Tonino Paris

Design
testi e contesti

Quodlibet

Design_testi e contesti

autore
Tonino Paris

© 2017 Quodlibet srl
Macerata, via Giuseppe e Bartolomeo Mozzi, 23
www.quodlibet.it

ISBN 978-88-229-0051-7

progetto grafico
Zoe Balmas

Tutti i diritti sono riservati a norma di legge e a norma delle convenzioni internazionali. Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta con sistemi elettronici, meccanici o altro senza l'autorizzazione scritta dell'editore.

RINGRZIAMENTI:
Un ringraziamento speciale a Vincenzo Cristallo, a cui sono particolarmente riconoscente. Senza la sua partecipazione sentita, questo libro non lo avrei fatto. Le sue sollecitazioni, il suo costante confronto sui contenuti e sulle modalità di raccontarli in un'opera compiuta sono state decisive.
Ringrazio inoltre tutti coloro con i quali ho condiviso in molti anni quel lavoro intellettuale che, intorno alla rivista DIID_*Disegno industriale|Industrial Design* e ai tanti eventi destinati alla diffusione della cultura del Design, ha generato idee, riflessioni e che ha dato vita al mio modo d'intendere la disciplina del progetto, vale a dire come strumento di conoscenza e di proposta per migliorare la vita dell'uomo e delle sue relazioni sociali.
Fra i tanti un ringraziamento particolare a Cecilia Cecchini, Federica Dal Falco, Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Sabrina Lucibello, Carlo Martino, il gruppo di docenti con il quale ho un sodalizio pluriennale. Infine gli studenti e i professori della scuola di Design della Sapienza, che ho fondato, a cui ho dedicato il mio tempo, ripagato di quanto, tanto, ho ricevuto.

Indice

p.12 **nota introduttiva**

p.15 [1] **progettare un artefatto_ argomenti**

p.33 [2] **testi e contesti**

p.36 disegno industriale e design
ubiquità
autonomia del progetto
ineluttabilmente industriali
insegnamenti al fare
materia e materiali
formare e informare
identità e differenza
l'evento dell'exibit
complesse architetture virtuali
è il design
il linguaggio dell'oggetto
scenari di prospettiva

p.49 ideare beni di consumo
nuove tecnologie
il colore
metodologia didattica
tecnologie ecosostenibili
connessioni
ambiguità di senso
esperienza formativa
domanda di mercato
spettacolarizzazione
comunicazione
l'inganno
materie pensanti
carte magnetiche
obsolescenza utile
apparenze ludiche

p.62 cose, oggetti e prodotti
complessi percorsi
senza interruzione
sollecitare l'ingegno
oggetto architettonico
valore strategico
a servizio dello sport
anonimi ma industriali
tra oggetti e contesti
sincerità e ambiguità
innovazione tecnologica
prodotti meticci
musei del design
up-grading

p.72 etica ed estetica
la scatola degli attrezzi
il dubbio
la formazione
l'agone di una cultura smart
homo faber
performance
nel caos
come, cosa, chi, quando, perché
leggeri o forti
le ragioni
l'estetica dell'high tech
convivenza di sistemi
etica|mente
il gusto dominante

p.84 utile e inutile
educazione permanente
la memoria
crisi dell'architettura
una progettazione integrabile
un nuovo equilibrio
una grande fattoria

interconnessioni con l'uomo
pratiche
la progettazione del cibo
itinerari cognitivi
il raro e l'esclusivo
un polipo

p.96 realtà ibride
lectio
le corde giuste
reciprocità di contaminazioni
interaction design
processi di ibridazione
design for cinema
natura sociale
trasferimenti
nanodesign

p.107 innovazione per cultura
cromatismo sociale
valore semantico
liberamente ispirati
scuole di design
coniugare
territori produttivi
italian style
italian look

p.116 tradizioni e trasformazioni
una lezione
unità per l'architettura
nuovi fermenti
in mezzo a due terre
design popolare
estetizzare
no name
il flusso dei prodotti
complessità culturale

p.129 [3] **compendio**

p.131 nominare design
declinazioni
artefatti
biografia delle cose
creatività / feticcio verbale
l'etica del progetto
la crisi del progetto tra modernità e postmodernità
i materiali nella cultura del design

p.144 la parola tipo per il design
si chiamano tipi
i caratteri distintivi degli oggetti
tipo e Movimento Moderno

p.147 il design: nuovi paradigmi
il design dell'era Open Source
il design del desktop manufacturing
design on-demand

p.153 **bibliografia**

ticolare tutti quei fattori che, in un modo o nell'altro, partecipano al processo costitutivo della forma del prodotto. E, più precisamente, [scriveva Maldonado, ndr] si allude tanto ai fattori relativi all'uso, alla fruizione e al consumo individuale o sociale del prodotto (fattori funzionali, simbolici o culturali) quanto a quelli relativi alla sua produzione (fattori tecnico-economici, tecnico-costruttivi, tecnico-sistemici, tecnico-produttivi, tecnico-distributivi)" [...] Il design in sostanza, elabora delle informazioni che riceve dall'esterno (società e impresa); b) le ricombina in una nuova forma e c) le trasferisce di nuovo verso l'esterno in un ciclo pressoché continuo (se non ci si limita a considerazione l'azione di un singolo designer); allora appare chiaro che le nuove tecnologie informatiche, nella loro decostruzione dei processi consequenziali di acquisizione e trasferimento della conoscenza, modificano il ciclo società-design-impresa-società rendendolo sostanzialmente orizzontale. Ci si riferisce, in particolare, al fenomeno dell'*open-source* che, iniziato in campo informatico, oggi si è declinato in molti altri contesti culturali e produttivi [...].

Loredana Di Lucchio, Design on-demand. Evoluzioni possibili tra design, produzione e consumo, in: "Lectures 2", Rdesignpress, 2014

Artefatti > [...] In "Artefatti" Ezio Manzini afferma: "l'oggetto è stato da sempre caratterizzato da una duplice natura: quella di oggetto-protesi, cioè strumento che amplifica le nostre possibilità biologiche, e quella di oggetto-segno, supporto significante di possibili significati, parte integrata di un più ampio e complesso linguaggio delle cose [...] oggi questo schema binario non basta più [assistiamo, ndr] alla comparsa di una nuova famiglia di oggetti in grado di svolgere rapidamente funzioni complesse [...] come moltiplicatore di attività cerebrali e sensoriali [definendo così, ndr] un'altra possibile natura dell'oggetto [...] saranno gli anni Novanta a consacrare il design patinato degli oggetti culto, dello star-system delle grandi firme e della cultura della brand-identity". Ecco dunque che il Ventunesimo secolo si apre con un aumento esponenziale della varietà di prodotti a disposizione dove, però, le differenze appaiono nel loro complesso sempre più irrilevanti. È un moltiplicarsi di novità che non rappresentano momenti di cambiamento sostanziale rispetto al loro precedente tipologico ma solo un mutamento costante che, inevitabilmente, diventa abitudine. Tale fenomeno comporta una banalizzazione delle differenze, un uso strumentale della novità privata di ogni effettivo valore innovativo, l'uniformarsi delle funzioni e dei linguaggi. L'ambiente artificiale in cui viviamo si fluidifica sempre più alimentato dalla costante trasformazione degli oggetti, che appaiono sempre nuovi mentre l'ambiente, nel suo complesso, non subisce nessun cambiamento valevole come evoluzione.
È in quegli anni che Donald Norman, uno dei più influenti scienziati cognitivi degli ultimi

tempi, riflettendo sul ruolo del design, afferma nel suo *"The Design of Everyday Things"* che il design non fa altro che occuparsi di forme a volte così superflue da diventare inutili.
Ma mentre il design continua in questa sorta di deriva, in altri campi del sapere (e del fare) ci si accorge che i cambiamenti stanno portando a una nuova configurazione dove non sono più le risorse fisiche a determinare la ricchezza di un sistema sociale, culturale ed economico ma quelle intangibili: gli *skill*, le competenze e soprattutto le conoscenze delle singole persone, dei gruppi e del sistema stesso.
Viene teorizzata l'era della "*knowledge economy*" e i nuovi capitali su cui investire sono il capitale intellettuale e il capitale reputazionale, quelli cioè, che trasformano la conoscenza stessa da "fattore dato" a "fattore da costruire". Sotto forma di artefatti, servizi e media, la conoscenza si contestualizza, passando dai luoghi della sua produzione ai luoghi del suo consumo e diventano determinanti quelle professioni capaci di generare e rigenerare sempre nuova conoscenza.
Questa condizione definisce un panorama, dove prolificano modelli organizzativi (siano esse imprese, istituzioni, gruppi sociali) non più univoci, omologabili e ripetibili; quanto piuttosto modelli mutevoli che rispondono rapidamente agli stimoli (sociali, culturali e politici) e dunque caratterizzati da un'alta flessibilità e adattabilità. La più evidente conseguenza della costante mutevolezza di questi modelli organizzativi è che anche le figure che agiscono al loro interno devono essere altrettanto variate, mutevoli e adattabili [...].

Loredana Di Lucchio, Design on-demand. Evoluzioni possibili tra design, produzione e consumo, in: "Lectures 2", Rdesignpress, 2014

Biografia delle cose > [...] Ogni oggetto, che può scomparire rapidamente o sopravvivere a lungo, ha un suo ciclo di vita, quella che è stata chiamata la *biografia delle cose*.
In ambito archeologico e dal punto di vista filosofico, la metafora biologica applicata alla vita degli oggetti è ricorrente. Secondo quest'ottica potremmo studiare gli artefatti seguendo il percorso tracciato tra i due estremi: dalla nostra iniziale attrazione o resistenza al decadimento dell'interesse. Spesso, una volta alienata la forma a causa della rapidità del consumo, le cose scompaiono, diventano antimerci inutili, invecchiate, insolite, per poi rinascere in seguito al loro ritrovamento ed essere interrogate sulla loro storia. Una grande quantità di cose è trasmessa attraverso i testamenti, altrettanta viene rotta, gettata nelle discariche, lasciata nelle cantine, a rigattieri o antiquari. Le cause, non sempre decodificabili che portano a disfarsi degli oggetti, sono di solito legate al declino della loro funzione d'uso "[...] per le cose che sopravvivono e vengono adottate si verifica invece una sorta di metempsicosi cui corrispondono uno o più cicli di vita". Insomma, le cose viaggiano, si