



Design after Modernity

Il numero monografico di **diid** con il titolo *Design After Modernity*, propone una riflessione sul tema della modernità e della sua attualità in rapporto alle questioni del progetto di Design, aprendo il dibattito sulla ricomposizione e la ri-articolazione del nostro tempo, oltre la nostalgia verso un passato che potrebbe diventare un rifugio e per fuggire da un futuro che si presenta come incerto, se non come minaccia.

Dopo i grandi progetti collettivi, l'idea di progresso si privatizza in un presente onnivoro e apre una serie di questioni: quale è il destino del progetto in un tempo che rinuncia allo sviluppo progressivo della storia? Se il progetto dell'artificiale è la rappresentazione della nostra cultura materiale, quali sono le forme che riescono a interpretare ancora un progetto collettivo?

Design After Modernity intende indagare sull'attualità del progetto moderno e le sue espressioni contemporanee nel progetto di Design. Chiosando Amleto, che esclama "Time is Out of joint" dopo aver incontrato il fantasma del padre, se il nostro tempo è scardinato: "che proprio io sia nato per rimetterlo in sesto?" Sarà il Design a ricostruire un'idea collettiva di futuro?

Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Sabrina Lucibello

Elisabetta Benelli
Lucilla Calogero
Manuela Celi
Federica Dal Falco
Annalisa Di Roma
Elena Maria Formia
Angela Giambattista
Denver Hendricks
Lorenzo Imbesi
Carla Langella
Francesca La Rocca
Beatrice Lerma
Giuseppe Losco
Viktor Malakuczi
Ezio Manzini
Tonino Paris
Maria Antonietta Sbordone



diid
disegno industriale | industrial design
Rivista quadrimestrale

Fondata da
Tonino Paris
Registrazione presso il Tribunale di Roma 86/2002 del 6 Marzo 2002

N°64/18
Design after Modernity

ISSN
1594-8528

ISBN
9788832080087

Anno
XVI

Direttore | Editor In-Chief
Tonino Paris

Comitato Direttivo | Editors Board
Mario Buono, Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Francesca La Rocca, Giuseppe Losco, Sabrina Lucibello

Comitato Scientifico | Scientific Board
Andrea Branzi
Politecnico di Milano | Milano (Italy)
Bruno Siciliano
Università degli Studi di Napoli Federico II | Napoli (Italy)
Stefano Marzano
Founding DEAN, THINK School of Creative Leadership | Amsterdam (Netherlands)
Sebastián García Garrido
Universidad de Málaga | Malaga (Spain)

Comitato Editoriale | Editorial Advisory Board
Luca Bradini, Carlo Vannicola, Sonia Capece, Enza Migliore, Chiara Scarpitti, Andrea Lupacchini, Federico Oppedisano, Lucia Pietroni, Carlo Vinti

Redazione | Editorial Staff
Roma
Zoe Balmas, Alex Coppola, Marta Laureti, Xu Li, Orkide Mossaffa, Alessio Paoletti, Masha Zolotova
Napoli
Francesca Cascone, Veronica De Salvo, Giovanna Giugliano, Elena Laudante
Camerino
Mauro Amurri, Giuseppe Carfagna, Daniele Galloppo, Jacopo Mascitti, Davide Paciotti

Progetto grafico | Graphic Layout
Zoe Balmas

Curatori | Guest Editors diid 64
Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Sabrina Lucibello

Indice

Editorial

Time is out of joint. O cursed spite, that ever I was born to set it right > Tonino Paris 5

Think

Il design e le metamorfosi della modernità > Lorenzo Imbesi 14

Brillante e precario > Francesca La Rocca 22

I caratteri distintivi della modernità nella cultura del design > Giuseppe Losco 31

Un'intelligenza progettuale collettiva. Premesse per una nuova civilizzazione
> Ezio Manzini 40

Think gallery 48

Make

Design come facilitatore delle logiche di condivisione e accesso > Lucilla Calogero 62

L'aspetto metafisico dell'oggetto nella modernità > Elisabetta Benelli 70

I materiali dopo la modernità: visioni distopiche di futuro come un innesco per
nuove esperienze materiche > Manuela Celi, Valentina Rognoli 78

Modernità e declino: il design senza committenza > Beatrice Lerma 86

Approcci computazionali ai valori del Modernismo > Viktor Malakuczi 95

Di materia e di senso. La contemporaneità discronica del design e della moda
> Maria Antonietta Sbordone 103

Make gallery 112

Focus

Ritorno al futuro. Il fattore tempo e i futures studies nell'approccio design-driven
all'innovazione > Flaviano Celaschi, Elena Maria Formia, Carlo Franzato 126

Corpi, design, post umano. Modernità, ancora? > Federica Dal Falco 134

La complessità tra funzione ed esperienza d'uso del prodotto > Annalisa Di Roma 142

Are we (still) Human? > Angela Giambattista 149

Design e scienza: tracce di una nuova modernità > Carla Langella 155

Focus gallery 164

Maestri

Ettore Sottsass letterato. Frammenti > Tonino Paris 177

Think



Il design e le metamorfosi della modernità

Lorenzo Imbesi

Brillante e precario

Francesca La Rocca

I caratteri distintivi della modernità
nella cultura del design

Giuseppe Losco

Un'intelligenza progettuale collettiva.
Premesse per una nuova civilizzazione

Ezio Manzini

I caratteri distintivi della modernità nella cultura del design

Il concetto di modernità, in campo semantico, è stato declinato secondo molteplici visioni legate a modalità e processi di cambiamento che hanno coinvolto i vari aspetti, sociologici, economici, politici, psicologici e culturali delle società. Il concetto di modernità si riferisce, in senso letterale, a ciò che indica adesione allo spirito, al gusto e ai caratteri del proprio tempo o ai tempi più vicini e per lo più include aspetti e caratteristiche quali l'idea di progresso, emancipazione, evoluzione e innovazione della società rispetto a quanto di tradizionale e convenzionale ha rappresentato, invece, il passato prossimo o remoto (La Piccola Treccani, 1995)

La modernità, rappresenta, di fatto, l'atteggiamento degli individui, delle società, delle epoche nei confronti del loro passato e proprio dalla presa di coscienza di rottura e della volontà collettiva di assumerla nasce la coscienza della modernità. L'analisi di un momento storico ha sempre generato l'idea di modernità per distinguerla e promuoverla da una antichità che rimanda a un'epoca precedente, che se pur esemplare, è tramontata e si è allontanata, con una maggiore o minore intensità dal passato. Il contributo nasce dall'esigenza di leggere i caratteri della modernità nel design partendo non dalla categorizzazione storico-temporale degli avvenimenti ma dal significato che i concetti di critica e crisi, che sono all'origine della modernità, hanno assunto nel XIX e XX secolo nelle diverse accezioni del design. La crisi della condizione della società postindustriale, venutasi a creare dopo la presunta fine della modernità, se pur ha prodotto, con le dovute differenziazione di contenuti e di prospettive, correnti di pensiero critiche, esse, tuttavia, non hanno costituito affatto l'alba di una nuova era, ma solo brevi parentesi, benché incisive, all'interno del moderno.

[modernità, postmodernità, neomodernità, nuove forme del design]

Giuseppe Losco

Professore Ordinario, Università di Camerino
> giuseppe.losco@unicam.it

aerea negli stabilimenti Aerfer di Pomigliano d'Arco, Emilio Tadini che scrive dello stabilimento della S.Eustacchio, dove si *fabbrica macchine che serviranno a costruire altre macchine*, ecc.

Molte delle espressioni esaltatrici di una *evoluzione senza agguati della scienza* appaiono, osserva Dorfles, del tutto appannate. Ma emerge ancora fortemente la capacità di cogliere il momento storico favorevole per un'osmosi di arte e scienza, produzione industriale e visione umanistica. "Certamente l'epoca era propizia a un simile *interplay* [...] Il mito di una civiltà basata sulla tecnologia più avanzata era ancora molto potente (Dorfles, 1988)".

L'Antologia non descrive un mondo industriale ritenuto un Eden, rispetto al quale la condizione di Yiwu rappresenterebbe l'Inferno. Ma testimonia un momento storico particolarmente predisposto a un rapporto fertile tra pensiero e cose, tra una teoria sofisticata e un'industria in evoluzione; sembra convincerci, forse in modo più diretto della filosofia del Nuovo Realismo, che le cose in quanto tali *resistono*.

È a questa resistenza del reale che la cultura del design è avvezza e dalla quale è necessario ripartire. Nel resistere le cose ci forniscono il necessario punto d'appoggio per l'azione, e quindi per direzionare lo sviluppo della disciplina del design all'interno di confini aperti ma sufficientemente chiari. Al fine anche di capire quale genere di *interplay* tra le scienze è più propizio oggi, e quindi di rendere meno imperscrutabile l'intricato *rizoma* del design; per riconoscere ciò che di più prezioso brilla tra i suoi rami. Brillante e precario.

References

- > Colomina, B., & Wigle, M. (2017). *Are we human? Notes on an archeology of design*. Zurich: Lars Müller Publisher.
- > Eco, U. (2012). Di un realismo negativo. In M. De Caro & M. Ferraris (cur.), *Bentornata realtà*. Torino: Einaudi.
- > Didi-Huberman, G. (2004). *Ninfa moderna. Saggio sul pannello caduto*. Milano: Il Saggiatore.
- > Didi-Huberman, G. (2006). *L'immagine insepolta. Aby Warburg, la memoria dei fantasmi e la storia dell'arte*. Torino: Bollati Boringhieri.
- > Dorfles, G. (1957). Il disegno industriale in Italia. *Civiltà delle Macchine*, n.1.
- > Dorfles, G. (1988). Introduzione. In AA.VV., *Civiltà delle Macchine. Antologia di una rivista 1953-1957*. Milano: Libri Scheiwiller.
- > Ermini, F. (2015). Robert Musil e la crisi dell'Europa. *Qui Libri*, settembre-ottobre. Milano: Moretti & Vitali.
- > Franzini, E. (2018). *Moderno e Postmoderno. Un bilancio*. Milano: Raffaello Cortina.
- > Frisby, D. (1992). *Frammenti di modernità*. Bologna: Il Mulino.
- > Fusaro, D. (2017). *Pensare altrimenti. Filosofia del dissenso*. Torino: Einaudi.
- > Jantsch, E. (1980). *The self-organizing universe*. Oxford: Pergamon Press.
- > La Rocca, F. (2016). *Design e delitto. Critica e metamorfosi dell'oggetto contemporaneo*. Milano: FrancoAngeli.
- > Mendini, A. (1980). *L'Oggetto banale*. Venezia: La Biennale Architettura.
- > Petit, V., & Guillaume, B. (2018). Scales of design: ecodesign and the anthropocene. In P.E. Vermaas & S. Vial (cur.), *Advancements in the Philosophy of Design*, Springer.
- > Serres, M. (2009). *Il mal sano. Contaminiamo per possedere*. Genova: Il Melangolo.
- > Serres, M. (2016). *Il mancino zoppo. Dal metodo non nasce niente*. Milano: Bollati Boringhieri.
- > Sottsass, E. (1962). Design. In B. Radice (cur.), *Ettore Sottsass. Scritti 1946-2001*, Vicenza: Neri Pozza.
- > Stengers, I. (cur.). (1988). *Da una scienza all'altra. Concetti nomadi*, Firenze: Hopefulmonster.

Critica e Crisi

Reinhart Koselleck, storiografo e filosofo tedesco, elabora un pensiero storico concettuale che privilegia il nesso fra i processi storici e l'evoluzione sociale dei *concetti-guida del movimento moderno* dall'antichità, in cui tali concetti vennero originariamente formulati, fino al mondo moderno.

Koselleck individua nel periodo storico che va dal 1750 al 1850 l'età di *sella, Sattelzeit*, che segna l'avvento della modernità. In tale *soglia epocale* coglie la profonda crisi di pensiero nella quale i concetti politici e sociali cambiano di significato e acquisiscono una dimensione definitiva assumendo un valore e un significato non solo per l'interpretazione del passato ma anche per la storia futura (Koselleck, 1959).

Se nel mondo premoderno era egemonico lo *spazio dell'esperienza*, come *magistra vitae*, nel mondo moderno a dominare è l'orizzonte dell'aspettativa, ossia la dimensione del futuro. Per la modernità la verità risiede nel *domani* più che nell'*oggi* (Fusaro, 2012).

Il valore del cambiamento storico e del nuovo, fondato sull'apertura al futuro e non sul recupero dell'antico, si afferma come paradigma della modernità in cui lo *spazio dell'esperienza* quotidiana arretra sullo sfondo e diventa egemonico, invece, l'*orizzonte dell'aspettativa*, ossia quella tensione verso un futuro diverso e migliore che costituisce la spina dorsale del mondo moderno (Koselleck, 1979).

La modernità, letta sotto l'insegna della crisi, come elemento costante e invariante, viene intesa come "la condizione strutturale propria del mondo contemporaneo" (Imbriano, 2016). Di questa vicenda storica, la *critica* e la *crisi* sono l'origine e il destino della modernità, mera presa d'atto della realtà. Lo spazio interplanetario, dischiuso dalla fine della seconda guerra mondiale, se pur pervaso da lacerazioni e conflitti, è unificato dalle *comunicazioni tecniche che si intrecciano sull'intera superficie del globo*, un sistema di relazioni che ha definitivamente spazzato via la separatezza e l'isolamento tra le varie aree del pianeta. La tecnica ha prodotto un piano di reciproca e assoluta dipendenza che *subordina tutto ad ogni cosa e ogni cosa a tutto*. La rivoluzione tecnica, nella seconda metà del XX secolo, ha oramai *dischiuso* definitivamente lo *spazio interplanetario*. La storia europea si è dilatata a storia mondiale, unificando così il mondo in una prospettiva unitaria, che è l'ideale prosecuzione della *prima conquista dell'intero globo terrestre da parte della società borghese*. Tale unificazione *ha precipitato il mondo intero in uno stato di crisi permanente*, ovvero in quella *odierna crisi mondiale* che è caratterizzata oltre che dalla competizione e dalla supremazia delle grandi potenze della Russia e dell'America, dall'affermazione di paesi emergenti come la Cina, il Brasile, l'India, il Sud Africa, di paesi del sud-est asiatico, Corea del Sud, Taiwan, Singapore e Hong Kong e dalla irreversibile spinta demografica e migratoria dell'Africa.

La globalizzazione, che iniziò nella prima modernità con le scoperte geografiche, è reale solo ora, perché solo ora abbiamo davvero l'intero globo interconnesso in tempo reale. In questo senso Koselleck legge, con molto anticipo, la modernità come lo spazio del conflitto e da questo momento, la modernità passa dal concetto di rappresentazione di un'epoca definita a un tempo inteso strutturalmente come transitorio, cioè a essere inequivocabilmente superato (Imbriano, 2016).

I neologismi della condizione moderna

I tentativi di fissare una cronologia della modernità, intesa come epoca, appaiono in tal senso problematici, rispetto alla consapevolezza del concetto di modernità come presente sempre in mutamento che segna la presa di coscienza di una rottura con la tradizione e il passato.

In un momento in cui i conflitti aumentano, i cambiamenti sono più rapidi, più globali e per questo più difficili da governare, si tratta di affrontarli, come suggerisce Koselleck, dal punto di vista del loro mutamento di significato e dei contenuti concettuali e non evitarli, come invece suggeriva il postmoderno, secondo cui i conflitti sono insolubili e perciò o ci si rassegna o li si evita con l'ironia, la contingenza, l'atteggiamento disincantato, passivo, in definitiva individualistico.

Siamo all'interno di una nuova modernità che impone di affrontare i problemi senza voltarsi dall'altra parte; di considerare i conflitti come eventi potenzialmente tragici ma nei quali prendere parte per la posizione più ragionevole, più solida; di accettare la sfida di cercare nuove forme espressive che parlino all'opinione pubblica e non solo agli addetti ai lavori dell'arte; di valutare quando i confini vadano rinserrati, allargati, dissolti, ridisegnati (Mordacci, 2017).

Il mondo odierno appartiene ancora all'epoca apertasi con la Rivoluzione francese e non ancora esauritasi nella sua storia effettuale planetaria. La condizione postmoderna (Lyotard, 1979), surmoderna (Augé, 1992), liquida (Baumann, 2000), neomoderna (Mordacci, 2017), retrotopica (Baumann, 2018), se pur con le dovute differenziazione di contenuti e di prospettive, non ha costituito l'alba di una nuova era, ma solo brevi parentesi, benché incisive, all'interno del moderno. Questi movimenti non sono probabilmente altro che un'accentuazione dell'esperienza della frammentazione propria della modernità estetica sin dal tardo Ottocento, contrapposta all'idea classica che indicava ottimisticamente la modernità come certezza del progresso profondamente scossa dalle tragedie del Novecento.

Design after modernity

La lettura della storia e del ruolo del *Design after modernity* non può che riferirsi a quella grande tensione ideale che il design, nella sua evoluzione, ha sempre posto di un *orizzonte dell'aspettativa* verso un futuro, come miglioramento della qualità della vita, diverso e migliore.

I processi di trasformazione generati dalla rivoluzione industriale e le nuove esigenze poste dall'avvento di una maggiore mobilità economica portò a una trasformazione radicale degli schemi di comportamento e comunicazione in tutti i settori della vita e consentì all'attività creativa, sottesa al design, di confrontarsi con una situazione nuova (Meurer, 1991).

Il mondo dei nuovi prodotti che ne scaturì, sotto l'impulso di una ricerca di uno *stile moderno*, si trovò subito diviso in due con un settore orientato verso la forma estetica e l'altro verso la funzionalità. I tentativi di sanare il divario tra forma estetica e funzione, provocato dall'industrializzazione, si svilupparono in origine

cercando di intrecciare e far coesistere la produzione artigianale e industriale. Il duplice aspetto della *Gestaltung*, quello estetizzante e quello funzionale, era influenzato e determinato, pur nelle evidenze differenze, da fattori economici e sociali. Le idee più valide e più ricche degli anni venti furono sviluppate in Germania dal Bauhaus nel 1919 e nella nascente Unione Sovietica dal Vchutemas nel 1920. In contrasto con le regole classiche impartite dall'Accademia, nelle due scuole furono elaborate nuove concezioni, nuovi mezzi e metodi didattici che miravano a stimolare l'attività creativa individuale attraverso la conoscenza e l'uso delle tecniche artistiche manuali e l'introduzione di insegnamenti teorici riguardanti i principi della progettazione, della composizione artistica, della percezione visiva, del disegno industriale, della scienza della tecnica, dell'economia e della sociologia. Il concetto, poi ripreso dalla Scuola di Ulm, fu quello di insegnare che la creazione ed elaborazione delle forme non erano un semplice atto creativo ma un problema inserito nel contesto dei mutamenti socio-culturali e tecnico-scientifici e oggetto dello stesso processo di modernizzazione.

Il prodotto industriale che ne conseguì tuttavia seguì due percorsi alternativi nell'applicazione dell'innovazione tecnica: il percorso della *innovazione performativa* con soluzioni radicalmente nuove o la *riproduzione imitativa* con soluzioni di prodotti, già presenti, di grande quantità e basso prezzo (Manzini, 1991). Questo dualismo aveva in ogni caso alla base la considerazione che la razionalità scientifica e funzionalista grazie allo sviluppo della tecnica era un fattore progressivo per trovare le forme minime, essenziali degli oggetti, per ridurre i costi di produzione e renderli accessibili alla classe operaia. Questa posizione rimase diffusa per buona parte della prima metà del Novecento, sia nei paesi del blocco socialista che nei paesi dell'Europa occidentale dove venivano poste le basi della moderna cultura del progetto e del valore estetico e funzionale della produzione industriale di serie. Questo periodo, caratterizzato dal predominio della prassi meccanica in tutti gli ambiti dell'attività umana, e una seconda fase, di sua progressiva crisi, portò alla meccanizzazione dei prodotti attraverso l'organizzazione tayloristica del lavoro e la tipizzazione e la standardizzazione della produzione. In questi anni, il modello meccanico riduttivista-determinista è stato il riferimento culturale predominante a livello di pensiero tecnico e organizzativo.

Negli Stati Uniti, più che in Europa, si passa alla introduzione del design come *styling*, alla introduzione di linguaggi formali riferiti ai nuovi valori della modernità, della velocità e del movimento. Gli oggetti perdono la loro originaria trasparenza delle parti meccaniche per rivestirsi di carrozzerie che le rendono più sicure e più coerenti ai valori culturali del momento. La stilizzazione e l'abbellimento dei prodotti avevano l'obiettivo non solo di aumentare la loro attrattività sul mercato, ma il "desiderio di possedere qualcosa di un po' più di nuovo e un po' migliore, e un po' prima del necessario" (Stevens, 1954). Il design non è più impegnato a trovare soluzioni definitive e prodotti destinati ai tempi lunghi, ma piuttosto a creare processi ininterrotti di innovazione tecnologica, merceologica, estetica, funzionale

o commerciale per un mercato inquieto e turbolento, che segue logiche selettive e spesso imprevedibili (Branzi, 2006).

Lo sviluppo industriale non avrebbe prodotto un mondo di ordine e di razionalità, ma al contrario un sistema merceologico e formale sempre più diversificato, ricco di eccezioni, di tendenze e di innovazioni. La complessità, e non la razionalità e l'ordine, era il vero futuro che attendeva le società industrializzate (Branzi, 2006). Dalla strategia industriale basata sul prodotto tecnico si passa a quella impostata sul mercato. La crescente integrazione della dimensione sociale e dei valori culturali all'interno dei prodotti e delle attività produttive e di consumo comporta una minore attenzione alle questioni tecnico-economiche e una maggiore apertura verso la necessità di integrare in modo creativo il "tecnicamente possibile" con il "socialmente utile" (Manzini, 1991). La diffusione su grande scala degli effetti prodotti e il comparire della problematica ambientale mise in evidenza i limiti della semplice progressione lineare dello sviluppo mentre, al contrario, impose una revisione dei modelli semplicistici della realtà verso una visione intrisa di valori culturali e simbolici più articolati e complessi, in definitiva destabilizzanti.

La prima vera crisi del modello positivista dello sviluppo illimitato si registra negli anni settanta del Novecento sulla spinta della prima crisi energetica mondiale e della presa di coscienza degli squilibri socio-ambientali dei primi movimenti ambientalisti. Si sposta per la prima volta l'attenzione nella sua dimensione industriale sul processo di produzione e quanto e in che modo questo influisce sull'ecologia, sull'ambiente e sulla società: "il design è diventato lo strumento più potente con cui l'uomo modella i suoi strumenti e ambienti e, per estensione, la società e sé stesso" (Papenek, 1971). L'attenzione si sposta verso un design responsabile dedito più che agli interessi dell'industria e del capitalismo alle necessità del mondo reale e ai bisogni della gente comune. Il consumo acritico, la cultura dell'obsolescenza, lo spreco delle risorse e la persuasione sublimale del consumatore sostenuta dall'apparato pubblicitario costituirono la critica di fondo che portò alla crisi della professione di designer e anche a una riformulazione radicale del concetto di design definendolo come "la pianificazione e la definizione di qualsiasi atto verso un obiettivo desiderabile e prevedibile" (Papenek, 1971).

Le nuove forme del design

Nello stesso periodo, la critica frontale all'etica consumista borghese e alla visione tecnica sottomessa delle leggi di mercato, trova nella mostra *Italy: the New Domestic Landscape*, al MoMA di New York del 1972 a cura del Radical Design italiano, la sua più alta espressione simbolica e culturale. La sua forza ironica e provocatoria, manifestamente visionaria, nel forzare gli stereotipi socioculturali imperanti e consolidati, sottopone il presente a una revisione critica e radicale. Il prodotto diventa uno strumento culturale, di contestazione, di riforma o anche di conformismo contro gli effetti parossistici dell'ipertrofia della tecnica e della razionalizzazione del sistema produttivo capitalista.

Si iniziò a elaborare una diversa analisi della realtà industriale e a descrivere uno scenario futuro del tutto diverso da quello proposto dalla modernità razionalista. Tuttavia, il Radical Design fu ridotto a *status symbol* dalla capacità del mercato di inghiottire ogni tentativo di contestazione e di sovversione.

E si arriva così agli inizi degli anni ottanta, quando la spinta dei movimenti contro-culturali, ambientalisti e di rivendicazione sociale e politica precedenti entra in una crisi profonda per l'affermarsi di un neoliberalismo economico che si estese, durante la fase finale della guerra fredda, e si diffuse a scala globale.

La visione progressista ed utopica del Movimento Moderno, sostenuta dai movimenti dell'Illuminismo, dell'Idealismo, del Marxismo che riponevano in principi unitari la interpretazione della realtà, lasciò il posto a una visione deideologizzata, centrata sulla perdita di ogni forte riferimento sicuro e stabile a favore di una appartenenza a una realtà, invece, eternamente mutevole, irriducibilmente molteplice e indefinitamente transitoria (Lyotard, 1975). La globalizzazione e la liberalizzazione dello scambio delle persone, dei mercati e delle merci, hanno portato allo sviluppo di una società sempre più complessa dove "l'eccesso di tempo, l'eccesso di spazio e l'eccesso di ego" (Augé, 1992) hanno *liquefatto* i legami personali e sociali che tendono, così, a dissiparsi, a disgregarsi e a diventare sempre più effimeri. La liquefazione ha prodotto un individuo afflitto dalla solitudine, egoista ed egocentrico, che vive un tempo anch'esso liquido, non solido come nelle società premoderne. L'uomo in questa modernità liquida è disorientato e spaesato di fronte alla miriade di messaggi che lo *colpiscono* ogni giorno. L'uomo si ritrova ad essere un *punto instabile* in un *universo di oggetti in movimento* dove il consumo diventa un atto individuale (Baumann, 2000). Da qui il disagio della condizione postindustriale e la fuga rassicurante nella rete *online* dei *social network* creando delle vere e proprie forme di dipendenza.

Il design, fino ad ora considerato una disciplina unitaria, comincia un lungo processo di articolazione interna, legata al crescere delle competenze professionali. In breve tempo, come effetto positivo di questa autonomia nacquero nuovi settori di attività, il design del prodotto, degli interni, dei servizi, strategico, ambientale, della comunicazione, dotati di specifici dispositivi progettuali, ma anche di logiche non sempre convergenti.

Soltanto con l'inizio del nuovo millennio riprendono vigore i movimenti culturali e socio-politici critici nei confronti degli effetti dell'economia di mercato e della sua diffusione a scala globale. Tra visioni centrate sulla responsabilità intellettuale e su istanze etiche e ambientali i temi relativi alla sostenibilità ambientale, al risparmio di energia e all'usabilità per la maggior parte degli utenti sono utilizzati, nell'*inclusive design*, come fattori decisivi per il miglioramento delle prestazioni del prodotto stesso sul mercato. I prodotti e i servizi a esso connessi sono *centered user*, e considerati validi solo nella misura in cui sono *for all*, a prescindere dall'età e dalla loro condizione psico-fisica (Lebbon, 2003).

La messa in discussione della stereotipa visione funzionale, soggetta alle leggi del mercato e del consumo, invece che del consumatore, provoca l'introduzione di

dispositivi critici nel processo creativo che tengano conto, nelle soluzioni proposte, di tutte le implicazioni etiche, ambientali e socio-politiche che sono alla base dell'idea di progetto. Il *Thinking design* è un processo incentrato sulla persona, *human-centered*, sui suoi bisogni e sulle soluzioni che vengono ideate. È l'utente, attraverso osservazioni e ricerche da parte del designer, a decidere se un prodotto debba esistere o meno. In questo tipo di processo creativo anche la soluzione che ha fallito, "non ci sono giudizi" (Simon, 1973), è stata un'esperienza di apprendimento. Il "pensare design" è "il tentativo di compiere una rivoluzione ideativa, di non cercare più di fare oggetti belli, utili e proficui, ma è qualcosa di molto più grande: è il costruire attorno a un oggetto un suo significato e una sua storia. Dare un perché ad ogni oggetto creato" (Brown, 2009). Si entra in un approccio di tipo critico e speculativo in contrasto con il sistema neoliberista anche se uno degli scopi è quello di fornire alle aziende un nuovo metodo per rispondere, tra i futuri possibili, a quello più desiderabile e di aumentare così la propria redditività.

Ezio Manzini nella sua ultima opera *Design When Everybody Designs. An Introduction to Design for Social Innovation*, porta a compimento la sua lunga riflessione iniziata nel 2008 con la conferenza *Changing the Change, Design Visions, Proposals and Tools* sul design come pratica responsabile, aperta e collettiva. Fondatore di DESIS, un *network* internazionale sul design per l'innovazione sociale e per la sostenibilità, sostiene che la sostenibilità di qualsiasi sistema socio-tecnico sia il risultato di un lento processo di trasformazione socio-culturale favorito da una nuova responsabile coscienza individuale e da nuovi modelli di comportamento e organizzazione sociale. Il design così come si era formato nel XX secolo associato all'industria e ai prodotti che generava con una produzione di serie si dimostra non più sufficiente a governare i cambiamenti che hanno investito non solo i prodotti, ma anche sistemi, servizi, organizzazioni e un numero crescente di attività quotidiane (Murray *et al.*, 2010). Ne deriva che tutte queste entità non possono più essere riprodotte in modo convenzionale, ma richiedono di essere progettate da parte di chi si propone come esperto; un designer, cioè, che disponga di strumenti culturali e pratici che possano integrare e promuovere le capacità progettuali di altri, cioè dei non-esperti. Il designer esperto, invece, possiede un insieme di competenze, sensibilità e strumenti culturali, la cultura del progetto, applicabili a ogni tipo di problema: dalla tradizionale concezione di un prodotto, alla co-creazione di un servizio sociale, alla proposta di nuove forme di rappresentazione democratica. Sono soluzioni a specifici problemi che, nella loro realizzazione, producono nuove forme di socialità, contribuiscono alla ricostruzione del tessuto sociale e partecipano alla produzione di nuovi sistemi di valore.

Un'altra interpretazione del ruolo e della responsabilità del design è quella dello *speculative design* o design critico. Il termine è stato originariamente coniato da Anthony Dunne negli anni novanta, che, insieme a Fiona Raby, lo hanno formulato nell'ambito del programma *Art's Designing Interactions* del Royal College of Art. "Chiamiamo design critico, ciò che mette in discussione le implicazioni culturali,

sociali ed etiche delle tecnologie emergenti. Una forma di design che ci aiuta a definire i futuri più desiderabili ed evitare i meno desiderabili” (Dunne & Raby, 2013). L’obiettivo è quello di mettere in discussione la visione strettamente utilitaristica e antropocentrica del design nella sua classica definizione modernista, di riflettere criticamente sull’impatto della tecnologia nella vita di tutti i giorni, di prefigurare, attraverso l’immaginazione e la finzione *Visions of the future* e di avviare il dialogo tra esperti, scienziati, ingegneri e designer e gli utenti, i destinatari delle nuove tecnologie (Auger, 2013).

Se il *Participatory design*, negli anni settanta, mise in discussione il ruolo passivo dell’utente-consumatore durante la fase di ideazione e progettazione dei prodotti negli anni recenti l’*Open design* ne raccoglie la sfida e grazie all’avvento dell’*open source* e del *software* libero, lascia lo spazio alla transdisciplinarietà e ad approcci olistici ed integrati. L’atto di creazione, diventa atto di co-creazione in un processo aperto e collaborativo dove non si progetta un oggetto puro, ma anche la sua relazione con l’ambiente, e l’esperienza dell’utente (Imbesi, 2015). Ronen Kadushin, nel 2010, pubblica per la prima volta nel suo manifesto Open Designs una gamma di progetti *online*, con licenza *Creative Commons* per essere scaricata, copiata e modificata e prodotta direttamente da file con macchine CNC e senza strumenti speciali. Ciò significa che tutti i progetti aperti tecnicamente conformi sono disponibili per la produzione, in qualsiasi numero, senza investimenti in attrezzature, da nessuna parte e da chiunque. Il suo obiettivo è portare l’*Industrial design* a diventare rilevante in una società dell’informazione collegata in rete a livello globale. Questo approccio è accompagnato dalla rapida diffusione delle tecnologie di *Rapid Manufacturing* che permettono di costruire oggetti per aggiunta di materiale, in polvere o polimerizzato, a partire unicamente e direttamente dal modello matematico realizzato al CAD tridimensionale. Il processo di definizione del prodotto e anche del suo consumo non è più all’interno del processo seriale industriale e del *copyright* tradizionale, ma all’interno di quella “cultura libera” (Lessing, 2014), *on-demand*, del *copyleft* o del *Creative Commons*, del pubblico dominio (Di Lucchio, 2014). Sparisce la *proprietà* da parte del singolo soggetto, del processo di sviluppo di un nuovo prodotto per favorire lo sviluppo di nuove proposte aperte non solo nella produzione, ma anche nel consumo e nell’innovazione di prodotto e di processo. Il designer diventa *maker* che da *autore* si trasforma in *produttore* secondo la profezia di W. Benjamin in cui l’artista moderno, proprio in quanto perfettamente collocato nel sistema di produzione, sa che se vuol essere riconosciuto “i suoi prodotti non possono che apparire nella forma di merce” per “opporsi al suo uso capitalistico” (Benjamin, 1934). Il design si fa carico con un atteggiamento positivo, nutrito di senso etico, ma anche tecnico, antropologico ed estetico-formale, di interpretare e governare i processi di trasformazione in atto per influenzare i comportamenti, determinare nuovi stili di vita, cambiare i sistemi di relazione tra le persone. Ancora una volta una critica al sistema di consumo si traduce in una crisi del sistema di produzione e sviluppa una continua sperimentazione di cambiamenti paradigmatici di matrice modernista.

References

- > Attali, J. (2006). *Une Brève histoire de l’avenir*. Paris: Fayard. (ed. It.). (2007), *Breve storia del futuro*, Roma: Fazi Editore.
- > Augé, M. (1992). *Non-lieux*. trad. it. (2005), *Non luoghi. Introduzione a un’antropologia della surmodernità*, Milano: Elèuthera.
- > Auger, J. (2013). Disegno speculativo: creazione della speculazione, *Digital Creativity* (Vol. 24-1).
- > Baudelaire, C. (1863). *Le peintre de la vie moderne*. *Le Figaro*, 26 e 29 novembre, 3 dicembre, (trad. it 1948), Scritti di estetica, Firenze: Sansoni.
- > Bauman, Z. (2017). *Retrotopia*, trad. it. (2018), Firenze: Laterza.
- > Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. (ed. It.). (2002), *Modernità liquida*, Roma-Bari: Laterza.
- > Benjamin, W. (1935). *L’opera d’arte nell’epoca della riproducibilità tecnica*. Riedito (2012). In A. Pinotti, A. Somaini (cur.), W. Benjamin, *Aura e Choc*. Saggi sulla teoria dei media, Milano: Einaudi.
- > Branzi, A. (2006). Design. In *Enciclopedia Italiana* (VII Appendice). Roma: Istituto della Enciclopedia Italiana Giovanni Treccani.
- > Brown, T. (2009). *Change by Design. How Design Thinking transforms Organizations and inspires Innovation*. U.S.: Harper Collins.
- > Castelnuovo, E. (1985). *Storia del Disegno Industriale* (Vol. I). Milano: Electa.
- > Di Lucchio, L. (20014). Design on demand. Evoluzioni possibili tra design, produzione e consumo. In *Lectures* n. 2, Roma: Rdesignpress.
- > Dunne, A. & Raby, F. (2013). *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming*. UK: MIT Press.
- > Fusaro, D. (2012). *L’orizzonte in movimento. Modernità e futuro in Reinhart Koselleck*. Bologna: il Mulino.
- > Imbesi, L. (2015). Il collezionista, il designer e l’Hacker. *Planning | Design | Technology Journal*, n. 4.
- > Imbriano, G. (2016). *Le due modernità. Critica, crisi ed utopia*. *Reinhart Koselleck*. Roma: DeriveApprodi.
- > Kadushin, R. (2010). *Open Design Manifesto*. Disponibile da <https://www.ronen-kadushin.com/open-design-manifesto>.
- > Koselleck, R. (1959). *Kritik und Krise. Pathogenese der Bürgerlichen Welt*. tr. it. (1972), *Critica illuministica e crisi della società borghese*. Bologna: il Mulino.
- > Koselleck, R. (1979). *Vergangene Zukunft, Zur semantick geschichtlicher*. tr. it. (2007), *Futuro passato. Per una semantica dei tempi storici*. Bologna: CLUEB Editore.
- > Koselleck, R. (xxx). *Krise in Geschichtliche Grundbegriffe*. tra. it (2012), *Crisi. Per un lessico della modernità*. Verona: Ombre Corte Edizioni.
- > Le Goff, J. (1977). *Antico/moderno*. In *Enciclopedia Einaudi*. (Vol. I). Torino: Einaudi.
- > Lebbon, C. (cur.). (2003). *Inclusive Design. Design for the Whole Population*. UK: Springer.
- > Lessing, L. (2014). *Cultura libera. Un equilibrio fra anarchia e controllo, contro l’estremismo della proprietà intellettuale*. Milano: Apogeo.
- > Losco, G. (2009). *Design e nuovi materiali*. Roma: Rdesignpress.
- > Losco, G. (2015). Design Partecipativo. In R. Angelini & R. D’Onofrio (cur.). *Comunicazione e Partecipazione per il governo del territorio*. Milano: Franco Angeli.
- > Lyotard, J.F. (1979). *La conditione postmoderne. Rapport sur le savoir*. (ed. it.). (2002), *La condizione postmoderna. Rapporto sul sapere*. Milano: Feltrinelli.
- > Manzini, E. (1991). Il tramonto dell’era meccanica. In *Storia del Disegno Industriale* (Vol. III). Milano: Electa.
- > Meurer, B. (1991). *La nascita del design*. In *Storia del Disegno Industriale* (Vol. III). Milano: Electa.
- > Mordacci, R. (2017). *La condizione neomoderna*. Torino: Einaudi.
- > Murray, R. Caulier Grice, J. & Mulgan, G. (2010). *Open Book of social Innovation*. UK: Nesta & Young Association.
- > Papanek, V. (1971). *Design for a real world: Human ecology and social change*. U.S.A.: Pantheon Books.
- > Simon, H. (1973). *Le scienze dell’artificiale*. tr. it., Torino: ISEDI.

Think gallery

Tracce utopiche

La galleria che segue prova a raccontare quel design contemporaneo che non ha tradito le caratteristiche progettuali del pensiero Moderno mantenendo come tema imprescindibile quello della visione utopica del futuro. L'uomo ha da sempre provato a immaginare il futuro, proiettando la propria esistenza in un tempo e in uno spazio alternativi. Al centro del pensiero moderno vi era l'utopia di un uomo che vive in pieno in una società industriale, allora ancora lontana. La rottura con il passato è stata necessaria e i progettisti l'hanno stimolata partendo da premesse tecnologiche ed estetiche del proprio tempo e proiettandole in avanti, provando a interpretare il sentimento di una società desiderosa di proiettare la propria esistenza in un tempo e in uno spazio alternativi. Questa ricerca di una dimensione utopica, tanto individuale quanto collettiva, possiamo considerarla in parte collegata a una istintiva ricerca della felicità, alla volontà di migliorare la qualità della propria vita, fattori che da sempre hanno alimentato il progresso della società. Per dirla con le parole di Maldonado, T. (1987), *Il futuro della modernità*, Milano: Feltrinelli, pp. 91-92: "In ultima analisi, si tratta di sostituire uno stato di cose giudicato insoddisfacente con un altro più desiderabile. [...] La questione dunque non è il progresso o l'antiprogresso, quanto piuttosto il tipo di alterità che si vuole prospettare: il tipo cioè di realtà-altra da contrapporre e da sostituire all'attuale. [...] È ovvio che, in un modo o nell'altro, il problema della qualità della vita appare strettamente vincolato alle idee che ciascuno ha della soddisfazione dei propri bisogni. Ma quando emerge la questione dei bisogni, siamo certi che, prima o poi, ci vedremo costretti a misurarci con l'idea di felicità. [...]". La galleria di immagini raccoglie previsione e progettazione del futuro nel quale l'immaginare l'uomo moderno non è una fuga dalla realtà ma la costruzione di un *futuro futuribile*. La rubrica vuole raccontare progetti che immaginano l'uomo confrontarsi con la dimensione utopica della realtà attraverso il progetto di ieri e di oggi.

Zoe Balmas

[visione critica del passato, oggetti futuribili, gestione della complessità, visione positiva della tecnologia, risposta ai bisogni reali]



01



02

Visione critica del passato

> Oggetti che nascono da un atteggiamento speculativo nei confronti del passato e si proiettano in un futuro ai limiti dell'astratto, immaginando possibilità e soluzioni che contribuiscono a rendere il domani sempre più definito e progettabile.



03

01 *Silk pavilion*, Neri Oxman, Mediated Matter Group del MIT Media Lab, 2013. Un braccio robotico capace di riprodurre il processo con cui il baco deposita la seta.

02 *Madeleine*, Amy Radcliffe, 2013. Una macchina capace di registrare l'informazione molecolare dei profumi.

03 *CaCo3*, Laura Lynn Jansen e Thomas Vailly, 2014. Una collezione di oggetti in calcare pietrificato, che nascono dalla replica dei processi di formazione dei depositi calcarei.

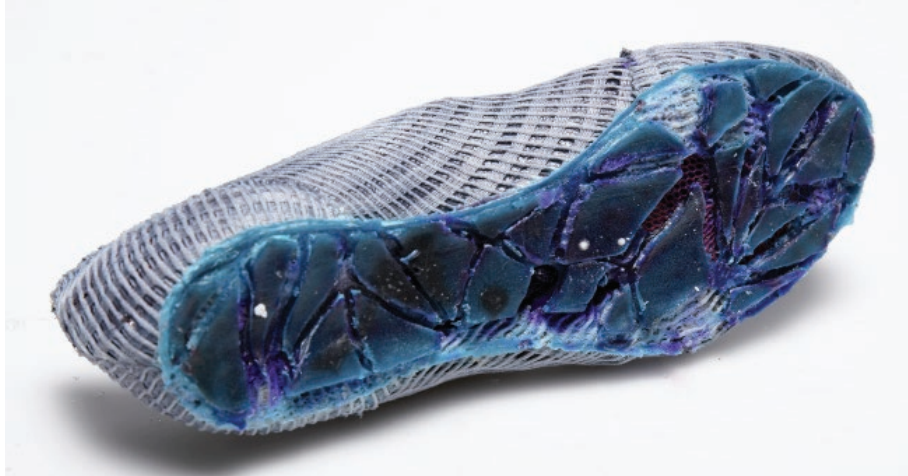
04 *Foragers*, Antony Dunne e Fiona Raby, St Etienne Design Biennale, 2010. Dispositivi capaci di massimizzare il valore nutrizionale di materie organiche in caso di scarsità di cibo.

04



50

Think gallery



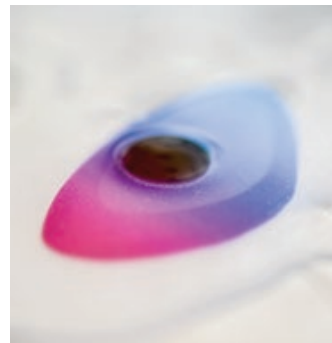
01

Utopie negli oggetti futuribili

> La sperimentazione si spinge oltre i limiti e supera i confini con le altre discipline indagando a livello molecolare e biologico, fondendo tecnologia e corpo umano, impiegando microorganismi, funghi e batteri come agenti per la produzione di oggetti. Il risultato sono oggetti che ci portano in una dimensione quasi magica, sospesa tra la scienza e la poesia, pur essendo prodotti reali, definiti e tangibili.



02



03

01 *Bioplastic footwear sole sample*, Alice Potts, 2018.

02 *Eye Heal* (cura malattie e traumi della vista), *Eye Enhance* (potenzia la vista fino a 15/10), *Eye Advance* (registra e condivide l'esperienza visiva), Mhox, 2012.

03 *Carbon Eaters*, *Puma Biodesign*, Puma in collaborazione con il Design Lab del MIT Massachusetts Institute of Technology, 2018.

04 *Adaptive Packaging*, *Puma Biodesign*, Puma in collaborazione con il Design Lab del MIT Massachusetts institute of technology, 2018.

04





01



02

Gestione delle complessità

> In una società così ricca di informazioni e interconnessa, il progettista si confronta sempre più spesso con sistemi complessi, in cui il suo ruolo non riguarda più solo una rilettura delle tradizionali tipologie, ma la delineazione di un nuovo linguaggio basato sull'esperienza, che riesca a guidare la trasformazione dal tangibile all'immateriale.



03

01 *Google Glass*, 2013. Occhiali con differenti funzioni: lettura dei siti web, controllo dei *social network*, visualizzazione delle mappe e delle indicazioni stradali mediante Google Maps, consentono inoltre di catturare foto e video da condividere *online*.

02 *Supermarket of the Future*, CRA - Carlo Ratti Associati, in collaborazione con Coop Italia per il Coop Italia's Future Food District pavilion, Milano World Expo, 2015.

03 *Demain est un Autre Jour*, Mathieu Lehanneur, 2011. Un dispositivo che raccoglie in tempo reale dal web le informazioni sulle previsioni metereologiche e le trasforma in immagini.

04 *Man and the Future - Hortus*, CRA - Carlo Ratti Associati in collaborazione con FICO Eataly World, Bologna, 2017. Una serra idroponica in cui i visitatori possono piantare un seme e controllarne la germogliazione sul proprio *smartphone* attraverso un app.

04





01



02

Visione positiva della tecnologia

>
La tecnologia vista come supporto alla realizzazione di design utili all'uomo, che lo soddisfa nella sua complessità e nella sua visione olistica della realtà e quindi della fruizione di prodotti; prodotti che le tecnologie rendono più appetibili, intuibili, desiderabili, in una prospettiva centrata sull'utente che usa e governa la tecnologia.



03

01 *Andrea Air Purifier*, Mathieu Lehanneur, 2009.

02 *Carapace Project*, *Carapace Project*, Mhox, 2015. Consente di trasformare il corpo grazie alla stampa 3d.

03 *Smart Mirror*, IoT Project - NEC Personal Computer, Yota Kakuda Design, 2016.

04 *Jins Meme Clip*, Yota Kakuda Design, 2016.



04



01

Risposta ai bisogni reali

Alcuni progetti del Contemporaneo hanno declinato l'approccio modernista del progettare per l'uomo mantenendo l'utente come attore centrale: il progetto migliora la vita dell'uomo, inserendosi nella sua quotidianità fatta di reali bisoogni e a volte di risposte a situazioni di emergenza.



02



03

01 *Together Canes, Assunta e MonoLight*, Lanzavecchia + Wai, 2012. Oggetti pensati per facilitare la vita delle persone anziane e assistere le loro necessità quotidiane.

02 *Therapeutic Felt-Tip Pen*, Mathieu Lehanneur, 2001.

03 *GravityLight*, GravityLight Foundation, 2018.

04 *Better Shelter*, rifugio modulare post-emergenza. UNHCR e IKEA Foundation, 2015.

04



Pubblicato da

LISt Lab
info@listlab.eu
listlab.eu

**Direttore Editoriale LISt Lab**

Alessandro Franceschini

Direzione Artistica e Produzione

Blacklist Creative, BCN
blacklist-creative.com

**Stampato e rilegato in****Unione Europea**

2018

Tutti i diritti riservati

© dell'edizione LISt Lab

© dei testi gli autori

© delle immagini degli autori

Vietata qualsiasi forma di riproduzione parziale o totale di questo libro con qualsiasi mezzo, senza il permesso dell'autore e dell'editore.

Promozione e distribuzione in Italia

Messaggerie Libri, Spa, Milano,
assistenza.ordini@meli.it;
amministrazione.vendite@meli.it

**Promozione e distribuzione
Internazionali**

ACC Book Distribution Ltd
Woodbridge, Suffolk, IP12 4SD, UK
sales@antique-acc.com

LISt Lab è un Laboratorio editoriale, con sedi in Europa, che lavora intorno ai temi della contemporaneità. LISt Lab ricerca, propone, elabora, promuove, produce, LISt Lab mette in rete e non solo pubblica.

LISt Lab editoriale è una società sensibile ai temi del rispetto ambientale. Le carte, gli inchiostri, le colle, le lavorazioni in genere, sono quanto più è possibile derivate da filiere corte e attente al contenimento dell'inquinamento. Le tirature di libri e riviste sono costruite sul giusto consumo di mercato, senza sprechi ed esuberi da macero. LISt Lab tende in tal senso alla responsabilizzazione di autori e mercato e ad una nuova cultura editoriale costruita sulla gestione intelligente delle risorse.