

Il design tra invenzione, interpretazione, traduzione

L'attività progettuale richiede contemporaneamente capacità inventiva, interpretazione e mediazione culturale. Infatti, il design è un processo di ricerca finalizzato all'innovazione, alla produzione di qualcosa di nuovo e utile, ma è anche un'attività ermeneutica, è chiamato a dare senso alle cose che concepisce e sviluppa, ad esprimere quindi un punto di vista sul mondo, ed inoltre ha l'obiettivo di tradurre in effetti sociali o individuali positivi, in miglioramento della qualità della vita, i risultati della sua azione, mediando tra differenti domande, interessi, esigenze che emergono dal contesto socio-culturale ed economico-produttivo in cui si trova ad operare. In questo scritto vengono analizzate le definizioni di design come processo inventivo, come interpretazione e come traduzione o mediazione culturale, con l'obiettivo di far emergere le specificità del processo di design e delle competenze del designer rispetto ad altri ambiti disciplinari e professionali, in cui inventare, interpretare e tradurre sono attività altrettanto importanti. Per un designer il processo inventivo è qualcosa di diverso da quello di un ingegnere o di un tecnologo; l'interpretazione è un'attività molto differente per lui rispetto a quella di un grecista, di un archeologo o di un filologo; e si può dire lo stesso per il processo di mediazione culturale che il designer deve compiere per tradurre le sue idee in artefatti utili, accessibili e apprezzabili, rispetto a quello di un traduttore di libri o poesie da una lingua ad un'altra. Inventare, interpretare e tradurre sono tre aspetti compressi nell'attività progettuale e si connotano, in questo caso, per il loro contributo fondamentale al processo di trasformazione e innovazione, e volte anche radicale, dell'ambiente artificiale in cui viviamo e con il quale e nel quale sviluppiamo relazioni. Tale processo di trasformazione, che il design è impegnato a generare, spesso produce e sostiene anche un cambiamento socio-culturale, in quanto il design è un'attività di "abduzione proiettiva" che nel prefigurare soluzioni possibili ad un problema, ne ipotizza anche i potenziali effetti e conseguenze.

[invenzione, interpretazione, abduzione proiettiva,
traduzione, mediazione culturale]

Lucia Pietroni

Professore Associato, Università di Camerino
> Lucia.pietroni@unicam.it

Design come processo inventivo

L'invenzione non coincide con la scoperta scientifica, che "svela qualcosa che prima non era noto", ma da essa può prendere ispirazione e avvio. La scoperta è solitamente casuale, l'invenzione è progettata, intenzionale. L'invenzione è un'idea, un dispositivo, un prodotto che introduce un cambiamento radicale nel contesto sociale e culturale in cui è generata e applicata. Il termine "invenzione" deriva dal latino "inventio" che significa, in primo luogo, "ritrovamento", da "inventire" ovvero "venire a conoscere", "trovare cercando", "rinvenire", ossia trovare gli elementi potenziali che possono dare forma a un'idea o ad un progetto fino a quel momento inediti.

Nell'invenzione c'è il concetto di "totalmente nuovo" che si relazione con un processo di ricerca, d'intenzionalità al conoscere, ma anche l'idea di qualcosa che deve la sua novità al superamento del "noto", alla rottura con ciò che c'era prima, al confronto con soluzioni precedentemente proposte per risolvere problemi analoghi. Pertanto, il processo inventivo richiede la consapevolezza e la conoscenza di concetti e metodi esistenti che possono essere modificati, ricombinati, ricontestualizzati e trasformati in qualcosa di totalmente nuovo. "Trovare qualcosa" presuppone che quel qualcosa già esiste, come affermava già all'inizio dell'Ottocento Johann Heinrich Füssli in "Lecture on Painting":

«Il termine invenzione non dovrebbe mai essere frainteso con quello di creazione [...] Inventare è trovare: trovare qualcosa presuppone la sua esistenza da qualche parte, implicita o esplicita, dispersa in una massa [...] L'invenzione scopre, sceglie, combina il possibile, il verosimile, il conosciuto in una maniera che colpisce per la sua aria di verità e di novità insieme». (Lisch, 2004, p. 37)

E, come evidenziato da Annamaria Testa (2005), anche Henri Poincaré nel 1908, nel suo libro "Scienza e Metodo", descriveva l'inventiva come la «capacità di unire degli elementi preesistenti in combinazioni nuove, che siano utili» e sosteneva che «inventare è discernere e scegliere tra le possibili combinazioni e non costruire quelle inutili, ma solo quelle utili e feconde».

Molto spesso, infatti, un'invenzione è una soluzione innovativa e originale di un problema tecnico, che può riguardare un prodotto o artefatto, un processo, un metodo, e che è generata da un nuovo modo di concepire, combinare, selezionare e connettere possibilità tecniche disponibili seppur non ancora utilizzate in tal modo. «L'attività inventiva si esprime proprio nella capacità di ricollocare in altri sistemi di riferimento vincoli dati, producendo così il nuovo, ciò che fino a poco prima era impensato e poteva apparire impensabile», come scriveva Ezio Manzini nel 1986 in "La materia dell'invenzione". Alla base dell'invenzione c'è una connessione mentale diversa rispetto a ciò che fino a quel momento era dato e noto, che fa nascere nuove ipotesi e nuove possibilità da verificare. Quindi il processo inventivo, come generatore di nuove ipotesi di soluzioni possibili, è parte integrante dell'attività di design,

in quanto, come sostiene Ezio Manzini, «pensare il possibile costituisce la base di ogni attività progettuale» (Manzini, 1986).

Ed inoltre, come sosteneva anche Füssli, un'invenzione non conduce sempre ad una nuova creazione o produzione, ovvero non sempre viene applicata, diffusa e resa utilizzabile nell'ambiente sociale in cui è stata concepita. Infatti, un'invenzione è sempre un progresso dal punto di vista conoscitivo, ma non è detto che sia utile immediatamente o per tutti, ovvero non è detto che produca innovazione. In generale, tra la nascita di un'idea o di un prototipo di invenzione e la sua diffusione sociale e commerciale vi è sempre uno scarto temporale, ma a volte addirittura l'invenzione non trova diffusione e non produce effetti innovativi nel contesto socio-culturale in cui è stata generata.

Come evidenziato da alcuni studiosi dei processi d'innovazione (Ramplino, 2012; Baglietto, 2007), anche l'economista Joseph Schumpeter distingueva in modo chiaro l'innovazione dall'invenzione, ritenendole due categorie spesso confuse e sovrapposte. Secondo Schumpeter, non tutte le invenzioni divengono innovazioni e non tutte le innovazioni derivano da invenzioni. Infatti, un brevetto è un'invenzione, ma, se non trova un'applicazione reale e non raggiunge il mercato, non può essere definito innovazione; così come ci può essere un processo d'innovazione senza che venga generato da un atto inventivo. Un'invenzione è solo potenzialmente utile da un punto di vista socio-economico, mentre lo è certamente come avanzamento delle conoscenze scientifiche e tecniche. A questo proposito, Patrice Flichy ricorda, nel suo libro "L'innovazione tecnologica" (1996), che Marc Bloch sosteneva che «L'invenzione non è tutto. È necessario che la collettività la accetti e la propaghi» e che, con una posizione simile, Fernand Braudel riteneva che «un'innovazione ha significato soltanto in relazione alla spinta sociale che la sostiene e la impone». Quando, quindi, attraverso l'azione inventiva, si produce una differenza, un cambiamento importante rispetto all'esperienza storica e sociale esistente o precedente, allora l'invenzione produce innovazione.

Infatti, come scrive Edoardo Boncinelli, «innovare implica trasformare la tradizione sino ad istituire una completamente nuova» e «la creatività, intesa come capacità umana di innovare introducendo nella situazione vigente novità suscettibili di comune fruizione, implica il confronto e in alcuni casi la rottura con la tradizione e con le conoscenze tramandate». L'inventiva o creatività è la capacità di produrre qualcosa di innovativo che appaia utile o comunque rispondente a un bisogno condiviso e che ottenga consenso dalla società (Boncinelli, 2008).

Infine, l'invenzione non è quasi mai il risultato di un singolo individuo, ma il frutto di un processo complesso e collettivo che riguarda e coinvolge differenti soggetti, saperi e professionalità (tecnici, ingegneri, designer, scienziati, professionisti del *marketing* e della comunicazione, ecc.) che cooperano a un progetto comune. Questa dimensione collettiva del processo inventivo è tanto più vera oggi che, con la rivoluzione digitale, si riesce a condividere in tempo reale informazioni e conoscenze, a co-progettare innovazioni, a co-produrre nuovi prodotti, attraverso quella che alcuni

hanno, appunto, definito come "intelligenza collettiva" (Lévy, 1996) o "intelligenza connettiva" (De Kerckhove, 1998).

Pertanto, il design, come processo di ricerca finalizzato all'innovazione, include anche il progetto inventivo e la capacità inventiva è un'abilità necessaria per i designer, ma progettare non coincide con inventare, o meglio non coincide con generare invenzioni che non diventino anche innovazioni.

Design come interpretazione e prefigurazione

Il design è un processo inventivo, ma è anche il frutto di un'incessante attività di interpretazione orientata ad un fine, il risultato di un processo interpretativo quale strumento di trasformazione. L'interpretazione può essere considerata in molti modi. Ma, come sostiene Salvatore Zingale:

«è solo se la si intende come "attività proiettiva" e di "prefigurazione" che l'interpretazione può dare un contributo alla cultura progettuale e al design; perché in questo caso l'interpretazione si pone come conoscenza profonda di ogni realtà problematica e come strumento per "vedere" il suo possibile superamento». (Bonfantini & Zingale, 2015, p. 140)

Il design è processo di interpretazione di ciò che si presenta non solo come un "senso nascosto" da scoprire, ma soprattutto come "senso possibile" da costruire. Nell'interpretazione si dà senso alle cose, ma nel design non è sufficiente dare senso agli artefatti, bisogna interrogarsi sia su come e cosa progettare, sia su ciò che accadrà una volta che le cose sono state progettate, ovvero su quali azioni di risposta un artefatto sarà in grado di generare, una volta nelle mani del suo utente, del fruitore. L'interpretazione deve tener conto degli effetti e delle conseguenze che produrrà nel contesto d'uso, nella società e sulle persone nel presente e nel futuro. Il senso delle cose non è nell'artefatto, ma nella prassi sociale che esso determina e trasforma. Ogni atto progettuale è un processo interpretativo aperto e proiettivo, perché è dominato dall'idea di "possibilità", ovvero apre la strada a possibili altri progetti. Infatti, l'artefatto progettato diventa portatore di nuovi modelli mentali e comportamentali che influenzeranno di nuovo il senso delle cose che avrà bisogno di essere interpretato. «Il processo interpretativo del design e di ogni attività progettuale è una continua tensione fra ciò che viene interpretato e ciò che, in quanto prodotto dell'interpretazione, si presenta come nuovo programma di azione» (Bonfantini & Zingale, 2015).

Nel design, quindi, il futuro è oggetto di "prefigurazione": il disporre le cose in modo tale da ipotizzare che cosa, attraverso di esse e a partire da esse, potrebbe o dovrebbe accadere. La prefigurazione è l'atto mentale che prepara il progetto. Il design infatti influenza i comportamenti e i modelli sociali e ha a che fare con progetti a diversi livelli dell'aggregazione umana (individuo, gruppo, comunità, società). Qui sta la differenza fra il design e altre forme di progettualità, come quella artistica e quella

tecnologica. La progettazione non ha come fine l'artefatto, ma i suoi effetti sulla vita dei suoi utilizzatori (Bonfantini et al., 2006).

Il progetto, quindi, è frutto di una capacità di interpretazione che produce idee innovative, cioè possibili e originali soluzioni ai problemi indagati, attraverso "associazioni anomale", cioè associazioni non scontate, non automatiche. Secondo Zingale, infatti, «va oltre l'ovvio e l'evidente, cerca la connessione nascosta. La soluzione più ovvia non è detto che sia la più adeguata». La capacità inventiva, intesa come interpretazione, è nello scegliere e combinare il possibile, il conosciuto in maniera diversa, nuova; è l'arte del cercare, del trovare e dell'interrogare la possibilità per dare nuovo senso alle cose, e il senso è meta e direzione del processo inventivo stesso. Pertanto, il design richiede capacità interpretativa del senso da dare a ciò che si sta progettando, perché «il design vuole rispondere ad un problema, non solo neutralizzandolo, ma anche modificando a proprio vantaggio futuro le condizioni che lo hanno generato» (Zingale, 2012).

Inoltre, il processo inventivo, come interpretazione e prefigurazione della realtà, ha una sua forma logica: l'abduzione, che si differenzia dalla deduzione e dall'induzione. In particolare, il progetto è frutto di "un'abduzione proiettiva", ovvero un movimento in avanti, verso ciò che può accadere. L'abduzione, già definita da Charles Sanders Peirce nel 1868, regola ogni forma di indagine e di comprensione della realtà; è la capacità di ipotizzare scenari possibili e plausibili: è la «tensione verso un assente, possibile ma ancora da raggiungere»; è il salto che permette di spostare il pensiero verso nuove immaginazioni. L'abduzione, quindi, è quella modalità logica, né analitica (deduzione) né sintetica (induzione), per cui, a partire da un oggetto o evento, visto e inteso come effetto, si è in grado di risalire alla sua causa possibile. Questo non avviene però meccanicamente, dalla regola alla sua applicazione, come nella deduzione, né procede per progressivi accostamenti, mettendo insieme i dati osservati nell'esperienza, come nell'induzione: l'abduzione muove per salti, utilizza un movimento logico laterale per arrivare ad un'ipotesi, ad una possibilità, che prova a dare spiegazione di un fatto osservato. L'abduzione è quindi un ragionamento ipotetico, che si discosta dal mondo conosciuto e che si spinge verso il nuovo. Non si limita solo a svelare ciò che è stato, riesce a rappresentare ciò che può essere, interpretando un senso futuro. «L'abduzione può essere allora considerata come un atto di prefigurazione: scorge l'assente possibile, fa vedere ciò che ancora non c'è» (Zingale, 2004). Come sostengono Massimo Bonfantini e Giampaolo Proni, l'abduzione, infatti, è un azzardo poiché pur partendo da premesse valide, la conclusione potrebbe risultare falsa, ma questo rischio è il prezzo da pagare a fronte del forte potenziale creativo e innovativo proprio dell'abduzione. In effetti, «tanto meno la conclusione abduitiva è suggerita dalle informazioni incluse nel campo osservato, quanto più la si può connotare come una nuova conoscenza» (Bonfantini & Proni, 1983). Quindi per abduzione si sviluppa il pensiero scientifico, ma anche il processo progettuale ed in particolare «l'abduzione proiettiva» produce innovazioni rilevanti nel progetto, in quanto, nel prefigurare soluzioni possibili ad un problema, ne ipotizza anche i potenziali effetti e conseguenze (Zingale, 2012). Ogni interpretazione di un problema, di qualcosa di

sconosciuto, richiede un'abduzione, che produce una nuova idea, o utilizzando una conoscenza già disponibile, o sperimentando una regola mai provata prima. Progettare è, pertanto, interpretare e comprendere, sia la natura di un problema, sia i modi e le forme per superarlo. Il design opera proprio nello spazio tra il problema e la ricerca delle condizioni del suo superamento: con la capacità interpretativa, esplora il campo delle possibilità, con la capacità di traduzione, trasforma lo stato del possibile in reale, in artefatto, in prodotto (Zingale, 2012).

Pertanto, l'attività interpretativa e di prefigurazione è parte integrante di ogni processo progettuale e regola la concezione di oggetti e ambienti, di modelli sociali e politici, di idee di futuro. "L'abduzione proiettiva" è, quindi, uno strumento fondamentale della progettualità dei designer nel loro lavoro di interpretazione, protezione, prefigurazione, traduzione di significati in segni, al fine di ideare soluzioni possibili e innovative e rendere presente qualcosa prima impensabile.

Design come traduzione e mediazione culturale

L'idea di traduzione, come processo di decodifica e ricodifica, di interpretazione e reinterpretazione dei differenti significati di un testo o di un'opera dell'ingegno umano, è anch'essa utile a comprendere il progetto come processo di avvicinamento culturale, di addeusticamento degli elementi di novità, di mediazione culturale. La traduzione è infatti ponte tra diverse culture, avvicina mondi culturali distanti.

Similmente il designer, «il cui lavoro consiste nel trasformare correnti culturali in beni economici», come sostiene Harvey Molotch (2005), si trova a confrontarsi continuamente con operazioni di mediazione culturale. Progettare, così come tradurre, non è azione passiva, infatti la vicinanza tra progettare e tradurre sta proprio nel processo di traduzione come "operazione di accrescimento di significato", di deformazione o di selezione riduttiva, di scelta interpretativa del senso dell'opera originale. In questa accezione, la traduzione si assomiglia al processo progettuale tanto più si allontana dall'essere semplice interpretazione.

Come affermano Giovanni Baule e Elena Caratti (2016), la disciplina del design registra specifiche affinità con il campo, le teorie e gli studi sulla traduzione e «l'atto del progettare e l'atto del tradurre vanno identificandosi sotto un comune principio performativo».

La traduzione è un processo decisionale, richiede scelte tra le diverse possibili, come il processo progettuale, e le analogie si estendono man mano che traduzione perde il significato di "letteralismo", di "traduzione alla lettera".

Più si considera la traduzione come un processo di comunicazione tra culture differenti, e quindi un atto di mediazione culturale, più ha ricadute nell'ambito del design, che, per la maggior parte, è progettazione di dispositivi di mediazione per l'interazione tra mondi diversi. «Il designer è dunque comparabile con la figura del traduttore in quanto, attraverso procedure di configurazione e trasferimento, svolge un'attività di mediazione continua tra gli elementi di contesto e la diversità (geografica, culturale e fisica) degli attori coinvolti» (Baule & Caratti, 2016).

Il design, come la traduzione, è chiamato, oggi più che mai, a interpretare e organizzare contenuti che rinnovano il nostro rapporto con le cose e le relazioni con e tra le persone.

La traduzione, così come il design, è un'attività trasformativa finalizzata a riformulare e trasmutare i contenuti per generare nuove interpretazioni, semplificazioni o espansioni espressive del testo originario in una dimensione interculturale.

Inoltre il design può essere letto con il paradigma traduttivo in tutte le sue azioni di rilettura, interpretazione, comprensione, sostegno per produrre trasformazione e innovazione sociale. E ancora quando il suo obiettivo è quello di interpretare e tradurre informazioni e dati in artefatti analogici o digitali utilizzabili da differenti utenti. Nel design, sia in ambito analogico che in quello digitale, sono sempre più numerose le operazioni di traduzione di informazioni di partenza, la loro codifica in forma di dati e la loro trasmutazione in interfacce comprensibili e facili da utilizzare da parte di utenti di differenti culture. Il designer, come il traduttore, deve rappresentare la cultura di confine, consapevolmente delle differenze, e operare strategie e pratiche di mediazione culturale per sviluppare soluzioni efficaci e apprezzabili.

La mediazione culturale si realizza attraverso la progettazione di strumenti che facilitino la comunicazione, il dialogo e il coinvolgimento di attori diversi. Progettare e tradurre hanno in comune l'essere attività di mediazione culturale con l'obiettivo di facilitare e rendere possibile l'accessibilità ai contenuti. Oggi il designer ha bisogno di competenze progettuali che gli consentano di attuare processi di traduzione di differenti codici e registri, culture e saperi, linguaggi e informazioni. I designer, secondo Molotch (2005), hanno la capacità di combinare universi differenti, per questo sono dei facilitatori che operano attraverso un sapere "laterale", fondato su sensibilità transdisciplinari, artistiche e tecniche insieme.

Inoltre, la forma di un artefatto, di cui il design è artefice, è portatrice di valori estetici e simbolici, anche perché, la forma traduce le funzioni di un oggetto nel linguaggio dell'espressione percettiva ed è sempre interpretazione culturale. «La forma interpreta la funzione», come afferma Rudolph Arnheim (1977), in quanto il processo progettuale richiede scelte, punti di vista, visioni del mondo che orientano l'interpretazione finale dell'oggetto. Gli oggetti non sono solo risposte strumentali a dei bisogni, ma dispositivi capaci di tradurre e veicolare significati simbolici, estetici e culturali. La loro forma è influenzata dalle caratteristiche del contesto socio-culturale in cui vengono generati. Pertanto, le attività di mediazione culturale sono parte integrante della cultura del design e del processo progettuale inteso sia come processo di trasformazione dell'ambiente artificiale e di produzione di nuovi artefatti, sia come processo di innovazione sociale.

References

- > Arnheim, R. (1977). *Arte e Percezione Visiva*, Milano: Feltrinelli.
- > Baglietto, M. (2007). *Persone e innovazione*, Milano: FrancoAngeli.
- > Baule, G., & Caratti E. (2016). *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo nella cultura del progetto*, Milano: FrancoAngeli.
- > Boncinelli, E. (2008). *Come nascono le idee*, Roma-Bari: Laterza.
- > Bonfantini, M., & Proni, G. (1983). *L'abduzione*, in "Versus", n. 34, gennaio-aprile, pp. 1-3, Bologna: Il Mulino.
- > Bonfantini, M. (2006). *L'inveniva. Psomnoga vent'anni dopo*, Bergamo: Moretti&Vitali.
- > Bonfantini, M., & Zingale, S. (2015). *L'oggetto del progetto. Saggi, dialoghi e lezioni di semiotica intorno al design e all'inveniva progettuale*, Brescia: ATi Editore.
- > De Kerckhove, D. (1998). *Connected Intelligence: The Arrival of the Web Society*, London: Kogan page Ltd.
- > Filchy, P. (1996). *L'innovazione tecnologica. Le teorie dell'innovazione di fronte alla rivoluzione digitale*, Milano: Feltrinelli.
- > Fusilli J., L'invenzione, in Lischi P. (2004). *Tesserete*, Chieti: Pagine d'Arte.
- > Garroni, E. (2010). *Creatività*, Macerata: Quodlibet.
- > Johnson, S. (2011). *Dove nascono le grandi idee. Storia naturale dell'innovazione*, Milano: BUR.
- > Legrenzi, P. (2010). *Creatività e innovazione*, Bologna: Il Mulino.
- > Lévy, P. (1996). *L'intelligenza collettiva: per un'antropologia del cyberspazio*, Milano: Feltrinelli.
- > Manzini, E. (1986). *La materia dell'invenzione*, Milano: Arcadia Edizioni.
- > Molotch, H. (2005). *Fenomenologia del rostopane. Come gli oggetti quotidiani diventano quello che sono*, Milano: Raffaello Cortina Editore.
- > Peirce, C. S. (1868). "Some consequences of four incapacities", in "Journal of Speculative Philosophy", n. 2, pp. 140-157.
- > Rampino, L. (2012). *Dare forma e senso ai prodotti. Il contributo del design ai processi di innovazione*, Milano: FrancoAngeli.
- > Testa, A. (2005). *La creatività a più voci*, Roma-Bari: Laterza.
- > Zingale, S. Immagini e modelli per l'invenzione, Bonfantini, M. A., & Terenzi, M. T. (2004). *Come inventare e progettare alla maniera di Poe*, Bergamo: Moretti Honnegger.
- > Zingale, S. (2012). *Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inveniva*, Milano: Franco Angeli.