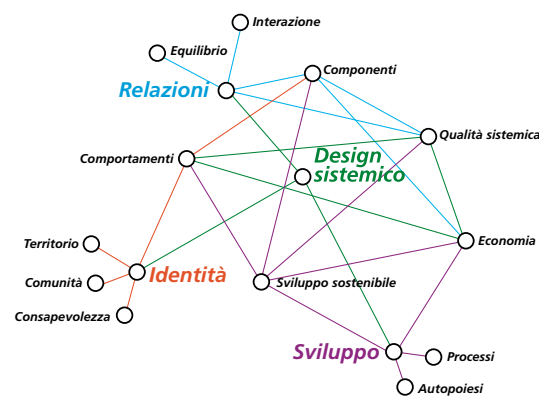
Come designer ci si dovrà chiedere se vorremo progettare solamente il prodotto, o vorremo progettare per l'uomo.

Il design nel tempo è diventato un punto di riferimento per lo sviluppo dell'innovazione, creando sempre più nuovi prodotti, ma ha però relegato a un ambito più tecnico/tecnologico tutte quelle problematiche riguardo l'utilizzo delle materie prime, dell'energia, smaltimento e scarti di produzione, che però devono essere conosciuti e far parte della progettazione.²⁹

Non bisogna focalizzarsi solo sul prodotto, ma integrare anche tutto il complesso di relazioni generate dal processo produttivo. Il focus del design sistemico quindi è l'uomo, inserito nel sistema in cui vive e in cui attiva le proprie relazioni. Devono vivere armonicamente processo industriale, agricoltura, la società con il sistema naturale (la natura) nello stesso contesto territoriale.

29 Gallio, V., *Artigianato, comunità e territorio: un sistema complesso*, p. 61-72, in Bistagnino, L. (2016) *microMACRO, micro relazioni come rete vitale del sistema economico e produttivo*. Milano: Edizioni Ambiente

Il Design sistemico è quella metodologia di progettazione olistica, il cui ambito rizomatico definisce un sistema come un agglomerato di sistemi, una rete di soggetti legati da relazioni e flussi di materia, energia, informazioni, che generano un aumento del flow economico e nuove opportunità di lavoro, secondo la funzione bilaterale output – input, in cui gli scarti, o comunque le eccedenze, di un sistema diventano risorse per un altro.



Lanzavecchia, C. (2012). *Il fare ecologico. (versione aggiornata)* Paravia, Turin, 8.

Solo attraverso meccanismi autopoietici i sistemi si sostengono e si riproducono autonomamente, generando relazione intrinseche ed estrinseche rendendo il sistema stesso aperto, dove potenzialmente ciascun elemento può risultare strategico. Questi sistemi aperti che si sono messi in azione si sostengono e si riproducono autonomamente coevolvendo congiuntamente e ottimizzando tutte le parti all'interno dell'ecosistema in modo coerente le une con le altre. Tuttavia il contesto in cui si opera è fondamentale e prioritario rispetto all'esterno, infatti agire localmente permette di valorizzare le risorse interne di uomini, cultura e materia, accompagnando e gestendo, in tutte le fasi di sviluppo del progetto, un dialogo vicendevole tra i vari attori di questo terreno culturale, risolvendo problematiche e creando nuove opportunità in loco. In definitiva, l'uomo diventa centro del progetto: l'uomo relazionato al proprio contesto ambientale, sociale, culturale e etico.³⁰

30 Germak, C., Bistagnino, L., & Celaschi, F. (2008). *Uomo al centro del progetto-Design per un nuovo umanesimo* Man at the Centre of the Project-Design for a New Humanism. Umberto Allemandi & C., Torino.

3.3.0 Il ruolo del design

3.3.2 Design per l'innovazione sociale

Definiamo innovazioni sociali le nuove idee (prodotti, servizi e modelli) che soddisfano dei bisogni sociali (in modo più efficace delle alternative esistenti) e che allo stesso tempo creano nuove relazioni e nuove collaborazioni. In altre parole, innovazioni che sono buone per la società e che accrescono le possibilità di azione per la società stessa.³¹

————— **Geoff Mulgan**

³¹ Murray, R., Grice, J.C., Mulgan, G., (2011), *Libro bianco sull'innovazione sociale. Versione in italiano* scaricabile su: <http://www.societing.org/2011/06/il-libro-bianco-dellinnovazione-socialefeel-the-innovation/>

Il Design per il sociale è emerso come un fenomeno discorsivo (Service design, social design, design thinking, design for social innovation) risultante dalla confluenza di diversi fattori, tra cui la crescente visibilità della progettazione strategica, l'innovazione sociale e l'imprenditorialità, l'austerità politica, lo spostamento dei meccanismi di governance verso principi, regole e procedure di gestione di una società aperta e/o di rete.

Per guidare la transizione delle imprese cooperative e delle imprese sociali, il design va inteso come strumento di progettazione che deve necessariamente interagire con altri campi adiacenti, in particolare creare relazioni con quello economico, con la pianificazione territoriale e con il terzo settore.

Poiché le relazioni, non si possono progettare, quello che si può fare è di intervenire sul loro ambiente: progettare dei sistemi di prodotti, servizi e comunicazione che rendono una data maniera di essere e di fare più facile, più interessante e quindi più probabile, e quindi ambienti sociali fisico-digitali più favorevoli.

Questi ambienti, secondo Manzini,³² sono le comunità di luogo, nuove comunità che si collocano nello spazio producendo un luogo ibrido tra il fisico e il digitale determinando anche la continuità temporale della quotidianità.

³² Manzini, E. (2018). *Politiche del quotidiano: progetti di vita che cambiano il mondo*. Edizioni di Comunità: Roma

Il capitale umano che si viene a formare in questi contesti, deve conoscere e saper utilizzare strumenti e metodi di co-progettazione, saper co-creare risposte progettuali ai bisogni e alle sfide del territorio avvicinandosi in maniera processuale ad un progetto-sistema che nella maggior parte dei casi avviene in situazioni di una forte antropizzazione.

Gli ambiti applicativi si sviluppano in quattro aree chiave che spesso sono trasversali e sovrapponibili:

- Design per la coesione sociale, categoria che comprende azioni sulla progettazione di interventi negli spazi pubblici come promozione dello sviluppo urbano finalizzato all'inclusività dei cittadini. Attraverso interventi strategici designer e residenti possono introdurre vitalità nella loro contesto urbano, supportare interazioni sociali e riappropriarsi di spazi urbani.
- Design per la rigenerazione dei commons, riattivazione e manutenzione di luoghi pubblici (spesso in stato di degrado) attraverso interventi in stretta collaborazione con la comunità di luogo, corroborata dai processi di co-design e dalle strategie di costruzione della comunità.
- Design per la produzione urbana, si manifesta attraverso filiere economiche alternative, come ad esempio i DES (Distretti di economia solidale) in cui i soggetti partecipanti si aiutano a vicenda per soddisfare quanto più possibile le proprie necessità, promuovendo nuove catene di valore, forme innovative di network sociale. A tal fine, le aziende più piccole, con l'obiettivo di integrare nello scenario urbano diversi attori.
- Design per l'infrastrutture urbana. La città viene percepita come una serie di ecosistemi in cui coesistono una moltitudine di comunità, comunità di comunità e reti sociali, in questa dimensione il design è in grado di sviluppare e strutturare piazze fisiche e piazze digitali.

3.3.0 Il ruolo del design

3.3.3 Design strategico

La forma materiale è solo l'espressione di un sistema ben più complesso di valori che si articola in un continuum di aspetti materiali e immateriali. Le capacità che sono proprie della disciplina favoriscono visione, fluidificano conoscenza, analizzano contesti, costruiscono storie e danno senso alle strategie.

L'evoluzione moderna delle tecnologie ha fatto sì che la progettazione dei prodotti e servizi sia negli anni cambiata spostandosi sempre di più da quello che è il prodotto vero e proprio a ciò che l'utente finale dovrà fruire, è quindi necessario pensare a nuove metodologie per predisporre le condizioni ottimali in modo da garantire all'utente il modo più ottimale possibile per fruirne.

Il design strategico³³ si inserisce in questo contesto, analizzando le modalità del consumo contemporaneo e come un determinato sistema, non necessariamente commerciale, risponde a queste esigenze di consumo. Da ciò è emerso un progressivo aumento di integrazione dell'utente finale, applicabile sia nel b2b e nel b2c, e quindi un progressivo coinvolgimento dell'utente nella creazione del valore, aggiungendo aspetti significativi all'offerta.

Il design strategico pone al centro dell'attività di progettazione il sistema-prodotto, ovvero l'insieme integrato di prodotti, servizi e comunicazione con cui un'impresa, o un'organizzazione in senso più ampio, si presenta al proprio pubblico e si colloca nella società dando forma alla propria strategia.

L'evoluzione della disciplina ha attraversato diverse implementazioni di processo: dal solo prodotto si è aggiunto lo storytelling inerente al tema della comunicazione del prodotto. Dopo di che si è aggiunto il servizio, che stabilisce una relazione con l'utente finale e riesce a connettere chi offre con chi fruisce. In fine l'experience, che coinvolge l'utente anche sul piano emotivo psicologico.

33 Zurlo, F., *Della relazione tra strategia e design: note critiche in Manzini, E., Baulé, G., & Bertola, P. (2004). Design multiverso: appunti di fenomenologia del design. Milano: Poli.design.*

È evidente come il ruolo del progettista e il ruolo dell'industria sta cambiando, tendendo alla creazione di prodotti, non più chiusi definiti e conclusi, ma prodotti che abilitino il consumatore finale a metterci qualcosa di proprio in modo da poter realmente riconoscersi nelle proprie scelte.

Questa necessità nasce da una progressiva commoditification delle merci, un termine riconducibile alla tradizione marxista identificabile come "feticismo delle merci" che dissocia ogni rapporto umano e sociale in semplici rapporti fra cose, autonome rispetto a chi le ha prodotte e così dimenticando che ogni oggetto è il frutto del lavoro umano.

Secondo Tom Peters,³⁴ per contrastare questo fenomeno della commodification, si attuano strategie affinché questi beni indifferenziati possano acquisire valore, declinando su diversi versanti in diversi ambiti il progetto.

Il design strategico deve promuovere il fenomeno di mass customization, processo di replica in scala di un prodotto mirando alla fruizione diversificata da tanti soggetti diversi che vanno a personalizzare la propria esperienza di utilizzo.

Il design³⁵ con la sua capacità di analisi dei cambiamenti e di disegnare futuri plausibili tramite i segnali che emergono dalla tecnologia, dalla società, dalla cultura, offre la possibilità di:

- see - vedere e interpretare il contesto
- foresee - prevedere e costruire scenari futuri
- make other see - presentare e comunicare scenari e soluzioni

con il tentativo di cristallizzare questi segnali in scenari.

Servizi innovativi e soluzioni collaborative stanno già rivoluzionando la nostra quotidianità e in questo senso, oggi anche la politica dovrebbe ispirarsi al design, dotandosi di migliori strumenti per comprendere i problemi reali ed elaborare le possibili soluzioni per cogliere appieno le opportunità dei cambiamenti oggi in atto.

34 Peters, T., & Mazza, A. (2010). *Le piccole grandi cose. Sperling & Kupfer.*

35 Best, K., & Zurlo, F. (2016). *Design management gestire strategie, processi e implementazione. Bologna: Zanichelli.*

3.3.0 Il ruolo del design

3.3.4 Design per il territorio

36 La Pietra, U. (1988). *Genius loci* (Vol. 28). Alinea.

Il primo ad avere coniato il termine design territoriale è Ugo La Pietra³⁶ che, in controtendenza rispetto ai tempi (è del 1988 la mostra "Genius Loci" ad Abitare il tempo a Verona), riscopriva il valore dei saperi e dei materiali locali e di quell'artigianato che si faceva colto interprete dei territori italiani.

Il ruolo del design in relazione al contesto territoriale sta profondamente cambiando e se sono evidenti le nuove sfide tematiche, sia da un punto di vista stanziale, quindi per quelle persone che abitano e vivono un determinato luogo, sia per chi invece è transitorio, come turisti, studenti fuori sede o trasfertisti.

La celebre espressione di Ernesto Nathan Rogers "dal cucchiaino alla città" ben rappresenta l'approccio che i designer amano tessere rapporti di fiducia e creatività con i futuri utilizzatori dei loro prodotti e sono inclini al lavoro collaborativo, specialmente nell'ambito della produzione artigianale e industriale.³⁷

————— Jean-Jacques Terrin

37 Terrin, J. J. (2015). *Dal cucchiaino alla città. IN_BO. Ricerche e progetti per il territorio, la città e l'architettura*, 6(3).

E in questo senso anche il rapporto con il territorio, il motore principale deve essere l'innovazione, attraverso la collaboratività e la cooperazione in cui il progettista professionista assume il ruolo di mediatore e interprete di necessità e desideria locali.

Le professionalità che il progettista per e del territorio deve possedere, vanno ad impattare direttamente sulla creazione di nuove opportunità sostenibili per le imprese, nel senso lato di azione, per lo sviluppo di nuove competenze sociali e che abbia ricadute sul benessere collettivo della popolazione.

In un'era globalizzata e iperconnessa come quella odierna, la valorizzazione di peculiarità locali, si amplificano grazie alla programmazione strutturata di una visione d'insieme, il territorio, deve percepirsi ed

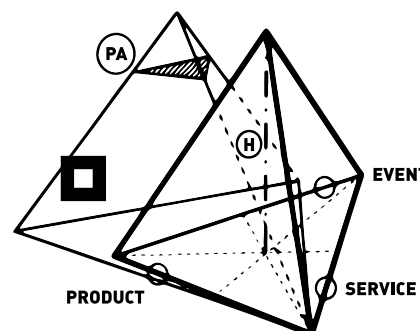
essere percepito come un organismo vivente in continua trasformazione e in continuo divenire, contaminandosi dal macro al micro con le diverse soggettività globali, attraverso l'abilitazione delle tecnologie digitali.

Azioni come la rigenerazione urbana,³⁸ che interessa ambiti tematici diversi, dalla dimensione culturale a quella economica, vede un sempre maggior coinvolgimento delle persone in percorsi partecipativi, come ad esempio gli spazi pubblici riadibiti ad ospitare eventi, mostre temporanee e temporary shop.

E allo stesso modo la progressiva e "adozione" da parte di associazioni e abitanti, per svolgere attività a carattere sociale, riabilita luoghi come le piazze. Questo vuol dire concepire il territorio come un bene non solo socioculturale e naturale, ma anche economico e quindi legato alle specificità e caratteristiche produttive.³⁹

Il "territorial designer" ha quindi il compito di interfacciarsi, oltre che con la comunità locale, anche alla rete di imprese che operano e lavorano su un territorio al fine di determinare strategie comuni per favorire l'identificabilità e il marketing del luogo stesso, consentendo anche alla singola impresa, la messa a punto del proprio prodotto e della propria proposta commerciale, congruente alle imprese del proprio distretto.

Inoltre, data la natura e l'incommensurabile patrimonio che le terre italiane offrono, questa figura, attraverso pratiche design-oriented, andrà a contaminare le azioni delle imprese turistiche per la riorganizzazione dell'offerta, attraverso una strategia olistica e sistemica secondo le logiche - prodotto - servizio - evento.⁴⁰



38 Villari, B. (2012). *Design per il territorio: Un approccio community centred*. F. Angeli.

39 Follesa, S. (2013). *Design & identità: Progettare per i luoghi*. FrancoAngeli.

40 Vannicola, C. (2017). *La prosev strategy: Il design del prodotto servizio evento*. Firenze: Forma.

La prosev strategy

3.3.0 Il ruolo del design

3.3.4 Design dei processi

Partendo dal presupposto che nei processi di progettazione dei servizi il valore non risiede solo nei prodotti o servizi stessi né nei significati ad essi attribuiti attraverso il marchio ma emerge nella pratica stessa della progettazione.⁴¹

Shove, Watson e Ingram

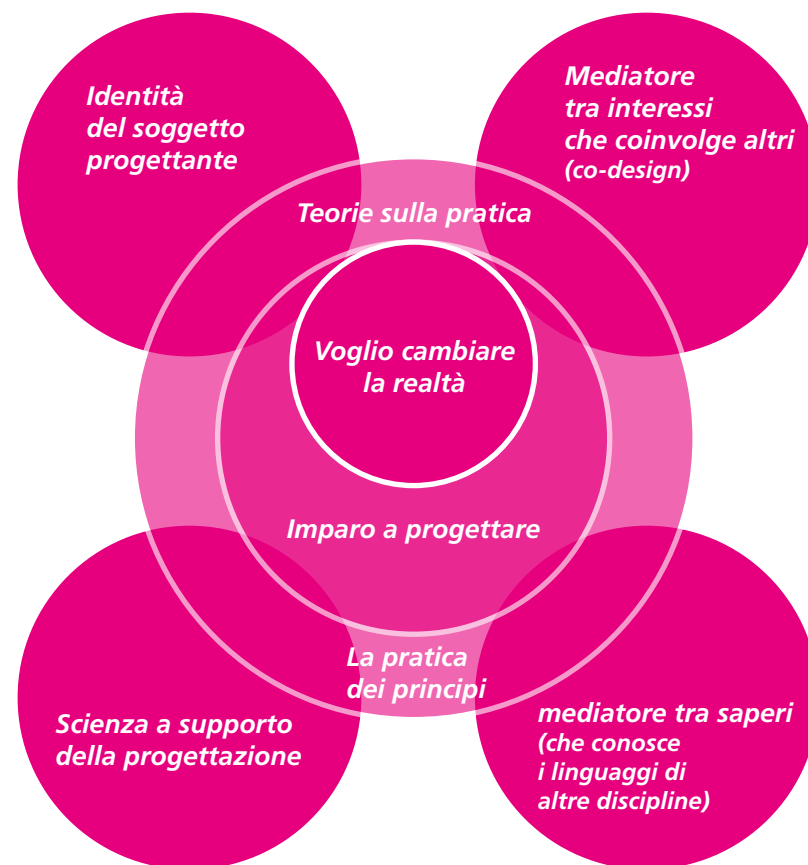
41 Shove, E., Watson, M., & Ingram, J. (2005, September). The value of design and the design of value. In *Joining Forces*, Design Conference, Helsinki.

La base teorica di questo approccio disciplinare è di accompagnare il processo ideativo e creativo della fase progettuale attraverso le conoscenze teoriche relative alle modalità sensoriali che influenzano l'agire umano nel suo relazionarsi con gli oggetti e gli ambienti che lo circondano.

I processi di innovazione, innescati dai percorsi di design, sono gli entry point per ridisegnare le organizzazioni e il sistema strutturale di diverse realtà. Molti processi di design dei servizi danno vita all'inserimento di nuove figure organizzative o al design di nuove aree di (come per esempio l'area ricerca e sviluppo) che rendono il fare organizzativo capace di interagire con i complessi processi di open innovation e che diventano spesso un touchpoint di un sistema integrato di servizi che riconnette le forme aggregative con il mondo esterno (nuovi target, possibilità di scalare, di incontrare esperienze che provengono da altri mondi).

Nel progettare secondo le logiche del design l'esito non è mai uguale, e ciò significa che nel processo la variabile soggettiva determina l'esito in modo più che condizionante. Ed è per questo che il ruolo del progettista assume un ruolo fondamentale. Celaschi, in coda al saggio "Non industrial design",⁴² utilizza una affascinante allegoria per descrivere il design prometeico contemporaneo, che consiste in quattro diversi punti di vista, o come li definisce l'autore "Pianeti", che definiscono rispettivamente fenomenologie processuali di come la disciplina si attiva.

42 Celaschi, F. (2016). *Non industrial design: contributi al discorso progettuale*. Bologna: Luca Sossella Editore



Schemi di una fiaba mitologica in Celaschi, F. (2016). *Non industrial design: contributi al discorso progettuale*. Bologna: Luca Sossella Editore

