

book
series



diid
disegno industriale · industrial design

Design Sottrazione e Addizione

66/18



LISTLAB



diid

disegno industriale · industrial design

Design Sottrazione e Addizione

Alessandro Bertirotti
Paola Bertola
Patrizia Bolzan
Cabirio Cautela
Chiara Colombi
Sara Colombo
Loredana Di Lucchio
Marinella Ferrara
Stefano Gabbatore
Laura Galluzzo
Claudio Germak
Luca Guerrini
Francesca La Rocca
Valeria Maria Iannilli
Stefano Magistretti
Marco Mancini
Marzia Mortati
Tonino Paris
Antonella Penati
Lucia Rampino
Patrizia Ranzo
Anna Cecilia Russo
Federica Vacca
Carlo Vannicola

Il numero monografico 66 di Diid, propone una riflessione articolata sui processi di sottrazione e addizione di valori, significati, segni, informazioni, linguaggi, funzioni, materiali, tecnologie, competenze e visioni.

I diversi contributi raccolti, propongono degli scenari del design contigui al tema proposto, associando il tema stesso ad aspetti della contemporaneità dove il materiale e l'immateriale sono riflessi nell'evoluzione delle tecnologie digitali da un lato e della centralità delle discipline dell'user experience e del servizio dall'altro.

La sottrazione è valorizzata come sostituzione a partiche immateriali, dove l'elemento digitale è prevalente, l'addizione è proposta come assunzione di responsabilità e di ampliamento di campi di interesse del design.

Molti dei contributi indagano degli scenari fertili e sono rivolti a chi studia, si interessa, lavora nel mondo del design e rappresentano una apertura ed uno stimolo a nuove ipotesi di progetto.

Luca Bradini

ISSN 1594-8528



20102



9 788832 080179



Design
Sottrazione
e
Addizione

diid
disegno industriale | industrial design
Rivista quadrimestrale

Fondata da | Founded by

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

N°66/18
Design Sottrazione e Addizione

ISSN
1594-8528

ISBN
9788832080179

Anno | Year
XVI

Direttore | Editorial Director
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, Sonia Capece, Andrea Lupacchini, Enza Migliore, Federico Oppedisano, Lucia Pietroni, Chiara Scarpitti, Carlo Vannicola, Carlo Vinti

Redazione SAAD, Università di Camerino | Editorial Staff
Mariangela Balsamo, Daniele Galloppo, Antonello Garaguso, Jacopo Mascitti, Davide Paciotti

Caporedattore | Editor In-Chief
Luca Bradini

Progetto grafico | Graphic Layout
Zoe Balmas

Curatore | Guest Editor diid 66
Luca Bradini

Indice

Editorial

Design Sottrazione e Addizione > Tonino Paris 4

Think

Less, more or plenitude? Il Design nell'era della pienezza > Loredana Di Lucchio 12
Oltre il Design > Patrizia Ranzo 20
Fare progetto, costruire mercati > Carlo Vannicola 28
Neuro-cognizione e Design Globale > Alessando Bertirotti 36
Tomás Maldonado, ULM più PC > Francesca La Rocca 44

Think gallery > Ridurre e aggiungere > Jacopo Mascitti 52

Make

Il design dopo lo smartphone > Luca Guerrini 66
L'additivo che modifica il progetto > Patrizia Bolzan 74
Design Thinking ed Intelligenza Artificiale > Marzia Mortati, Cabirio Cautela, Stefano Magistretti 82
Minimalismo ed esperienza multisensoriale > Marinella Ferrara, Anna Cecilia Russo 90
Design del giunto per "forma" > Claudio Germak, Stefano Gabbatore 98

Make gallery > Svuotare e riempire > Daniele Galloppo 106

Focus

Aggiungere motivazioni, sottrarre scelta > Lucia Rampino, Sara Colombo 122
Musica, Maestra di Design > Marco Mancini 130
L'algebra del design > Antonella Penati, Paola Bertola, Chiara Colombi, Federica Vacca, Valeria Maria Iannilli 138
Piattaforme globali ed esperienze locali > Laura Galluzzo 146

Focus gallery > Articolare e semplificare > Davide Paciotti 154

Maestri

Dialogo con Mies van der Rohe e il tempo > Tonino Paris con Sofia Cocchi, Marco Dall'olio, Christian Fecondo, Giuseppe Iacovino 166

Maestri gallery > 182

Think

Less, more or plenitude? Il Design nell'era della pienezza

Il Design è una pratica e, poi, una disciplina, che è nata e si è sostanziata nella dimensione produttiva della società industriale. Una dimensione che inevitabilmente si è modificata al cambiare delle condizioni, sociali economiche e tecnologiche e non ultimo anche di quelle culturali.

Quando venne coniata la celeberrima frase "*less is more*", Mies van der Rohe considerava il '900 l'epoca dell'economia, della scienza, della tecnologia dove niente più poteva avvenire che non fosse osservabile dall'uomo.

In questa condizione, Mies evocava l'ordine e la razionalità come la vera espressione dell'epoca a cui l'atto progettuale doveva rispondere, così come nel passato aveva risposto ad altre "espressioni". Dunque, il "*less is more*" di Mies, sin dalla sua enunciazione, superava il limite di semplicità contro complessità, o di minimalismo estetico e formale contro ricchezza decorativa.

Era soprattutto una esortazione alla necessità di rispettare un ordine e una razionalità che come tali non potevano accogliere più di quello che prevedevano nella loro struttura.

Sono passati anni e molte diverse condizioni al contorno e questa dichiarazione di intenti di Mies non è mai stata dimenticata o per portarla alla ribalta o per confutarla, sempre e comunque declinandola a opportunità specifiche.

Se si vuole riaprire la questione, come vuole fare questo numero di Diid, liberando alla riflessione la particella di congiunzione tra i concetti di *less* e di *more*, nel campo del Design degli artefatti non si può prescindere da una valutazione in merito allo specifico contesto in cui ci si trova ad operare: al fine di comprendere cosa sono oggi *less* e *more*, e se, come questo contributo cercherà di analizzare, esiste un'altra condizione quantitativa, capace di sovvertire paradigmaticamente il senso dei termini in gioco.

[produzione-consumo, bisogno-desiderio, utile-futile]

Loredana Di Lucchio

PhD Design Strategico e Professore Ordinario di Design, Sapienza Università di Roma
> loredana.dilucchio@uniroma1.it

Less is more: ovvero la razionalità progettuale del '900

Quella che viene definita "società di massa"^[1] prende forma tra la fine del XIX secolo e gli inizi del XX e di fatto caratterizza tutto il Novecento, parallelamente con l'affermarsi della società industriale, della produzione in serie e del mercato dei consumi tipici del taylorismo e fordismo.

È in questo contesto che nasce e si sviluppa quello che, nell'ambito ampio della progettazione dei sistemi antropici (dall'architettura, all'ingegneria e al progetto della produzione industriale), viene chiamato Movimento Moderno. Un movimento di profonda revisione dei caratteri della progettazione, dei suoi metodi e dei suoi obiettivi. Ne furono protagonisti figure che attraverso le loro opere e il loro pensiero influenzarono più o meno direttamente tutta l'arte, l'architettura, l'urbanistica e la progettazione industriale del XX secolo. E tra questi certamente Ludwig Mies van der Rohe ne fu un esponente indiscusso. Al punto che la sua ferma convinzione che nella progettazione il "meno è più"^[2] è diventata il concetto-chiave con cui è stato letto e interpretato tutto il Movimento Moderno – e poi il Modernismo – e su cui si sono principalmente scagliati contro i successivi movimenti anti moderni, o post-moderni, della fine del secolo scorso.

È su queste premesse che bisogna partire se si pone la questione di una riconsiderazione o un aggiornamento del concetto di "*less is more*" alla luce della condizione contemporanea del fare progettuale.

Premesse che ci aiutano a mettere in luce come l'apparente minimalismo estetico che si è inteso leggere nella affermazione miesiana – minimalismo che è stato evocato poi per giustificare, elogiare o denigrare stili e linguaggi nel corso del Novecento – di fatto si rivela essere una lettura superficiale e forse troppo mediatica di un concetto e di una visione della dimensione progettuale che invece ne tentava una validazione sociale, culturale, economica e produttiva profondamente legate alla contemporaneità in cui si collocava.

Una contemporaneità che nel corso del Novecento era caratterizzata sulla già richiamata "società di massa".

Contestualizzando, infatti, tale affermazione nel più articolato pensiero progettuale di Mies van der Rohe, emerge chiaro che "ridurre per massimizzare" era (ed è) un concetto legato alla dimensione etica della produzione e del consumo nella società occidentale tra, e post, guerra.

In particolare, nel post-guerra, dove l'imperativo era ricostruire una società attraverso in primis il suo corredo oggettivo, l'obiettivo era distribuire benessere non ad una élite privilegiata ma alla totalità delle persone; e dunque sfruttare al meglio le risorse, intellettuali, umane e materiali, al fine di produrre un numero sempre maggiore di artefatti in grado di rispondere ai bisogni dei molti.

Alla luce di questo obiettivo Mies van der Rohe evocava la necessità di alleggerire, ridurre, togliere dal progetto ogni orpello sia stato esso estetico, tecnico o funzionale. Questa chiave interpretativa del pensiero di Mies, lo pone in una sorta di continuità elettiva con quanto già asseriva tempo prima Adolf Loos nella sua altrettanto nota

book
series



diid
disegno industriale · industrial design

Design Subtraction and Addition

66/18



LISTLAB



diid

disegno industriale · industrial design

Design Subtraction and Addition

Alessandro Bertirotti
Paola Bertola
Patrizia Bolzan
Cabirio Cautela
Chiara Colombi
Sara Colombo
Loredana Di Lucchio
Marinella Ferrara
Stefano Gabbatore
Laura Galluzzo
Claudio Germak
Luca Guerrini
Francesca La Rocca
Valeria Maria Iannilli
Stefano Magistretti
Marco Mancini
Marzia Mortati
Tonino Paris
Antonella Penati
Lucia Rampino
Patrizia Ranzo
Anna Cecilia Russo
Federica Vacca
Carlo Vannicola

The single-subject issue no. 66 of Diid offers an articulated reflection on the processes of "*subtraction and addition*" of values, meanings, signs, information, languages, functions, materials, technologies, skills, and visions. The various contributions offer design scenarios touching on the proposed theme, associating it with aspects of the contemporary in which tangible and intangible are reflected in the development of digital technologies on the one hand and the centrality of the disciplines of user experience and service on the other. Subtraction is valued as substitution with intangible practices, in which the digital element prevails. Addition is proposed as taking responsibility and expanding design's fields of interest. Many of the contributions investigate fertile scenarios and are addressed to those who study, are interested in, and work in the world of design, and represent an opening to and stimulus for new design possibilities.

Luca Bradini

ISSN 1594-8528



20102

9 771594 852009



9 788832 080162



Design Subtraction and Addition

diid
disegno industriale | industrial design
Journal published every four months

Fondata da | Founded by
Tonino Paris
Registration at Tribunale di Roma 86/2002 in the 6th of March 2002

N°66/18
Design Substraction and Addition

ISSN
1594-8528

ISBN
9788832080162

Anno | Year
XVI

Direttore | Editorial Director
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, Sonia Capece, Andrea Lupacchini, Enza Migliore, Federico Oppedisano, Lucia Pietroni, Chiara Scarpitti, Carlo Vannicola, Carlo Vinti

Redazione SAAD, Università di Camerino | Editorial Staff

Mariangela Balsamo, Daniele Galloppo, Antonello Garaguso, Jacopo Mascitti, Davide Paciotti

Caporedattore | Editor In-Chief

Luca Bradini

Progetto grafico | Graphic Layout

Zoe Balmas

Curatore | Guest Editor diid 66

Luca Bradini

Index

Editorial

Subtraction and addition in design > Tonino Paris 4

Think

Less, more or plenitude? Design in the age of plenitude > Loredana Di Lucchio 12

Design beyond it self > Patrizia Ranzo 20

Making design, building markets > Carlo Vannicola 28

Neuro-cognitive and Global Design > Alessandro Bertirotti 36

Tomás Maldonado, ULM plus PC > Francesca La Rocca 44

Think gallery > Reducing and adding > Jacopo Mascitti 52

Make

Designing after the advent of the smartphone > Luca Guerrini 66

The additive that changes the project > Patrizia Bolzan 74

Design Thinking and Artificial Intelligence > Marzia Mortati, Cabirio Cautela, Stefano Magistretti 82

Minimalism & Multisensorial Experience > Marinella Ferrara, Anna Cecilia Russo 90

The design of the joint "by form" > Claudio Germak, Stefano Gabbatore 98

Make gallery > Emptying and refilling > Daniele Galloppo 106

Focus

Adding Motivations, Subtracting Choices > Lucia Rampino, Sara Colombo 122

Music, Master Of Design > Marco Mancini 130

The Algebra of Design > Antonella Penati, Paola Bertola, Chiara Colombi, Federica Vacca, Valeria Maria Iannilli 138

Global platforms and Local Experiences > Laura Galluzzo 146

Focus gallery > To articulate and simplify > Davide Paciotti 154

Maestri

A Dialogue between Mies Van Der Rohe and time > Tonino Paris with Sofia Cocchi, Marco Dall'olio, Christian Fecondo, Giuseppe Iacovino 166

Maestri gallery > 182

Think

Less, more or plenitude? Design in the age of plenitude

Design, as practice and discipline, was born and substantiated in the productive dimension of the industrial society. A dimension that has changed due to the social, economic and technological and cultural changes. When the famous phrase “less is more” was coined, Mies van der Rohe considered the '900 the age of the economy, of science, of technology where nothing more could happen that was not observable by man. In this condition, Mies evoked order and rationality as the true expression of the era to which the design action had to respond, just as in the past it had responded to other “expressions”. Thus, the “less is more” by Mies, since its enunciation, exceeded the limit of simplicity against complexity, or aesthetic and formal minimalism against decorative richness. Above all, it was an exhortation to the need to respect order and rationality that as such could not accommodate more than what they envisaged in their structure. Years have passed and many different boundary conditions and this declaration of intent by Mies has never been forgotten either to bring it to the fore or to refute it, always and in any case declining it to specific opportunities. If we want to reopen the question, as this issue of DIID wants to do, freeing the reflection of the conjunction particle between the concepts of less and more, in the field of artefact design we have to evaluate the specific context in we are working in: in order to understand what less and more are today, and if, as this contribution will try to analyse, there is another quantitative condition, capable of paradigmatically subverting the meaning of the terms.

[production-consumption, needs-desires, usefule-futile]

Loredana Di Lucchio

PhD Strategic Design and Full Professor of Design, Sapienza Università di Roma
> loredana.dilucchio@uniroma1.it

Less is more: the design rationality of the '900

What is called “mass society”^[1] takes shape between the end of the 19th century and the beginning of the 20th characterizing the entire century. It happened with the rise of the industrial society, the mass production and the typical consumption market of Taylorism and Fordism.

In this context, what has been called Modernism Movement born, including all the principles and practices involved in the construction of the anthropic systems: from architecture to engineering, to the project of industrial production. A movement of insightful revision of the design features, methods, and objectives; where the protagonists' work and thought have directly influenced the art, the architecture, the urban planning, and the industrial design of the entire last century until nowadays. Certainly, one of these protagonists was Ludwig Mies van der Rohe and his firm conviction that in designing the “less is more”^[2] has become the key concept with which the whole Modernism has been read and interpreted; and as a consequence, all the different anti-modern or post-Modern Movements have focused on this concept to criticize the Modernism.

These are the fixed premises that we have to take in consideration if we have to reflect and update the concept of “less is more” within of the contemporary condition of Design. Mainly, those premises help us to highlight how the apparent aesthetic minimalism recognized in the Mies sentence of “less is more” turns out to be a facile reading of the modernism design dimension; while Mies tried to validate it within the social, cultural, economic and productive features of his contemporaneity.

A contemporaneity that was, during the twentieth century, characterized by the already mentioned “mass society”.

In fact, contextualizing this statement in Mies van der Rohe's more articulated design thought, it is clear that “to reduce by maximize” was (and is) a concept linked to the ethical dimension of production and consumption in post-war western society.

In particular, in the post-war period, where the imperative was to rebuild a society primarily through its objects, aim was to distribute well-being not to a privileged elite but to the totality of people; and to make the best use of the intellectual, material and human resources increasing the number of artefacts capable of responding to the needs of the many.

For this purpose, Mies van der Rohe evoked the need to lighten, reduce and remove from the project any trappings, whether aesthetic, technical or functional.

This interpretative key of the Mies's thinking places him in a sort of elective continuity with what Adolf Loos had already claimed with his equally well-known sentence “ornament is a crime”.

Although mainstream criticism focused on the aesthetic dimension, Loos substantiated its social, economic and productive aspects. In fact, he wrote:

The relationship between the earnings of woodcarver and a turner, the criminality low wages paid to the embroideress and the lacemaker are well known. The ornamentor

ha to work twenty hours to achieve the income earned by a modern worker in eight. Ornament generally increases the cost of an article; nevertheless, it happens that an ornamented object whose raw material cost the same and which demonstrably took three times as long to make is offered at half price of a smooth object. Omission of ornament results in a reduction in the manufacturing time and increase in wages. The Chinese carver works for sixteen hours, the American worker for eight. If I pay as much for a smooth cigarette case as for an ornamented one, the differences in the working time belongs to the worker. And if there were no ornament at all – a situation that may perhaps come about in some thousands of years – man would only have to work for four hours instead eighth, because half of the work today is devote to ornament. (1908)

With the same approach, Mies van der Rohe wrote just 15 years later:

We know of no formal problem, but only construction problems. The shape is not the end, but the result of our work. [...] The end is shaped like formalism, and we reject it. [...] The will is formalist style. We have other concerns. We would substantially liberate the practice of building from the aesthetic speculation, and to bring the building to what needs to be exclusively". (1923)

Thus, the reduction (less) as an effective way for maximization (more) becomes a form of the rationality of almost economic nature with which mass society of the twentieth century was realized.

Less or more: the uncertain dimension of contemporary society

Without having to reopen the “post-modern question” here, we can share the observation that from the second half of the 20th century until the beginning of our century the various crises – political, economic, social ones – have definitively denied the efficient rationality of the “less is more”.

And if, once again, this denial finds its most evident expression in the aesthetic dimension of post-modern languages, in fact, what was being revealed was how the Miesian “less is more” could not be more sufficient to respond to the complexification of the cultural, economic and environmental context in which the project act was called to act.

To understand this critical reading, we can be helped by the work of three authors who have opened up, with certainly different weights and visions, to a different dimension of design, from an evolutionary point of view.

We are referring to “Design for the Real World” by Papanek (1971), “*Artefatti*” by Manzini (1990) and “In the Bubble” by Thackara (2005).

Beyond the environmentalist key, what is worth highlighting in these works^[3] is the awareness of a complexity that can be understood and addressed only for small parts and no longer as a whole, losing the maximalist, positivist and rational push on which have substantiated the concept of “less is more”.

The complexity described by these three authors – albeit in the temporal and therefore cultural specificity in which their thinking takes shape – becomes not only a condition but also a justification of every possible variation of the design process where the “less” (subtraction) and the “more” (addition) are no more opposite factors but coexisting according to subjectively established weights and measures.

Of this complexity, even a deeply modern author like Tomás Maldonado (1991), feels the need to take it into account by writing:

Design [...] is, therefore, part of a complex process of defining the structure, the form, the use, the material and productive characteristics, the symbolic cultural and social sense that designer has to negotiate with other stakeholders in a process of continues historical evolution (which includes both the artefact and the system that specifies it). (1991)

In particular, in front of the acceleration of the processes of technological innovation and socio-cultural transformation, a substantial condition of weakness of the design action is highlighted.

In the context of “less is more”, every innovation was disruptive but (apparently) controlled because still inserted in a systematic dimension of learning and doing. Gradually, according to a process of exponential growth, technologies have amplified the possibilities of experimentation and innovation, therefore, the production has set aside the need to give shape to reality as Mies expected, for a self-referential legitimation.

As a result of this incessant process of technological production, there has been the uncontrolled increase in the number of available products, designed to stimulate latent desires rather than to respond to evident needs.

And so, the artefacts stop to be, as the modern thought of mass production hoped, a response to the demands of society to become stimulators of new social practices ever more articulated, specific and individualized.

In the complex society narrated by Papanek first and then by Manzini and Thackara, artefacts are inserted and constitute increasingly dense micro-organizations within a multiform system of people, geographical locations, times, usefulness, meanings.

Less plus more: “the plenitude”

To describe the contemporary reality of these micro-organizations built around increasingly technologically determined artefacts, Rich Gold uses the concept of plenitude: a dense ecology of things thought and produced by man, which he calls “*the stuff of the junk tribe*” (Gold, 2007; p.3)

According to Gold, the relationship in between contemporary society and its artefacts is based on a condition of saturation and disaffection: we live in the civilization of the thousands of things that easily become “junk” losing their utility.

When, nowadays, we use an object we have no way of knowing who made it, where it was manufactured, how was the work that produced it and what was its path to get to the shop where it was put up for sale.

If before the advent of production designed for mass society, things had a history – more or less – knowable, today they are empty boxes that are filled with meaning only in the act of consumption.

And this is not a distributed process. It is established that those who live in Europe and the United States today (which are around 12% of the world population) consume 60% of the world's goods.

According to a study^[4] carried out a few years ago, there are about 300 thousand objects in a home in the United States; while in the United Kingdom, according to another more recent study^[5], a ten-year-old child comes to own more than 200 toys but plays with just a dozen of these.

Before the advent of mass society and production, the common man lived using few things, really necessary, obtained from his work or from the work of someone who knew himself directly, and, for their utility, these things were kept as long as possible. Today, we tend not to give particular meaning to the objects that surround us and many of them are designed to be thrown away, replaced, without the possibility of repair if they are damaged. (Caparrós, 2018).

The purchase rather than use has become the action that gives value to the artefacts we use.

And the economic system based on mass production and consumption feeds itself into this process of continuous renewal of artefacts.

Suffice it to say that if we suddenly stopped designing, producing, buying and consuming the number of artefacts (even immaterial) that surround us, millions of people – workers, entrepreneurs, employees, entrepreneurs, vendors, entrepreneurs – would lose their role in the social and economic system.

There is an interesting production history that clearly represents this new dimension, and which is worth reporting here. We are talking about the very recent evolution of two large companies in the eyewear industry.

The glasses are a very particular product because, at the same time, they represent a medical device that we would like to do without and a fashionable product that we wish to possess.

The global eyewear industry, worth around €120 billion, is built on this dual nature of eyewear called “romancing the product”: in order to have an object that has a production cost around the fifty euros, in the most luxurious versions, consumers are willing to pay sums ten or twenty times higher

The diffusion of glasses takes place two centuries after its invention in the 200s in Italy, with the birth of the press in Germany, because people wanted to read.

Furthermore, glasses are a product that has very specific market characteristics. In fact, if until the end of the 19th century glasses could be bought either in a department store or by a jeweler or on a street vendor, with the development of optometry, at the beginning of the 20th century, a new profession was born which, like the pharmacists, gradually have obtained an exclusive on the sale validated by laws and regulations to assure the quality control and the health guarantee.

For millennia human beings had read and written mostly without the help of glasses, but within the last two centuries we have become a “species that wears glasses”.

This need varies from place to place because different populations have different genetic predispositions to deterioration of sight. And now it is now a widespread reality: in mature capitalist countries, it is estimated that more than 70% of adults need corrective lenses and the number of eye tests that turns into sales (what is called capture rate) is around 60%.

Moreover, in recent years it has been discovered that even the way children grow up can damage their eyesight.

It is expected that by 2050 half of the planet's population, about five billion people, will be myopic: a real “myopia epidemic”.

An effect already evident, for example, in China wherein the fifties it is estimated that the myopia was just 10-20% of the population while today it is almost 90%. In Seoul, 95% of 19-year-olds do not see from afar.

Furthermore, for populations with fewer economic possibilities - especially India and Africa - there is what is called the “visual gap”: about 2.5 billion people would need glasses but do not have neither the possibility to have a medical examination and to buy glasses. (Mariotti, *et al.*, 2015)

In this scenario, over the last few decades, two companies have arrived to dominate the market.

Essilor, which produces lenses, is a French multinational that controls almost half of the sale of prescription lenses in the world and has bought 250 companies in the last twenty years.

The Italian *Luxottica*, that produces the frames, is a company with a unique combination of factories, brands, and retail outlets. *Luxottica* was a pioneer in the use of luxury brands in the eyewear industry (such as *Ray-Ban*, *Vogue*, *Prada*, *Oliver Peoples*). The largest chain of glasses sale in the USA *Lens-Crafters*, as well as the UK John *Lewis Opticians* and *Sunglass Hut*, are owned by *Luxottica*.

It is estimated that around 1.4 billion people worldwide use *Essilor* and *Luxottica* products. In 2017 the two companies had a number of customers close to those of *Apple* and *Facebook*.

Now they are becoming one: a single multinational company called *EssilorLuxottica*^[6]. The declared “mission” of this new global company is to control “the visual experience” in the future, supplying glasses to the entire planet (Knight, 2018).

This brief history is exemplary, both in production and consumption, of what Gold meant by his “plenitude” and makes us understand how the design act is faced again with the need to understand and then choose the “measure” of their own actions.

An understanding and a choice that, due to the complexity of the system in which the micro-organization of objects are determined, can hardly be solved thanks to a single paradigm, be it “less” or “more”.

In fact, on one hand, we are still faced with the most obvious expression of that “mass” condition which, as Mies hoped, requires the rationality of “less is more” and

where the optimization of design production is aimed at consumption maximization towards an ever-larger number of people.

While, on the other hand, consumption is increasingly recognized as a subjective and isolated action, capable of accepting both the condition of “reduction” (less) – by looking for the substance in the economic and productive optimization of the object – as well as the condition of the “multiplication” (more) – chasing an emotional and aesthetic satisfaction offered by the innumerable versions of the product.

These are the obvious signs that the design action is today moving in a different condition. A condition of which at the moment the only awareness is that of uncontrollability, a sort of “interregnum” (Bordoni, 2017) between the past situation and the future one. An uncontrollability that economists, in particular, had already tried to decipher through the so-called “VUCA” model, which stands for “Volatile, Uncertain, Complex and Ambiguous” (Bennett & Lemoine, 2014).

In the Goldian “plenitude” the condition of Volatile and Complex are referred to the concept of “more” because the first refers to the speed of changes, which are not only technological but also cultural and consequently political, and the second one is determined by the number of factors we have to take in consideration and by the variety of their relationships. At the same time, the condition of Uncertain and Ambiguous refer to the concept of “less”, because the first refers to the extent to which we can predict the future, and the second highlights the risk of having increasingly incomplete and contradictory data, information and knowledge.

Therefore, for the design act remains only to seek a different measure of its own action that sublimates the quantitative dimension of the “less” and the “more” and of the mass society and production.

The current condition, although still far from having found its own definition and its crystallized nature, is clearly requiring Design to have a new paradigm able to pass to a qualitative dimension of its own action, in one word, to become a *Design for Plenitude*.

^[1] The concept of “mass society” is faced from different disciplinary points of view, from the more political to the sociological ones; in the latter, it is possible to re-read the aspect linked to the relationship between production and consumption and also field the role of design.

^[2] The motto “Less is More” is attributed, by different historians and critics, not as an original by Mies van der Rohe but as a quote that he made from others (the architect Pether Behrens, the poets Robert Browning and Christoph Martin Wieland). Buckminster Fuller has also adopted this statement in the form of “Doing more with less” with a more evident reference to technological rather than aesthetic aspects.

^[3] It is correct to specify how these three authors make no explicit reference to the work of Mies van der Rohe, but in our opinion they contribute with their work to tell a social, cultural, economic and technological condition, extremely different from that in which one substantiated the modern vision of “less is more”.

^[4] MacVean, Mary, “For many people, gathering possessions is just the stuff of life”, Los Angeles Times. March 21, 2014.

^[5] In <https://www.telegraph.co.uk/science/2017/12/05/many-toys-bad-children-study-suggests/>

^[6] Although this joint-venture is not considered a monopoly, because Essilor controls 45% of the prescription lenses market and Luxottica accounts for 25% of the frames market, the new company will be worth around sixty billion euros and will sell more or less one billion glasses per year and have 140,000 employees.

References

- > Bennett, N., & Lemoine, G.J. (2014, January-February). *What VUCA Really Means for You*. In Harvard Business review.
- > Bordoni, C. (2017). *Fine del mondo liquido. Superare la modernità e vivere nell'interregno*. Milano: Il Saggiatore.
- > Caparrós, M. (2018), *Razones y consecuencias de poseer 300.000 objetos*. Retrieved from https://elpais.com/elpais/2018/04/05/eps/1522917693_899871.html?id_externo_promo=enviar_email
- > Gold, R. (2007). *The Plenitude: Creativity, Innovation, and Making Stuff*. U.S.: MIT Press
- > Johnson, P. (1947) *Mies van der Rohe, Museum of Modern Art*. Retrieved from https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_2734_300062055.pdf
- > Knight, S. (2018). *The spectacular power of Big Lens. How one giant company will dominate the way the whole world sees*. Retrieved from https://www.theguardian.com/news/2018/may/10/the-invisible-power-of-big-glasses-eyewear-industry-essilor-luxottica?CMP=share_btn_link
- > Loos, A. (1929). *Ornament und Verbrechen*. In A., Loos Frankfurter Zeitung. (1929). *Parole nel vuoto* (trad. it., 1972). Milano: Adelphi.
- > Maldonado, T. (1991). *Disegno Industriale: un riesame*. Milano: Feltrinelli.
- > Manzini, E. (1990). *Artefatti. Verso una nuova ecologia dell'ambiente artificiale*. Milano: Domus Academy
- > Mariotti, S.P. et al., (2015). *The impact of myopia and high myopia. Report of the Joint World Health Organization-Brien Holden Vision Institute Global Scientific Meeting on Myopia*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/318216691_The_impact_of_myopia_and_high_myopia_Report_of_the_Joint_World_Health_Organization-Brien_Holden_Vision_Institute_Global_Scientific_Meeting_on_Myopia
- > Mies van der Rohe, L. (1923). *Bauen*. In G, (2 settembre9). *Gli scritti e le parole*. (trad. it. 2010). Torino: Piccola Biblioteca Einaudi.
- > Mies van der Rohe, L. (2010). *Gli scritti e le parole*. Torino: Piccola Biblioteca Einaudi
- > Molotch, H. (2003). *Where Stuff Comes From: How Toasters, Toilets, Cars, Computers and Many Other Things Come to Be as They Are*. UK: Routledge.
- > Papanek, V. (1971). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. U.S.: Pantheon Books.
- > Thackara, J. (2005). *In the Bubble. Designing in a Complex World*. U.S.: MIT Press.

Think
gallery



Think gallery

Reducing and adding

“Indeed, many of the artefacts produced in modern society are not artefacts which protect man immediately from the forces of nature (like raincoats, or even houses); but are artefacts which enable him to deal with other artefacts (like tin-openers, or pencil sharpeners), or, more importantly, artefacts which help him deal with other men (such as books and telephones, or money). Instead of imagining man and his natural environment as interacting and this interaction being mediated or buffered by material artefacts, it would be more reasonable to present a picture of civilised man as living in an environment largely of his own creation, constituted by artefacts, with the natural environment existing alongside or else outside and beyond this man-made world”. (Philip Steadman, *The Evolution of Design*, 1979).

The images that make up the gallery on the following pages seek to investigate the complex relationship, on the one hand, between the material reduction of experience and the augmented meaning and cultural value of the industrial product, and on the other between the complexification and morphological articulation of the object, and the simplification and streamlining of the conception and production process.

These issues are now equally central to human-made contemporary production, and indissolubly linked to the economic, social, and environmental challenges that await us. Redesigning the environment that surrounds us means seeking once again a synthesis between nature and artifice, in a context characterized by the need to generate new sustainable lifestyles and, at the same time, by the need for our material ego to be satisfied.

The selected objects then aim to encourage the reader to make a critical reflection on the concept of tangible and intangible value.

Jacopo Mascitti

[nature, artifice, design, value]



01



Italian-made minus and plus

>
The relationship between fertile design and the reduction (or scarcity) of material and, at the same time, between linguistic synthesis and aesthetic articulation profoundly marked twentieth-century Italian Design, making it recognizable to the world, and a hallmark of cultural identity.



02



03

- 01 Crosby, Gaetano Pesce, 1998.
- 02 Mezzadro, Achille Castiglioni, 1957.
- 03 Proust geometrica, Alessandro Mendini, 1978.
- 04 Superleggera, Gio Ponti, 1955.

04





01



02

The added value of minus and plus

> Contemporary design takes on meaning by valorizing the context of the design more than of the product, emphasizing the elementary gesture that creates the new and reconstructing the complexity of nature in simple, mathematically describable and emotional forms of processes.



03



04

- 01 *Damned.MGX*, Luc Merx, 2009.
- 02 *Autarchy*, Formafantasma, 2010.
- 03 *Putrella*, Enzo Mari, 1958.
- 04 *"Zig Zag" chair* from the *"Where There's Smoke"* series, Maarten Baas, 2004



01

Innovation between subtraction and addition

> The innovation process is methodologically articulated in the search for a profound meaning to be attributed to the environment we are surrounded by, in order to reconstruct it by subtracting access and generating complex experiences capable of improving men and women.



02



03



04

01 *Mine Kafon*, Massoud Hassani, 2011.
02 03 *TobeUs*, Matteo Ragni, 2008.
04 *Chest of drawers*, Droog, 1991.



01

**More simple, less easy;
more easy, less simple**

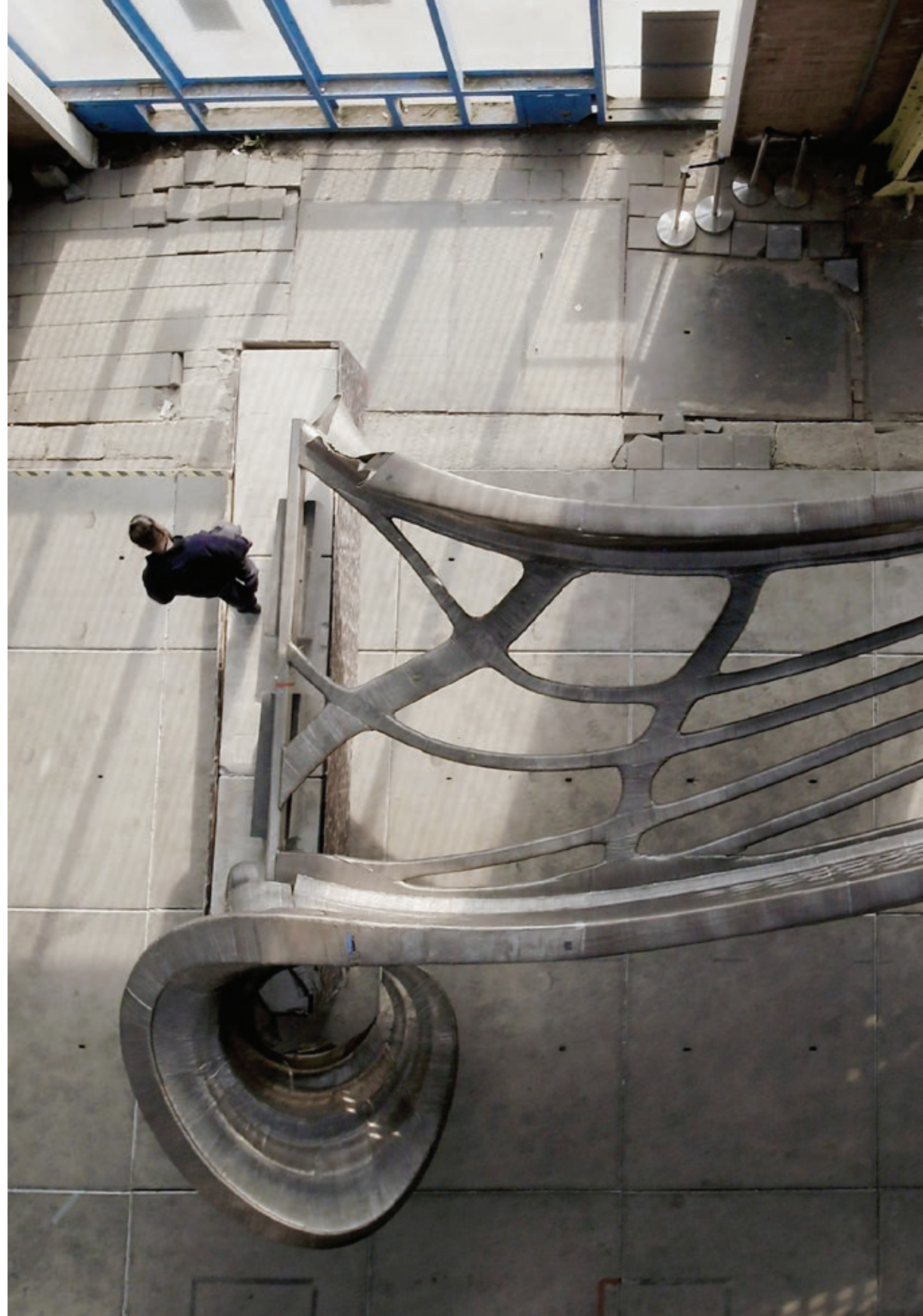
> Identifying the simple and easy in contemporary material culture, although it never was utopian, becomes so for the common people. Once there is no direct relationship between design and object, what remains is the added value of material, experiential, and cultural complexity.



02



03



04

01 *3D printed bridge*, Joris Laarman, 2018.

02 *RosAria*, JoeVelluto, 2002.

03 *ProAesthetics-Victorian*, Lanzavecchia-Wai, ProAesthetics for Masters Thesis Project, 2008.

04 *3D printed bridge*, Joris Laarman, 2018.

Published by

LISt Lab
info@listlab.eu
listlab.eu

**Art Director & Production**

Blacklist Creative, BCN
blacklist-creative.com



**Printed and bound
in European Union,
2018**

All rights reserved

© of the edition LISt Lab
© of the text the authors
© of the images the authors

Prohibited total or partial reproduction
of this book by any means, without permission
of the author and publisher.

Promotion and distribution:**- Italy**

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

- Europe and International

ACC Book Distribution Ltd, UK
uksales@accartbooks.com

- China, Japan & South-East Asia

SendPoints, China
sales@sendpoints.cn

LISt Lab is an editorial workshop, based in Europe, that works on contemporary issues. LISt Lab not only publishes, but also researches, proposes, promotes, produces, creates networks.

LISt Lab is a green company committed to respect the environment. Paper, ink, glues and all processings come from short supply chains and aim at limiting pollution. The print run of books and magazines is based on consumption patterns, thus preventing waste of paper and surpluses. LISt Lab aims at the responsibility of the authors and markets, towards the knowledge of a new publishing culture based on resource management.

affermazione dell'“ornamento come delitto”. Anche in questo caso, seppur la critica *main stream* si è soffermata sulla dimensione estetica, Loos ne sostanzialmente invece la dimensione sociale, economica e produttiva. Infatti, egli scriveva:

Sono note le condizioni di lavoro degli intagliatori e dei tornitori in legno, le paghe da fame delle ricamatrici e delle merlettaie. Il decoratore deve lavorare venti ore per giungere alla paga di un operaio moderno che ne lavora otto. L'ornamento, di regola, fa aumentare il costo dell'oggetto, tuttavia avviene che un oggetto ornato, realizzato con materiale dello stesso prezzo e che richiede, come si può dimostrare, un tempo di lavoro tre volte superiore, venga offerto a un prezzo che è la metà di quello di un oggetto liscio. L'assenza di ornamento ha come conseguenza un minor tempo di lavoro e un aumento del salario. L'intagliatore cinese lavora sedici ore, l'operaio americano otto. Se io pago per una scatola liscia lo stesso prezzo che pago per una ornata, la differenza si ritrova nel tempo di lavoro occorso all'operaio. E se non vi fossero più ornamenti a questo mondo – fatto che si realizzerà forse tra millenni – l'uomo dovrebbe lavorare quattro ore e non otto, dato che oggi metà del lavoro umano è perso nell'ornamento. (Loos, 1908)

Con uno spirito affine, Mies van der Rohe (1923), scriveva appena 15 anni dopo:

Noi non riconosciamo forma alcuna, bensì soltanto problemi costruttivi. La forma non è il fine del nostro lavoro, bensì il risultato. [...] La forma come fine è formalismo; [...] Anche la volontà di stile è formalista. Noi abbiamo altre preoccupazioni. Ci preme sostanzialmente di liberare la pratica del costruire dalla speculazione estetica, per riportare il costruire a ciò che deve essere esclusivamente. (1923)

Quindi la riduzione (*less*) come via efficace per la massimalizzazione (*more*) diventa una forma di razionalità di natura quasi economica con cui si realizzava appunto la società di massa del Novecento.

Less or more: la dimensione incerta della società contemporanea

Senza dover riaprire qui la “questione post-moderna”, si può condividere la constatazione che dalla seconda metà del '900 fino ad arrivare all'inizio di questo nostro secolo le diverse crisi – politiche, economiche, sociali – hanno definitivamente negato quella razionalità efficientista del “*less is more*”.

E se, ancora una volta, questa negazione trova una sua più evidente espressione nella dimensione estetica dei linguaggi del post-moderno, di fatto ciò che si stava palesando era come il “*less is more*” miesiano non poteva essere più sufficiente a rispondere alla complessificazione del contesto culturale, economico e ambientale in cui l'atto progettuale era chiamato ad agire.

Per comprendere questa lettura critica, ci viene d'aiuto il lavoro di tre autori che, in chiave evolutiva e con pesi e visioni certamente diversi, hanno aperto a una diversa dimensione del fare progettuale.

Ci si riferisce a “*Design for the Real World*” di Papanek (1971), a “*Artefatti*” di Manzini (1990) e a “*In the Bubble*” di Tackara (2005).

In questi lavori^[3], al di là della chiave ambientalista, ciò che qui vale mettere in evidenza è la presa di coscienza di una complessità che permette di essere compresa e affrontata solo per piccole parti e non più nel suo insieme perdendo quella spinta massimalista, positivista e razionale su cui il concetto di “*less is more*” si era sostanzialmente.

La complessità raccontata da questi tre autori – seppure nella specificità temporale e dunque culturale in cui prende corpo il loro pensiero – diventa non solo condizione ma anche giustificazione di ogni possibile declinazione del fare progettuale dove il “*less*” (la sottrazione) e il “*more*” (la addizione) si scoprono non più fattori opposti ma compresenti secondo pesi e misure soggettivamente stabiliti.

Di questa complessità, anche un autore profondamente moderno come Tomás Maldonado (1991), sente la necessità di darne conto scrivendo:

Il progetto [...] è dunque parte di un processo complesso di definizione della struttura, della forma, dell'uso, delle caratteristiche materiali e produttive, del senso simbolico culturale e sociale che il designer deve negoziare con altri attori in un processo di evoluzione storica continua (che comprende sia l'artefatto che il sistema che lo specifica).

In particolare, ciò che viene messo in luce è una sostanziale condizione di debolezza dell'atto progettuale di fronte all'accelerazione dei processi di innovazione tecnologica e trasformazione socio-culturale.

E mentre nel contesto del “*less is more*” ogni innovazione era dirompente ma (apparentemente) controllata perché ancora inserita in una dimensione sistematica del sapere e del fare, via via, secondo un processo di crescita esponenziale, le tecnologie hanno amplificato le possibilità portando a sperimentazioni, innovazioni e produzioni che di fatto hanno accantonato il bisogno di dare forma alla realtà così come auspicava lo stesso Mies, per una autoreferenziale legittimazione.

Il risultato di questo incessante processo di produzione tecnologica è stato l'aumento incontrollato della quantità di prodotti resi disponibili; pensati più che per rispondere a bisogni evidenti, per stimolare desideri latenti.

E così, gli artefatti smettono di essere, come auspicava il pensiero moderno della produzione di massa, una risposta alle istanze della società per diventare stimolatori di nuove pratiche sociali sempre più articolate, specifiche e individualizzate.

Nella società complessa raccontata da Papanek prima e da Manzini e Tackara poi, gli artefatti sono inseriti e costituiscono micro-organizzazioni sempre più dense all'interno di un sistema vario fatto di persone, luoghi geografici, tempi, utilità, significati.

Less plus more: “the plenitude”

Per descrivere la realtà contemporanea di queste micro-organizzazioni costruite intorno agli artefatti sempre più tecnologicamente determinati, Rich Gold utilizza

il concetto di *plenitude* (pienezza): una densa ecologia delle cose pensate e prodotte dall'uomo, che egli definisce «*the stuff of the junk tribe*» (roba della tribù spazzatura) (Gold, 2007, p. 3).

Secondo Gold la società contemporanea ha un rapporto con gli artefatti di saturazione e in qualche modo di disaffezione: viviamo nella civiltà delle migliaia di cose che facilmente diventano “spazzatura” e dunque perdono utilità.

Quando, oggi, usiamo un oggetto non abbiamo modo di sapere chi l'ha fatto, dove sia stato fabbricato, come sia stato il lavoro che lo ha prodotto e quale sia stato il suo percorso per arrivare fino al negozio dove è stato messo in vendita.

Se prima dell'avvento della produzione progettata per la società di massa, le cose avevano una storia – più o meno – conoscibile, oggi gli artefatti sono scatole vuote che si riempiono di significato solo nell'atto del consumo.

E questo non è un processo distribuito. È appurato che chi vive oggi in Europa e negli Stati Uniti, (circa il 12% della popolazione mondiale) consuma il 60% dei beni del mondo.

Secondo uno studio^[4] svolto qualche anno addietro, in una casa media negli Stati Uniti ci sono circa 300mila oggetti; mentre nel Regno Unito, secondo un altro studio^[5] più recente, un bambino di dieci anni arriva a possedere in media più di 200 giocattoli ma gioca con appena una decina di questi.

Prima dell'avvento della società e della produzione di massa, l'uomo comune viveva utilizzando poche cose, davvero necessarie, ottenute dal proprio lavoro o dal lavoro di qualcuno che si conosceva direttamente, e che per la loro utilità erano cose che venivano mantenute il più a lungo possibile. Oggi invece tendiamo a non dare particolare significato agli oggetti che ci circondano e molti di loro sono progettati per essere buttati, sostituiti, senza possibilità di riparazione nel caso si danneggino (Caparrós, 2018).

L'acquisto più che l'uso è diventata l'azione che dà valore agli artefatti che usiamo.

E il sistema economico che si è conformato intorno alla produzione e al consumo di massa si autoalimenta in questo processo di continuo rinnovamento degli artefatti.

Basti pensare che se improvvisamente si smettesse di progettare, produrre, acquistare e consumare la quantità di artefatti (anche immateriali) che ci circondano, milioni di persone – operai, imprenditori, impiegati, venditori – perderebbero il loro ruolo nel sistema sociale ed economico.

In tal senso, c'è una interessante storia produttiva che rappresenta con evidenza questa nuova dimensione e che vale la pena qui riportare. Stiamo parlando della recentissima evoluzione di due grandi aziende dell'industria degli occhiali.

Gli occhiali sono un oggetto molto particolare perché al tempo stesso rappresentano un dispositivo medico di cui vorremmo fare a meno e un prodotto alla moda che desideriamo possedere.

L'industria mondiale degli occhiali, vale circo 120 miliardi di euro, è costruita su questa duplice natura dell'occhiale e che in gergo viene chiamata “romanticizzazione del prodotto”: i consumatori per avere un oggetto che ha un costo di produzione che

non supera i cinquanta euro nelle versioni più lussuose sono disposti a pagare somme dieci o venti volte più alte.

La diffusione degli occhiali avviene due secoli dopo la loro invenzione nel '200 in Italia, con la nascita della stampa in Germania, perché la gente voleva leggere.

Inoltre, gli occhiali sono un prodotto che ha caratteristiche di mercato molto particolari. Infatti, se fino alla fine del XIX secolo si potevano comprare occhiali o in un grande magazzino o da un gioielliere o da un venditore ambulante, con lo sviluppo della optometria, agli inizi del Novecento, nasce una nuova professione che, sulla stregua dei farmacisti, impose via via una esclusiva vendita avvalorata, per ragioni di controllo della qualità e garanzia sulla salute, da leggi e norme per controllare la prescrizione e la vendita di occhiali.

E se per millenni gli esseri umani avevano letto e scritto per lo più senza l'aiuto degli occhiali, in appena 2 secoli siamo diventati una “specie che porta gli occhiali”.

Questa necessità varia di luogo in luogo, perché popolazioni diverse hanno predisposizioni genetiche differenti al deterioramento della vista, ma è oramai una realtà diffusa. Nei paesi a capitalismo maturo, è stimato che più del 70% degli adulti ha bisogno di lenti correttive e il numero di esami della vista che si trasforma in vendite (quella che viene chiamata *capture rate*) è calcolato intorno al 60%.

Negli ultimi anni, poi, è stata ufficializzata una vera e propria “epidemia di miopia” scoprendo che anche il modo in cui crescono i bambini può danneggiare la vista.

Si prevede che entro il 2050 metà della popolazione del pianeta, circa cinque miliardi di persone, sarà miope (Mariotti, *et al.*, 2015).

Un effetto già evidente, ad esempio, in Cina dove negli anni Cinquanta si calcola che i miopi fossero appena il 10-20% della popolazione mentre oggi si sfiora il 90%. A Seoul il 95% dei ragazzi di 19 anni non vede da lontano.

Inoltre, per le popolazioni con meno possibilità economiche – soprattutto in India, Africa e Cina – esiste quello che viene definito “divario visivo”: circa 2,5 miliardi di persone avrebbero bisogno di occhiali ma non hanno i mezzi per sottoporsi a un esame della vista e per comprarli.

In questo scenario, nel corso degli ultimi decenni due aziende hanno sovrastato tutte le altre e oggi dominano il mercato.

Da una parte c'è la *Essilor*, che produce lenti. La *Essilor* è una multinazionale francese che controlla quasi la metà della vendita di lenti graduate del mondo e ha comprato 250 aziende negli ultimi vent'anni.

Dall'altra c'è l'italiana *Luxottica* che produce le montature. Un'azienda con una combinazione unica di fabbriche, *brand* e punti vendita al dettaglio. La *Luxottica* è stata una pioniera nell'uso dei marchi di lusso nel settore degli occhiali (come *Ray-Ban*, *Vogue*, *Prada*, *Oliver Peoples*).

La più grande catena degli Stati Uniti *Lens-Crafters*, le catene britanniche *John Lewis Opticians* e *Sunglass Hut* sono di proprietà *Luxottica*.

È stimato che circa 1,4 miliardi di persone nel mondo usano prodotti della *Essilor* e della *Luxottica*. Nel 2017 le due aziende hanno avuto un numero di clienti vicino

a quelli della *Apple* e di *Facebook*. Ora stanno diventando una cosa sola: una unica multinazionale che si chiamerà *EssilorLuxottica*.^[6] La “mission” dichiarata di questa nuova azienda globale è controllare “l’esperienza visiva” per i decenni a venire, fornendo occhiali a tutto il pianeta (Knight, 2018).

Questa breve storia è esemplare, sia nella produzione che nel consumo, di ciò che Gold intendeva con la sua “plenitude” e ci fa comprendere come l’atto progettuale si trova di nuovo di fronte alla necessità di comprendere e poi scegliere la “misura” del proprio agire.

Una comprensione e una scelta che, vista la complessità del sistema in cui si determinano le micro-organizzazioni degli oggetti, difficilmente può risolversi grazie ad un unico paradigma, sia esso del “less” o del “more”.

La storia appena raccontata dimostra come: a) da una parte, ci troviamo ancora apparentemente di fronte all’espressione più evidente di quella condizione “di massa” che, come auspicava Mies, richiede la razionalità del “less is more” e dove l’ottimizzazione della produzione (e dunque della progettazione) è finalizzata alla massimizzazione del consumo verso un numero di persone sempre più ampio; b) dall’altra, viene riconosciuto e abilitato un consumo sempre più inteso come azione soggettiva e isolata, capace di accogliere tanto la condizione di “riduzione” (*less*) cercando nell’ottimizzazione economica e produttiva dell’oggetto la propria sostanza, quanto la condizione della “moltiplicazione” (*more*) rincorrendo un appagamento, stavolta emozionale ed estetico, che il prodotto offerto nelle sue innumerevoli versioni può offrire. Sono questi i segnali evidenti che l’atto progettuale si muove oggi in una diversa condizione. Una condizione di cui al momento l’unica consapevolezza è quella della incontrollabilità, una sorta di “interregno” (Bordoni, 2017) tra la condizione precedente a quella futura. Una incontrollabilità che gli economisti, in particolare, avevano già provato a decifrare attraverso il cosiddetto modello “VUCA”, acronimo di “Volatile, Uncertain, Complex e Ambiguous” (Bennett & Lemoine, 2014).

Nella “pienezza” goldiana i concetti di volatilità (*Volatile*) e quello di complessità (*Complexity*) rimandano alla condizione del “more” perché il primo si riferisce alla velocità dei cambiamenti, che non sono solo tecnologici ma anche culturali e di conseguenza politici, e il secondo è determinato dal numero di fattori che dobbiamo prendere in considerazione e alla loro varietà e alle relazioni tra loro. Di contro, i concetti di incertezza (*Uncertain*) e di ambiguità (*Ambiguity*) rimandano alla condizione del “less”, perché si riferiscono il primo alla misura in cui possiamo prevedere il futuro e il secondo al rischio di avere dati, informazioni e conoscenze sempre più incomplete e contraddittorie.

Ecco dunque che all’atto progettuale non resta che cercare una diversa misura del proprio agire che sublimi la dimensione quantitativa del “less” e del “more” e della produzione e della società di massa. La condizione attuale, seppure ancora lontana dall’aver trovato una sua definizione e una sua natura cristallizzata, sta chiaramente chiedendo all’atto progettuale un nuovo paradigma capace di farlo passare a una dimensione qualitativa del proprio agire, in una parola di passare a un “*Design for Plenitude*”.

^[1] Il concetto di “società di massa” è affrontato da diversi punti di vista disciplinari, da quelli più politici a quelli sociologici; in questi ultimi è possibile rileggere l’aspetto legato al rapporto tra produzione e consumo e si mette in campo anche il ruolo della progettazione.

^[2] Il motto “*Less is More*” viene attribuito, da diversi storici e critici, non come originale di Mies van de Rohe ma come citazione che egli fece da altri (l’architetto Pether Behrens, i poeti Robert Browning e Christoph Martin Wieland). Anche Buckminster Fuller ha fatto propria questa affermazione nella forma di “*Doing more with less*” con un più evidente riferimento agli aspetti tecnologici piuttosto che estetici.

^[3] È corretto precisare come questi tre autori non fanno esplicito riferimento all’opera di Mies van de Rohe, ma a nostro parere contribuiscono con i loro lavori a raccontare una condizione sociale, culturale, economica e tecnologica, estremamente diversa da quella in cui si sostanzava la visione moderna del “*less is more*”.

^[4] MacVean, Mary, “For many people, gathering possessions is just the stuff of life”. *Los Angeles Times*. March 21, 2014.

^[5] In <https://www.telegraph.co.uk/science/2017/12/05/many-toys-bad-children-study-suggests/>

^[6] Anche se questa fusione non è considerata monopolio, perché la *Essilor* controlla il 45% del mercato delle lenti da vista e la *Luxottica* il 25% di quello delle montature, la nuova azienda varrà circa sessanta miliardi di euro, venderà più o meno un miliardo di occhiali all’anno e avrà 140mila dipendenti.

References

- > Bennett, N., & Lemoine, G.J. (2014, January-February). *What VUCA Really Means for You*. In Harvard Business review.
- > Bordoni, C. (2017). *Fine del mondo liquido. Superare la modernità e vivere nell’interregno*. Milano: Il Saggiatore.
- > Caparrós, M. (2018). *Razones y consecuencias de poseer 300.000 objetos*. Disponibile da https://elpais.com/elpais/2018/04/05/eps/1522917693_899871.html?id_externo_promo=enviar_email
- > Gold, R. (2007). *The Plenitude: Creativity, Innovation, and Making Stuff*. U.S.: MIT Press
- > Johnson, P. (1947) *Mies van der Rohe, Museum of Modern Art*. Disponibile da https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_2734_300062055.pdf
- > Knight, S. (2018). *The spectacular power of Big Lens. How one giant company will dominate the way the whole world sees*. Disponibile da https://www.theguardian.com/news/2018/may/10/the-invisible-power-of-big-glasses-eyewear-industry-essilor-luxottica?CMP=share_btn_link
- > Loos, A. (1929). *Ornament und Verbrechen*. In A., Loos Frankfurter Zeitung. (1929). Parole nel vuoto (trad. it., 1972). Milano: Adelphi.
- > Maldonado, T. (1991). *Disegno Industriale: un riesame*. Milano: Feltrinelli.
- > Manzini, E. (1990). *Artefatti. Verso una nuova ecologia dell’ambiente artificiale*. Milano: Domus Academy
- > Mariotti, S.P. et al., (2015). *The impact of myopia and high myopia. Report of the Joint World Health Organization-Brien Holden Vision Institute Global Scientific Meeting on Myopia*. Disponibile da https://www.researchgate.net/publication/318216691_The_impact_of_myopia_and_high_myopia_Report_of_the_Joint_World_Health_Organization-Brien_Holden_Vision_Institute_Global_Scientific_Meeting_on_Myopia
- > Mies van der Rohe, L. (1923). *Bauen*. In G. (2 settembre9). *Gli scritti e le parole*. (trd. it. 2010). Torino: Piccola Biblioteca Einaudi.
- > Mies van der Rohe, L. (2010). *Gli scritti e le parole*. Torino: Piccola Biblioteca Einaudi
- > Molotch, H. (2003). *Where Stuff Comes From: How Toasters, Toilets, Cars, Computers and Many Other Things Come to Be as They Are*. UK: Routledge.
- > Papanek, V. (1971). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. U.S.: Pantheon Books.
- > Thackara, J. (2005). *In the Bubble. Designing in a Complex World*. U.S.: MIT Press.

Think
gallery



Think gallery

Ridurre e aggiungere

“Molti dei manufatti prodotti nella società moderna non sono manufatti che proteggono direttamente l'uomo dalle forze della natura (come gli impermeabili o anche le abitazioni), ma sono manufatti che lo rendono in grado di adoperare altri manufatti (come apriscatole o temperamatite) o, più significativamente, manufatti che lo aiutano ad avere rapporti con altri uomini (come i libri, il telefono o il denaro). Invece di immaginare che l'uomo e il suo ambiente siano interagenti, e che questa interazione sia mediata o ammortizzata da manufatti materiali, sarebbe più logico rappresentare l'uomo civilizzato come un individuo che vive in un ambiente in gran parte di sua creazione e costituito da manufatti, mentre l'ambiente naturale è posto a fianco, o anche all'esterno o al di là di questo mondo da lui stesso prodotto” (Philip Steadman, *The Evolution of Design*, 1979).

Le immagini che compongono la galleria delle pagine a seguire cercano di indagare il complesso rapporto, da un lato, tra riduzione materica dell'esperienza e aumento di senso e valore culturale del prodotto industriale e, dall'altro, tra la complessificazione e articolazione morfologica dell'oggetto e la semplificazione e razionalizzazione del processo di ideazione e produzione.

Questi temi sono oggi parimenti centrali nella produzione antropica contemporanea e indissolubilmente legati alle sfide economiche, sociali e ambientali che ci attendono. Riprogettare l'ambiente che ci circonda significa cercare nuovamente una sintesi tra natura e artificio, in un contesto caratterizzato contemporaneamente dalla necessità di generare nuovi stili di vita sostenibili e dal bisogno di sentire appagato il nostro io materiale.

Gli oggetti selezionati vogliono spingere, quindi, il lettore ad una riflessione critica sul concetto di valore, materiale e immateriale.

Jacopo Mascitti

[natura, artificio, progetto, valore]



01



Più o meno Made in Italy

>
Il rapporto tra fertilità progettuale e riduzione (o penuria) materiale e, al contempo, tra sintesi linguistica e articolazione estetica ha segnato profondamente il Design Italiano del XX secolo, rendendolo riconoscibile al mondo e culturalmente identitario.



02



03

- 01 Crosby, Gaetano Pesce, 1998.
- 02 Mezzadro, Achille Castiglioni, 1957.
- 03 Proust geometrica, Alessandro Mendini, 1978.
- 04 Superleggera, Gio Ponti, 1955.

04





01



02

Il valore aggiunto del più e del meno

> Il progetto contemporaneo assume senso attraverso la valorizzazione del contesto progettuale più che del prodotto, enfatizzando il gesto elementare che crea il nuovo e ricostruendo la complessità della natura in forme processuali semplici, matematicamente descrivibili ed emozionali.



03



04

- 01 *Damned.MGX*, Luc Merx, 2009.
- 02 *Autarchy*, Formafantasma, 2010.
- 03 *Putrella*, Enzo Mari, 1958.
- 04 *"Zig Zag" chair from the "Where There's Smoke" series*, Maarten Baas, 2004



01

Innovazione tra sottrazione e addizione

> Il processo d'innovazione si articola metodologicamente nella ricerca di un profondo significato da attribuire all'ambiente di cui ci siamo circondati, per ricostruirlo sottraendo l'eccesso e generando esperienze complesse in grado di migliorare l'uomo.



02



03



04

01 *Mine Kafon*, Massoud Hassani, 2011.
02 03 *TobeUs*, Matteo Ragni, 2008.
04 *Chest of drawers*, Droog, 1991.



01

**Più semplice meno facile,
più facile meno semplice**

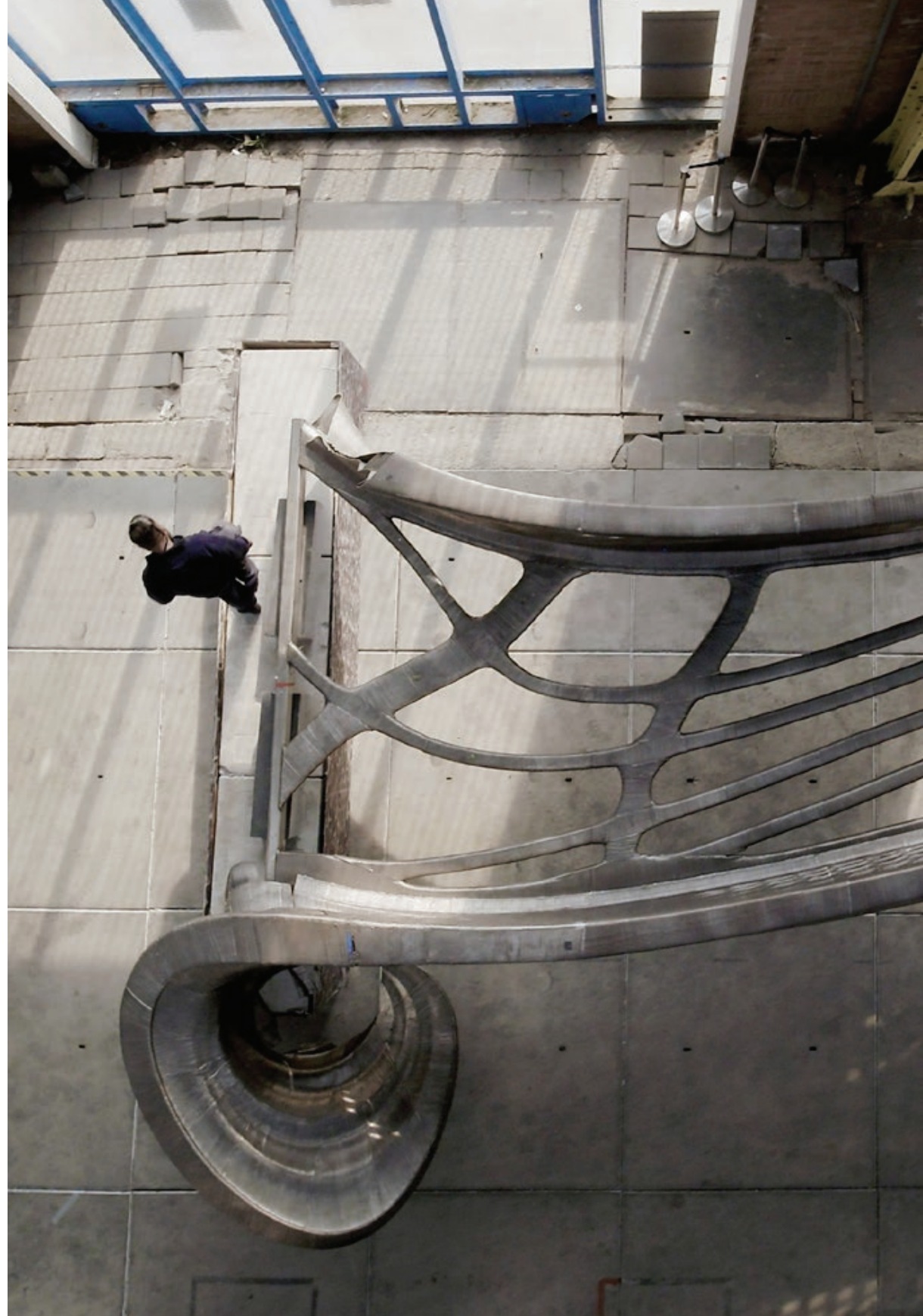
> Identificare il semplice e il facile nella cultura materiale contemporanea, sebbene non lo sia mai stato, diviene utopico per l'uomo comune. Venuto meno il rapporto diretto tra progetto e oggetto, quello che resta è il valore aggiunto della complessità, materica, esperienziale e culturale.



02



03



04

01 *3D printed bridge*, Joris Laarman, 2018.

02 *RosAria*, JoeVelluto, 2002.

03 *ProAesthetics-Victorian*, Lanzavecchia-Wai, ProAesthetics for Masters Thesis Project, 2008.

04 *3D printed bridge*, Joris Laarman, 2018.

Pubblicato da

LISt Lab
info@listlab.eu
listlab.eu

**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:**- Italia**

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

- Europa e Internazionale

ACC Book Distribution Ltd, UK
uksales@accartbooks.com

- Cina, Giappone & Sud-Est Asiatico

SendPoints, Cina
sales@sendpoints.cn

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.