

d'Arch

Università degli Studi di Palermo
Dipartimento di Architettura

Dottorato di ricerca
Design, Espressione e Comunicazione visiva
XXIII ciclo

PRIMA DEL DESIGN

tesi di Dottorato
di Michele Maria Cammarata

S.S.D. ICAR 13
/Disegno Industriale/

tutor: Prof. Arch. Gaetano Licata

coordinatore: Prof. Arch. Marcella Aprile

febbraio 2013

Premessa/ipotesi/

1	Antefatti /pre – concetti/	13
1.1	rivoluzione e Design /invenzione/innovazione/	15
1.2	quì è Design? /campo di intervento/disciplina/contaminazioni/	19
1.3	merce di Design /styling/redesign/mercato dell'oggetto/	25
1.4	crisi e Design /mercato globale/crescita/decrescita/	31
1.5	eco...Design /ecologia/sostenibilità/riuso/riciclo/	35
2	PREDESIGN	42
3	Operazioni	46
3.1	La cosa /Martin Heidegger/	46
3.2	Caso /test/	50
3.3	La penna	50
4	Catalogo	59
5	Conclusione	82
6	Bibliografia	86

Curriculum M.M.C.

* **Appendice**/L.Burckhardt/M. Braungart/L. Moholy-Nagy/D. Brooks/V. Gregotti/
/Whole World Catalog/

Naturalmente si possono vedere, gli oggetti del design; sono forme e attrezzi fino a edifici e persino apriscatole. Il designer gli dà forma logicamente e in modo che siano facili da usare pur accettando alcune condizioni esterne: per l'apriscatole le caratteristiche delle scatole. Il designer delle scatole invece parte dalle caratteristiche dell'apriscatole; che sono le sue condizioni esterne. Così, si può interpretare il mondo come fatto di oggetti e dividerli in – per esempio – case, strade semafori chioschi; in macchine del caffè, lavandini, posate, tovaglie. Questa divisione produce delle conseguenze: porta ad interpretare il design come qualcosa che individua un preciso oggetto, accetta le sue condizioni esterne, e fissa come obiettivo quello di costruire – per esempio - una macchina del caffè migliore o più bella, quindi si presta a fare quello che negli anni '50 veniva pensato come Die Gute Form – la buona forma. Lucius Burckhardt, 1980

Se ci prefiggiamo il principio “dalla culla alla tomba” finiremo sempre per ridurre, evitare, minimizzare e cercare di digerire il nostro senso di colpa: sentirsi meglio potrebbe essere sinonimo di eco-efficienza.

Ma l'eco-efficienza non è bella, al contrario è bruttissima. Lo so che sulle riviste di design si legge il contrario, ma insisto, l'efficienza non risolve niente, rende solo la cosa totalmente sbagliata.

Se uno fa una cosa sbagliata, non serve renderla perfetta, perchè diventerebbe solo perfettamente sbagliata.

Michael Braungart

/Premessa/

Una lettura del contesto culturale che fa da sfondo al design contemporaneo ci può aiutare a riconoscere programmi, ambiti di lavoro e progetti davvero *efficaci* e non solo *efficienti* e pertanto più orientati a produrre cambiamenti che condizionati dalla richiesta di produrre effetti.

La *proliferata e disordinata* produzione di oggetti di design alimenta e consolida sempre di più l'idea di un *altro modo di fare*, di rispondere a domande che superano la richiesta di *capolavori*, di *prodotti definitivi* (1), di un anacronistico ritorno allo *styling*, per lavorare a strategie di innovazione in grado di attivare processi continui di nuovi prodotti, nuovi servizi, nuovi comportamenti, nuove abitudini e nuove comunicazioni.

Un vero e proprio passaggio culturale dalla visione del mondo per oggetti ad un mondo complesso fatto di sistemi di cose e soprattutto relazioni tra persone, oggetti, istituzioni, ha indebolito il *confine*, da sempre abbastanza *fragile e irregolare*, del *campo* di applicazione del design.

Un'economia globale complessa e instabile, le politiche economiche e ambientali, contribuiscono a produrre dei veri e propri spostamenti di senso in ambiti come quello del design, ma anche dell'architettura o delle scienze economiche e sociali. Lucius Burckhardt, prova a leggere questa nuova condizione del design, elaborando negli anni '80 la teoria – estrema - che *Design ist unsichtbar* (2) – è invisibile – ovvero che il design non deve limitarsi a intervenire su ciò che è visibile, su un piano estetico e funzionale piuttosto deve lavorare a *ciò che non si vede*. I *complessi integrati* (3), diventano nuovi luoghi di pratica del design che assume la condizione di essere non-visibile come condizione potenziale per intervenire in un ambito istituzionale, organizzativo e di istruzione dei processi. Così, l'angolo di una strada, la salute, e ancora la notte diventano oggetto e allo stesso tempo *oggetti* di design. Questo atteggiamento sembra interessante perché propone di lavorare,

durante il processo di elaborazione di nuovi oggetti, non tanto all'oggetto in se quanto al suo significato, agli effetti che produce, fino a mettere in discussione la sua condizione di esistenza.

Affinché i nuovi condizionamenti, sociali, ambientali, economici e culturali, diventino il *corpo nuovo* di oggetti e progetti *imprevisti* e per questo innovativi, forse è necessario rintracciare, in ciò che viene prima del design dell'oggetto, l'ambito sul quale riformulare un nuovo sistema di vincoli e procedure.

Un P R E D E S I G N di nuove condizioni e nuovi presupposti; la parte non visibile di tutto ciò che è *oggetto* del design!

(1) Andrea Branzi, *Modernità debole e diffusa. Il mondo del progetto all'inizio del XXI secolo*, Skira, Milano, 2006

(2) Lucius Burckhardt, *Design ist unsichtbar*, in: D'Ars, nr. 103 – Eupalino Editore, Milano, 1983

(3) Christopher Alexander, *A Pattern Language: Towns, Buildings, Construction*, Oxford University Press, USA, 1977

oggetto d'uso = arte



arte = oggetto d'uso

1. /pre-concetti/**Antefatti**

Cinque questioni, ci sembrano essenziali per una lettura del design contemporaneo, per riconoscere i reali presupposti, gli *antefatti* per la costruzione di un nuovo atteggiamento critico.

Questioni aperte, dalle più lontane a quelle più prossime; una sorta di patrimonio genetico di una crisi, a più livelli e dai vari contenuti.

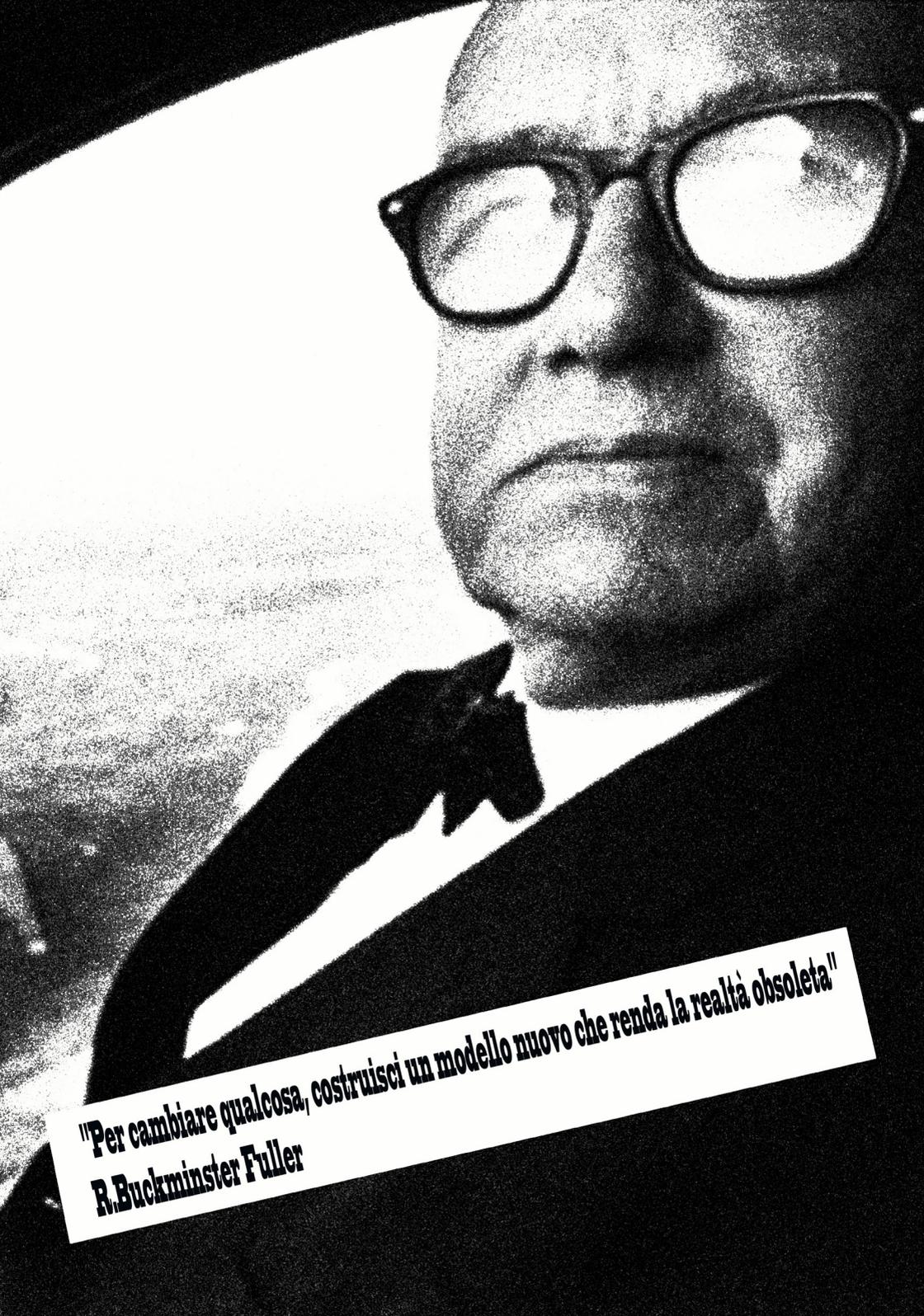
1/ Il rapporto *invenzione-innovazione*, che ha scardinato con la prima rivoluzione, quella industriale, il binomio progettazione-esecuzione, introducendo i temi della produzione in serie, della quantità e della ripetitività, e che ha prodotto, per frammenti altre rivoluzioni, scientifiche, economiche e culturali.

2/ Il tema del *campo di azione* e di lavoro del design, e del designer; la volontà di riconoscerlo e descriverlo, da parte delle prime scuole di design, e la continua ricerca di un'identità indebolita e confusa da intermittenze e contaminazioni da parte di altre discipline; minaccia e risorsa del design contemporaneo.

3/ Il *mercato* degli oggetti di design interamente rivolto a orientare e soddisfare il desiderio del consumatore, alimentando una forma di narcisismo fondato sull'immagine; una perpetua produzione di oggetti che già esistono, che associano estetica e funzione, esclusivamente a fini commerciali.

4/ Il concetto di crisi, come condizione limite per un cambiamento evolutivo, per riformulare - prima - un nuovo sistema di contenuti per nuove strategie economiche.

5/ La *questione ambientale*, che per necessità – dovrebbe essere l'obbiettivo numero uno per l'intera popolazione del pianeta – è entrata a far parte della nostra vita, e quindi ormai da tempo, con ancora incerti risultati, *oggetto* del design contemporaneo.



"Per cambiare qualcosa, costruisci un modello nuovo che renda la realtà obsoleta"

B. Buckminster Fuller

1.1 /invenzione/innovazione/**Rivoluzione e Design**

Il concetto di innovazione nel design, come presupposto per vere rivoluzioni culturali, tiene insieme in un rapporto di scambio e dipendenza innovazioni economiche e scientifiche.

Innovazione, ha il significato di *rin-novamento*, cambiamento, novità. Innovare è *introdurre* una o più novità, è cambiare un sistema introducendo qualcosa di nuovo, appunto innovandolo.

Il concetto di innovazione è alla base della teoria economica di Joseph Alois Schumpeter, che d'accordo con Marx che il capitalismo attraversa, per fattori interni, delle fasi cicliche e che sarà sostituito dal socialismo, individua nell'innovazione e non nel plusvalore il fattore interno che determina il cambiamento.

Nel saggio *Teoria dello sviluppo economico* (1), degli anni '20, differenzia il concetto di innovazione rispetto a quello di invenzione. L'invenzione è un'idea geniale: inventare è generare per la prima volta. L'innovazione è, invece, il tentativo di applicare un'invenzione per la prima volta, metterla in atto, anche introdurla sul mercato.

Mentre l'atto di generare, di inventare, non è necessariamente a fini di lucro e commerciali, e può non tradursi mai in un'innovazione, per trasformare un'invenzione in innovazione è necessario un soggetto economico.

Si definisce la figura dell'imprenditore, come colui che porta avanti innovazioni, ma la svincola sia dal legame stretto e personale con la produzione, sia dalla figura del finanziatore; è una figura difficile da individuare all'interno di un processo innovativo, perché è una figura esterna alla produzione, eppure è dentro il processo.

Per Schumpeter, elaborare nuove combinazioni economiche, quindi innovare, ha un più efficiente e duraturo risultato se si procede per immissione di gruppi di innovazioni (*cluster*), tra loro collegate, piuttosto che per innovazioni singole.

Nella ricerca scientifica, l'innovazione è intesa, invece, come

un processo di conoscenza, costituito dall'*osservazione* dei *dati* attraverso procedimenti induttivi, ipotetici e deduttivi.

L'attività scientifica si fonda sul concetto di innovazione, inteso come scoperta, di ciò che già esiste ma è nascosto, sforzo del pensiero per svelare le *forme* della natura.

L'indagine scientifica è un procedimento sperimentale, in quanto studia i fenomeni di cui vuole accertare i rapporti, nelle condizioni protette e replicabili del laboratorio. Non si tratta di un'osservazione libera di eventi che accadono spontaneamente in natura: è lo scienziato che fa interagire artificialmente le variabili tra cui vuole precisare il rapporto o studiarne la reazione.

Tornando al design, mentre le innovazioni scientifiche, – sempre più stimolate dal mercato in virtù della loro capacità di trasformarsi in innovazioni tecnologiche – sono ingredienti indispensabili per il perseguimento della competitività economica, i progetti innovativi, sono il campo ottimale per lo sviluppo delle innovazioni sociali.

L'innovazione tecnologica, nell'era delle invenzioni – la macchina a vapore, i nuovi telai ad acqua e ad intermittenza..... – produce a catena processi innovativi di trasformazione: dell'economica, del lavoro, della società, fino alla trasformazione delle città e del territorio.

L'automobile e il piroscafo, la locomotiva, come *nuovi mostri*, attraversano il paesaggio esteso, prossimo e a distanza, *lo strumento musicale del francese A.Sax, le macchine agricole, gli strumenti chirurgici, i telescopi, le armi e i mobili per la scuola*, (2) costruiscono una nuova cultura sociale.

Il passaggio dall'era preindustriale a quella della *meccanizzazione* (3), è una vera rivoluzione: *quella industriale*.

L'abbassamento dei prezzi, il trasporto pubblico, la rete di distribuzione idrica, le lavanderie, garantiscono, in un processo di democratizzazione dei servizi, standard di vita più equi.

La messa in discussione del modello progettazione-esecuzione insieme al concetto di quantità e ripetibilità nella produzione, elaborano un primo stralcio di teoria, *imprevista*, di quello che oggi

chiamiamo design; come innovazione e rivoluzione.
Oggi, la ricerca di prodotti e strategie veramente innovative sono l'unica, sola, soluzione possibile al cambiamento; per una vera rivoluzione *contemporanea*.

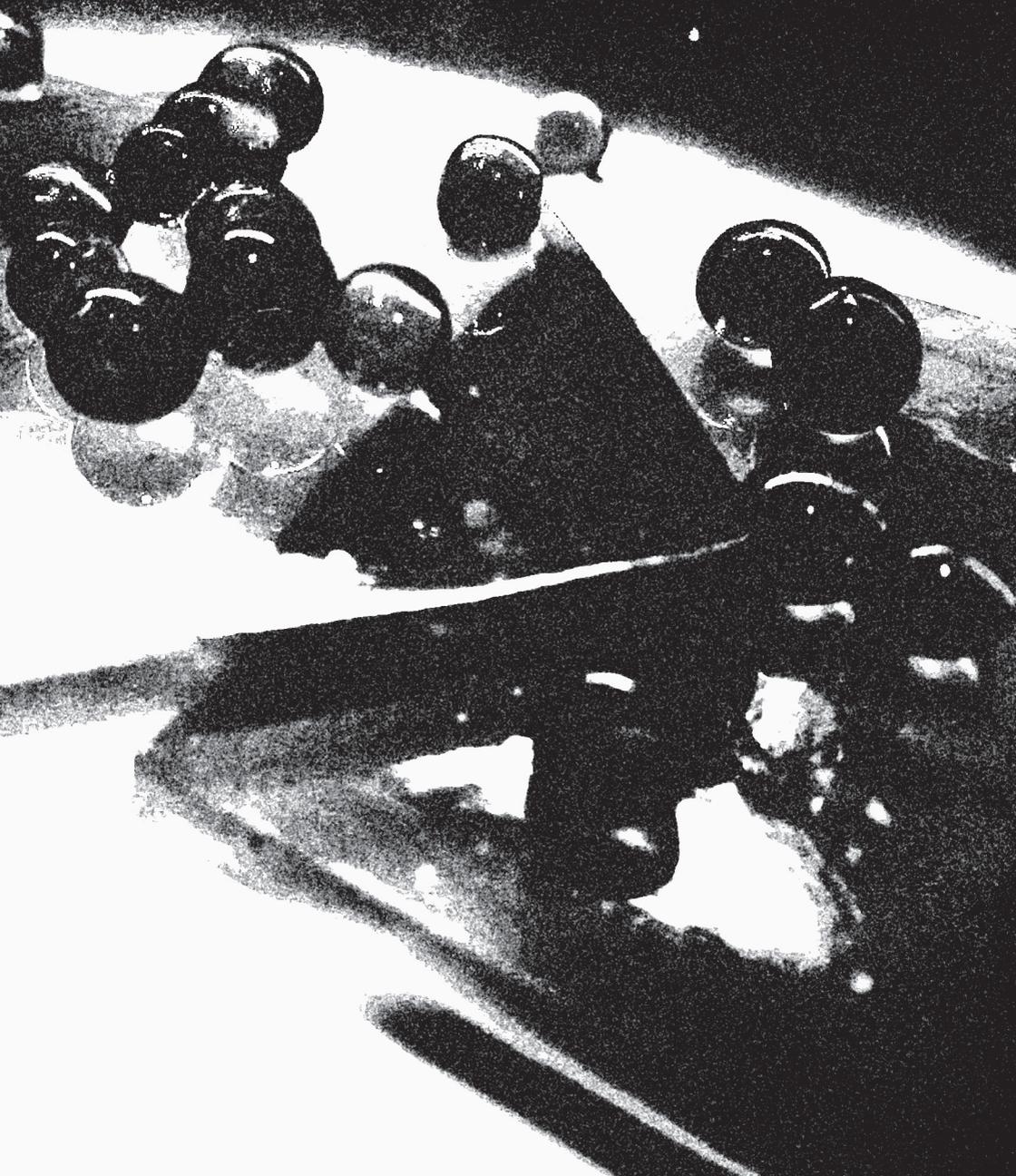
(1) Joseph A. Schumpeter, *Teoria dello sviluppo economico*, ETAS, Milano, 2002. Traduzione della sesta edizione tedesca (1964), sulla scorta anche dell'edizione inglese del 1934, della *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, 1911

(2) Tomas Maldonado, *Disegno Industriale, un riesame*, Feltrinelli, Milano, 1991

(3) Siegfried Giedion, *Mechanization takes Command. A Contribution to Anonymous History*, Oxford 1948. Trad. it. *L'era della meccanizzazione*, Feltrinelli, Milano, 1967

**"Il mio lavoro è creativo e
in cucina la maggior
parte della mia creatività
è teorica."**

Ferran Adrià



1.2 /campo di intervento/disciplina/contaminazioni/ **Qui è Design?**

Se la rivoluzione industriale ha aperto la strada all'economia politica, come sosteneva Boudrillard, “*per una teoria razionale della produzione materiale*”, il lavoro del Bauhaus ha notevolmente esteso questo “*sistema di valore di scambio all'intero dominio delle forme e degli oggetti...in nome del design*” (1)

Ma il design è *industriale* perchè si dedica alla progettazione di tutto ciò che viene prodotto dall'industria, o meglio, secondo un processo industriale? E quindi, se un oggetto non è prodotto industriale, non è design?

Gropius aveva superato la questione, definendo il design come processo – forse anche come metodo – ma elaborando una distinzione, nel definire dei veri e propri ambiti disciplinari: architectural design, planning design, product design.

La grande intuizione di Gropius e della scuola del Bauhaus è stata quella di accogliere dall'aggettivo *industrial* - proprio omettendolo – quasi un' *indicazione*, un orientamento per un nuovo atteggiamento, una nuova metodologia, un nuovo senso critico e allo stesso tempo creativo.

Intorno agli anni '60, in un contesto di programmazione di istituti di divulgazione della disciplina, e di una possibile introduzione del design all'interno delle scuole politecniche la figura del designer e la *materia* del design prendono una nuova struttura.

“Considero il design come un adeguamento metodologico, è l'operazione di integrazione della progettazione tradizionale alla nuova realtà della produzione e del consumo.

Presupponendo così che il designer sia da considerare come elemento direzionale da inserire ad un tale livello del processo produttivo da costituire il ponte tra la *line* direttiva e lo *staff* esecutivo, capace quindi

di interpretazione orientativa e di responsabilità operativa.

E' proprio in funzione di questo carattere globale che si definisce un taglio disciplinare particolare.

La necessità di dover interpretare la totalità di un processo produttivo, impone al designer l'aggiornamento problematico delle discipline propriamente scientifiche al fine di padroneggiare le scelte tecniche fondamentali relative alla determinazione del prodotto, evitando che esse, poste all'esterno, blocchino le sue facoltà inventive ed espressive. Non mi pare che esista o che sia possibile, una differenziazione metodologica riferibile alla varietà di scala dei problemi.” Marco Zanuso

Si delinea una figura più complessa che si carica di una nuova responsabilità seppur soltanto operativa, che acquisisce il ruolo di coordinatore tra figure diverse, tra direttivo/committenza e esecutivo/produzione e che deve essere all'altezza di padroneggiare e far confluire conoscenze da altre discipline per gestire correttamente le scelte di carattere tecnico.

Il design resta comunque ancora esclusivamente legato al concetto di un'attività di *progetto* finalizzata al *prodotto*, nonostante si superi la questione legata alla scala dell'*oggetto* e i campi di applicazione variano, nella misura in cui variano i campi di applicazione della produzione industriale legata al mercato dell'*oggetto*.

“Naturalmente intendo per progetto ciò che attiene alla conformazione fisica dell'oggetto, al rapporto percettivo, di comunicazione tra l'uomo e le cose. Infatti anche la formula di un dado per brodo, di

una brillantina, un piano di ricerca, un'indagine scientifica, un piano di azione politica, sono suscettibili di progettazione. Ma soltanto la forma del dado (la scatola), o della brillantina (la bottiglia) sono design, progetto nell'accezione che ci interessa.” Mario Bellini

I temi del design come disciplina autonoma, e la necessità di delinearne un campo d'azione, fino al tema del *design totale*, sono tutt'ora al centro del dibattito sul design contemporaneo.

Il modo più diffuso in cui il problema viene affrontato sembra quello in cui a partire da una disciplina madre, si elabora una frammentazione che connota con una certa *varietà* il termine design e che al di là dei contenuti metodologici o teorici specifici, produce una vera e propria differenziazione merceologica – interior, food, graphic, fashion... – più che, dei veri ambiti di competenze specifiche, dentro la disciplina.

Non è un caso che il design sembra stia diventando la *professione di massa più tipica del XXI secolo*, e che il numero delle scuole di design è in crescita non solo nei paesi industrializzati, ma soprattutto in quelli in cui la produzione industriale deve ancora consolidarsi. (2)

Tutto è design!...contro il senso che il Bauhaus aveva intuito nell'espressione *industrial design*, come nuovo atteggiamento per la ricerca di nuovi metodi e nuovi orientamenti della produzione, e producendo invece un vero e proprio *inquinamento semiotico* (3) del termine, privandolo del suo senso, e assimilandolo ad una forma di inquietante e libera creatività.

Eppure questa diffusa confluenza di *materie* differenti, è un dato di fatto che ha delle radici ben precise – e anche non proprio recentissime – e dei riferimenti teorici che la intravedono come potenziale, come risorsa per il design contemporaneo.

“...design come controllo sull’ambiente che ci circonda a tutti i livelli dimensionali, dall’oggetto d’uso fino al town design, sino all’idea stessa di pianificazione in quanto coincidente con quella parte dell’atteggiamento progettuale, che è scelta, previsione, e intervento. Il design si pone come l’istituzione di un metodo di progettazione unitario a tutti i livelli non solo per ciò che concerne le attività caratteristiche legate all’idea del costruire, ma addirittura ogni attività tecnologica che ambisce a costruirsi come progettante, ossia formante e, solo in quanto tale, creativa.” Vittorio Gregotti

Il recupero del concetto di *atteggiamento progettuale*, che passa attraverso la *scelta*, la *previsione*, prima dell’*intervento*, fa intuire nuovi *oggetti* di design, meno consistenti, non più legati al concetto di costruzione *tout court*.

Le nuove tecnologie, i nuovi sistemi di comunicazione, le reti di informazione hanno letteralmente stravolto in un tempo brevissimo, e col contributo di ciascuno di noi, un sistema di *valore* e di regole che era fondato sulla *cosa*, sul bene tangibile, sul sistema di relazione tra l’uomo e gli oggetti verso sistemi immateriali; un *mondo fluido* (4) fatto da *materie inconsistenti* e nuove relazioni, da una nuova concezione dello spazio e del tempo e da un’economia *estesa* e globale. Il design, diventa oggetto di interesse da parte di altre discipline; intrusioni e risorse per alimentare dei meccanismi di integrazione nel processo di elaborazione di nuovi prodotti e nuovi servizi, per elaborare strategie di innovazione delle imprese e della cultura economica e sociale in genere.

(1) J. Baudrillard, *Per una critica dell’economia politica del segno*, Mazzotta, Milano, 1974

(2) Andrea Branzi, *Modernità debole e diffusa. Il mondo del progetto all’inizio del XXI secolo*, Skira, Milano, 2006

(3) (4) Ezio Manzini, *Il design in un mondo fluido*, in: a cura di Hans Hoeger, *Design Education*, Abitare Segesta, Milano, 2006

1965 "il numero di transistor inseriti in un chip raddoppia circa ogni due anni"

Gordon Moore
cofondatore di Intel



1.3 /styling/re-design/marcato dell'oggetto/ **Merce di Design**

Una delle questioni che la teoria del design ancora oggi si trova ad affrontare è quella del rapporto tra la qualità estetica del prodotto e le richieste, di quantità, del mercato capitalistico.

È un problema che risale alle origini storiche del design, e che oggi naturalmente risente del grande cambiamento del mercato – da quello europeo a quello globale – e di un incremento della richiesta di produttività.

Il tema della *riqualificazione estetica totale* (1) è sempre stata una vera prova di forza da parte del design, che ha sempre visto l'industria e il contesto sociale a cui faceva riferimento, ostili ad un radicale cambiamento del gusto e della cultura estetica, attraverso la diffusione degli oggetti di uso.

Dopo la crisi economica del '29, negli Stati Uniti, accade un'inversione, è l'industria questa volta che, in un contesto politico di redistribuzione della ricchezza – il New Deal roosveltiano - vede nel design un possibile *motore* per la produzione di beni di consumo, che attraverso la loro qualità estetica potessero più facilmente attrarre larghe categorie di consumatori.

“La forma diventa fattore di affabilità e così di incremento alla vendita, in una forma di cosmesi dell'oggetto d'uso, lasciando intatto il problema tecnico e tecnologico.” Gillo Dorfles

Lo *styling design*, denuncia una *nuova* verità, un compromesso tra le premesse del design storico e la nuova condizione sociale e culturale; il consumatore, in quanto utente, condiziona e indirizza le scelte della produzione. Lo *styling*, non solo lavora alla costruzione di un *nuovo gusto* attraverso la pubblicità, ma soprattutto interpreta le esigenze, le aspirazioni e il carattere dei consumatori, che si riconoscono in un sistema di simboli e convenzioni; una forma di appartenenza ad un nuovo status.

Il fenomeno dello *styling*, costituisce così, una sorta di DNA di una nuova cultura del consumo, che è il centro del dibattito sulla crisi del design contemporaneo.

“La funzione del designer non dovrebbe consistere nel disegnare prodotti corrispondenti a bisogni già strutturati, com’è ancora usuale nella nostra libera economia di mercato. Suo compito dovrebbe essere piuttosto quello di contribuire a strutturare i bisogni; altrimenti non gli resta che il ruolo modesto, di dar mano al perpetuare, con lievi modificazioni, agli oggetti che già esistono. Se è vero che la sua funzione dovrebbe riconoscersi, non già nel mantenere la quiete, sì invece nel creare inquietudini.” Tomas Maldonado

L’atteggiamento più diffuso oggi nella produzione industriale e quello che garantisce una continua crescita, per mezzo di una diffusione esponenziale della domanda.

Una delle modalità per mettere in atto questa strategia – solo economica – è l’introduzione sul mercato, continua e ossessiva di oggetti che non corrispondono a bisogni reali, perché sono *superati* o perché già *esistono*.

“Una enorme quantità di oggetti a tutte le scale dimensionali, la cui unica relazione è spesso la semplice sovrapposizione, forma il nuovo concreto paesaggio che frequentiamo; cresce, si moltiplica, si spreca, si deposita ai margini delle nostre azioni, istituisce con noi relazioni sempre più necessarie, ci possiede come una seconda natura.” Vittorio Gregotti

Questo atteggiamento, produce conseguenze estreme, per cui in un regime di competizione, a nuovi oggetti si associano vere e proprie forme di seduzione come far diventare il contenitore più importante del prodotto, o la tendenza diffusa alla *personalizzazione* del prodotto.

La *specializzazione flessibile* (2) della produzione postfordista, permette infatti la produzione di prodotti che sono di massa, per quanto riguarda la quantità, ma che possono essere adeguati o orientati a nicchie di consumatori.

L'immagine del prodotto, il suo nome/logo, la sua *marca*, si sostituiscono all'oggetto, che si trasforma in un vero e proprio veicolo per la diffusione di un messaggio commerciale.

Un'altra strada praticata dall'industria e quella di proporre oggetti con altissime prestazioni tecnologiche e funzionali, ad una condizione precisa: essere progettati per essere *superati*, in alcuni casi aggiornati e poi sostituiti, in un arco di tempo che non ha nessun rapporto col reale ciclo di vita dell'oggetto.

“E’ difficile stabilire i modi in cui si determina l’obsolescenza dell’oggetto nel rapporto tra produzione e consumo anche se si è propensi a credere che il grado di provvisorietà e rapida consumazione materiale ed espressiva della maggior parte dei prodotti, sia in diretta relazione con la carenza di impostazione programmatica da parte delle strutture produttive.

Marco Zanuso

La *legge Moore* – da Gordon Moore, tra i fondatori di Intel – secondo la quale il numero di transistor inseriti in un chip raddoppia circa ogni diciotto mesi, ci fa rendere conto di come la potenza dei processori è destinata a crescere in maniera esponenziale, e così, i costi di produzione diminuiranno per aumentarne la disponibilità, fino ad una quasi totale *occupazione* della nostra vita quotidiana in

termini di spazi fisici e della mente.

I microprocessori, infatti, sono utilizzati dappertutto, dai congegni dei semafori ai giocattoli, e con un livello di potenza, calcolata in base al numero di informazioni da gestire al secondo, che è assolutamente spropositato rispetto alla funzione che svolgono.

Basti pensare che una cartolina di auguri musicale, del costo di pochi euro ha una potenza di elaborazione maggiore di un personal computer di circa venti anni fa!

Ma la *progettazione dell'obsolescenza*, insieme alla *produzione senza bisogni reali*, sembra essere solo un aspetto del mercato del *solo consumo*.

La cultura del *kitch*, derivato *senza progettazione* del gusto dominante, contribuisce a determinare una inflazione della cultura dell'oggetto; un substrato di teoria del gusto self-made vittima solo ed esclusivamente dei media, della pubblicità, della moda.

I luoghi di costruzione del nuovo gusto e delle nuove *tendenze* – mode – diventano le serie televisive, i programmi tv, ... fino ai giornali di gossip, e le case dei *vip*.

Questa logica perversa, produce una concorrenza fra paesi con diverso orientamento sociale, produttivo ed economico, attraverso strategie di produzione che consolidano questa forma di *incultura* sociale e degenerazione del gusto.

Il plagio nei confronti di aziende all'avanguardia nella ricerca e nella sperimentazione, fino alla contraffazione di oggetti *di marca*, sono diventati i punti di forza di una *altro* mercato del consumo, parallelo ma non del tutto – basti pensare quanto le due realtà siano vicine e cointeressate per esempio nel campo della moda – che ha dei volumi assolutamente paragonabili se non in certi casi maggiori, di quello che chiamiamo *legale*.

“Molti hanno definito la nostra società *una società di merci*, intendendo sottolineare con questo termine come il livello di consumo sia spesso assunto direttamente dalla nostra società come parametro

di valore, e quindi come ciò significhi l'assunzione stessa dell'uomo come merce, perchè esclusivamente considerato come "mezzo per" in ogni momento della logica del ciclo produzione-consumo.

La risposta non è evidentemente ne quella del ritorno a fasi anteriori di questo rapporto merce-uomo, ne l'apocalittica visione del mondo della produzione solo come perdita o dannazione dei valori. La risposta sta precisamente nell'effettivo rovesciamento di questo rapporto di dipendenza tra produzione e consumo, nella volontà della società degli uomini di progettare razionalmente, ossia nell'interesse dei più, il loro ambiente futuro." Vittorio Gregotti

(1) Filiberto Menna, *Design, comunicazione estetica e mass media*, in *Edilizia Moderna* n.85, 196?

(2) Hal Foster, *Design & Crime*, Postmedia Books, 2005

"Quando oggi qualcuno mi chiede come mi sono venute tutte quelle idee innovative... io rispondo che abbiamo guardato come funzionano le altre banche e abbiamo fatto il contrario."

Muhammad Yunus
fondatore della GrameenBank,
premio nobel per la pace, 2006



“il mondo non uscirà dal presente stato di crisi se non abbandonerà il modo di pensare che lo ha generato.”

Albert Einstein

Il termine “crisi” – dal greco κρισις (separazione, scelta, giudizio, decisione) – fu utilizzato per caratterizzare dapprima situazioni militari, poi anche politiche, che esigevano una decisione, un intervento concreto da parte degli attori coinvolti. Nell’epoca delle rivoluzioni il concetto esprimeva, una *nuova esperienza del tempo*, e costituiva *il fattore e l’indice di un cambiamento di epoca* irripetibile, che modificava la storia in maniera *fondamentale* (1). Il termine, venne poi sempre più utilizzato, anche in altri campi scientifici e nel linguaggio corrente, per indicare situazioni problematiche di ogni genere, irrisolvibili con le tradizionali tecniche di soluzione dei problemi e che esigevano strategie specifiche di gestione. Le teorie delle crisi, sviluppate dalla sociologia e poi recepite dalla storia, cercano di spiegare le cause, lo sviluppo e le possibilità di porre termine alle crisi sociali e politiche.

La crisi economica e culturale odierna, riporta indiscutibilmente il problema su un piano di attualità che investe tutti campi di applicazione della cultura, tutti gli ambiti di ricerca contemporanei.

Formare uomini che sappiano affrontare la crisi (2), forse oggi è l’unica strada possibile.

Uno studio svolto dagli economisti Arnold King e Nick Shulz, prova a sostenere che un cambiamento economico verso la ripresa è possibile solo se sostenuto e alimentato da un cambiamento intellettuale.

E ancora, a sostegno di un atteggiamento anti-crisi diventa necessario produrre dei veri e propri nuovi protocolli di azioni e comportamenti sui quali riformulare nuove domande, per produrre un vero cambiamento, improvviso e inaspettato.

Insomma proprio spostando il campo della ricerca dai numeri, dalle quantità ai comportamenti auspicano la produzione di effetti indiretti: ...*quando l'economia riguardava numeri e cose, assomigliava alla fisica. Oggi che riguarda le idee assomiglia sempre di più alla psicologia.*(3)

Nuove forme di credito, riformulano, nei contenuti e nella forma nuovi prodotti, per nuovi mercati finanziari.

Il microcredito - per esempio - rivoluziona il sistema del prestito, fino a diventare la strategia di accumulazione di un capitale per l'istituzione di un nuovo istituto bancario.

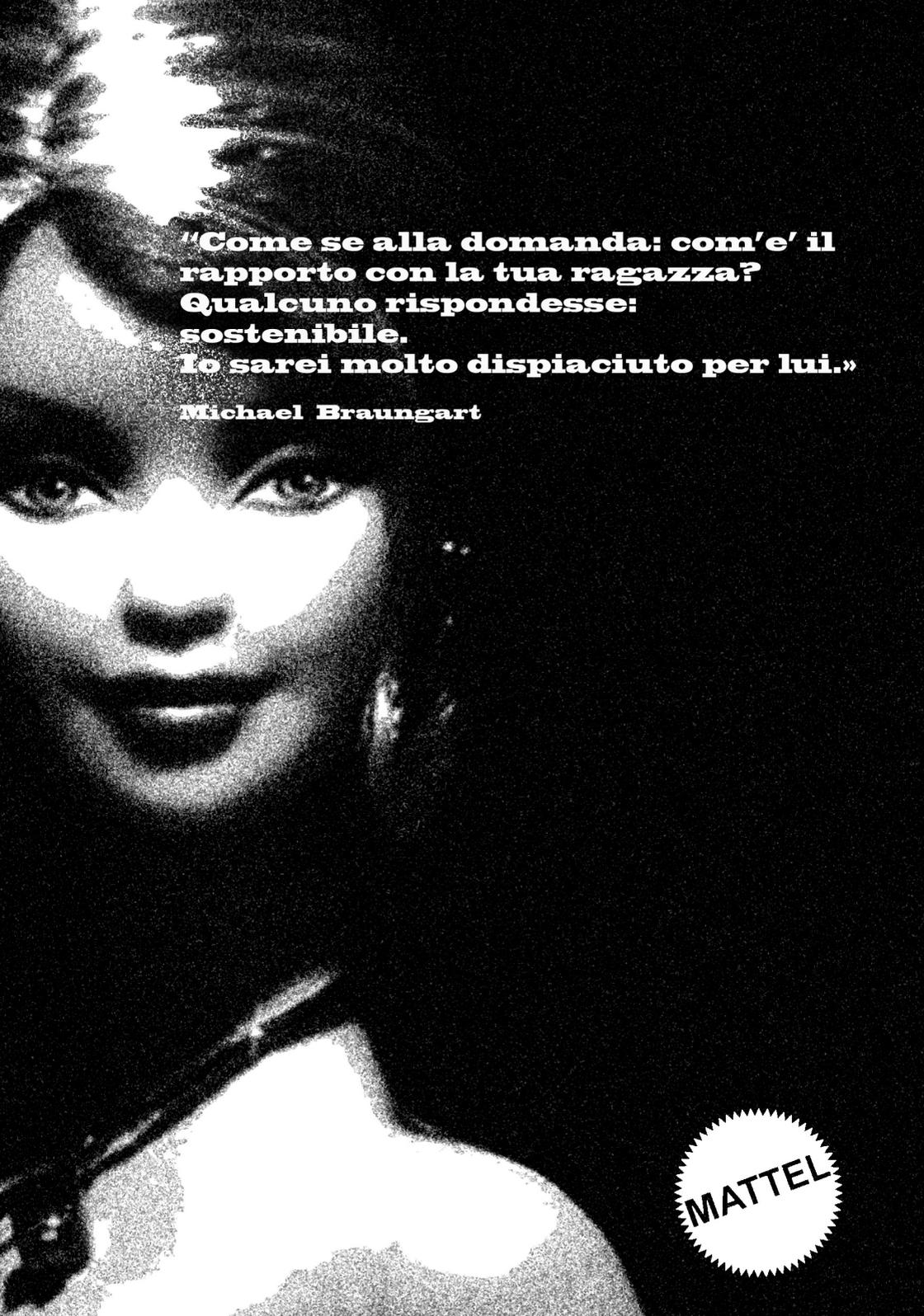
La Grameen Bank, accumula per differenza e per esclusione, nuovi utenti, per nuovi mercati, e nuovi programmi, prima dell'economia.

In questo senso il rapporto crisi-design va letto come un'opportunità verso la trasformazione, ma anche una grande presa di responsabilità nell'assumere questa condizione di crisi economica e culturale insieme a quella ecologica come materia di lavoro. Anche il design può contribuire in questo senso alla formulazione di nuovi protocolli di comportamento sani e responsabili proprio attraverso gli oggetti o attraverso processi e programmi meno tangibili che allo stesso modo producono trasformazioni e provano a riformulare una nuova cultura sociale.

(1) Reinhart Koselleck, *Critica e Crisi*, uno studio della patogenesi del mondo borghese, *Subrkamp*, Francoforte, 1969, tr. it. Il mulino, Bologna 1972).

(2) Hosle Vittorio, *Filosofia della crisi ecologica*, Einaudi, Torino 1992

(3) Arnold Kling, Nick Schulz *From Poverty to Prosperity: Intangible Assets, Hidden Liabilities and the Lasting Triumph over Scarcity*, Encounter Books, New York, 2009



"Come se alla domanda: com'è il rapporto con la tua ragazza? Qualcuno rispondesse: sostenibile. Io sarei molto dispiaciuto per lui.»

Michael Braungart



Il tema della sostenibilità ambientale, oggi diventa vera materia di lavoro, il nuovo input a procedere verso altre direzioni e per ottenere risultati, imprevedibili e ancora oggi poco conosciuti. Progettare per la sostenibilità richiede la consapevolezza di tutte le conseguenze a breve e lungo termine degli effetti di qualsiasi trasformazione dell'ambiente. Il design sostenibile è l'elaborazione di apparati e oggetti ecologicamente sensibili e responsabili, che dovrebbero in qualche modo partecipare alla *matrice evoluzione* della natura. In questa direzione ogni fase del design, dalla progettazione fino alla produzione e costruzione richiede una riconsiderazione dei processi. Sistemi lineari di pensiero, o programmi a breve termine tendono spesso a *giustificare* e spesso non sono abbastanza lungimiranti nel consolidare e costruire un'interazione tra fenomeni umani e natura. Il design, può contribuire alla costruzione di questa nuova cultura sociale, *producendo visioni* (1), contribuendo ad avviare una transizione verso la sostenibilità intesa come *metadiscorso nel quale tutti dovremmo stare* (2) per contribuire alla costruzione di un nuovo e diverso senso comune.

D: “se le dico eco-design, lei pensa a una moda?”

R: “questa definizione non mi comunica nessun tipo di emozione, ma mi comunica solamente una serie di programmi di ricerca. Nel senso che tutti questi tipi di lavori, questi ambiti di ricerca applicata che sono stati programmati in questi anni, per ora non hanno mai incrociato un pensiero progettuale evoluto. Nel senso che sono rimasti esperimenti un po' a tavolino, un po' freddi, un po' da laboratorio. Non sono mai diventati elementi di emozione ambientale, cioè non

hanno mai prodotto un'icona, anche metropolitana, diversa, un modo diverso di immaginare lo spazio e quindi di immaginare l'azione dell'uomo nel territorio urbano, in quello agricolo. Su questo tema anch'io ho molto lavorato. Però spesso questi esperimenti sono rimasti nella fase sostitutiva, cioè si sostituisce un materiale, diciamo tradizionale, con un nuovo materiale più eco-compatibile, senza però ancora analizzare pienamente che cosa questo cambiamento potrebbe produrre. Come sostituzione sola non può bastare. Certamente, diciamo, sono contributi importanti, che vanno probabilmente capiti in una stagione di sperimentazione tipologica, urbana e anche tecnologica più vasta e più profonda, che ha radici non solo politico-programmatiche. Deve avere poi radici per entrare in circolazione, deve avere delle radici culturali ben più complesse, ben più ricche.“

Ugo Gregoretti intervista Andrea Branzi

Il concetto di sostenibilità è stato introdotto per coniugare in qualche modo la preoccupazione verso il benessere del pianeta con la continua crescita e sviluppo umano. Il dibattito su ciò che il termine sostenibilità suggerisce e ancora oggi molto aperto e ancora, il vero risultato delle sue applicazioni in realtà e ancora poco tangibile.

“lo sviluppo sostenibile è uno sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni“

Dal rapporto Brundtland, Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo (WCED), 1987

“la sostenibilità ambientale è un obiettivo da raggiungere; il risultato da raggiungere per poter parlare di soluzione sostenibile deve implicare un consumo di risorse ambientali che sia (almeno) del 90% inferiore a quello richiesto dalla soluzione non sostenibile di riferimento” Ezio Manzini

Si riportano i Principi di Hannover presentati per l'EXPO 2000, dal gruppo di ricerca William McDonough & Partners e le Linee guida della strategia di azione ambientale per uno sviluppo sostenibile del Ministero dell'Ambiente Italiano

Principi di Hannover

-Consolidare i diritti dell'uomo e della natura a coesistere in un ambiente sano, solidale e “diverso”, in una condizione sostenibile.

-Valutare gli effetti che la progettazione produce sul benessere umano sempre in rapporto alle regole dei sistemi naturali e al loro diritto di “coesistere”.

-Creare oggetti di sicuro valore e efficacia a lungo termine.

-Eliminare il concetto di rifiuto. Valutare e ottimizzare l'intero ciclo di vita di prodotti e processi, avvicinandosi ai sistemi naturali.

-Investire nei sistemi di energia naturale, utilizzando questa energia in modo efficiente, sicuro e per un uso responsabile.

-Comprendere i limiti del design: nessuna “creazione” umana dura per sempre.

-Promuovere il costante miglioramento della condivisione e dello scambio della conoscenza. Incongiare la comunicazione diretta e aperta tra progettisti, clienti, produttori e utenti per ristabilire un piano etico di interazione tra azioni umane e fenomeni naturale.

Linee guida della strategia di azione ambientale per uno sviluppo sostenibile del Ministero dell'Ambiente Italiano

-L'integrazione dell'ambiente nelle altre politiche, è un obiettivo esplicito dell'Unione Europea, riconosciuto dal Trattato di Amsterdam;

-La preferenza per stili di vita consapevoli e parsimoniosi nell'uso della natura, ma efficaci nella soddisfazione delle esigenze di crescita individuale e collettiva;

-Il perseguimento dell'aumento nell'efficienza globale dell'uso delle risorse, come risposta strategica alla necessità di integrazione tra ambiente e sviluppo, specie in un paese sostanzialmente privo di materie prime.

-Il rigetto della logica d'intervento "a fine ciclo" e l'orientamento verso politiche di prevenzione; la riduzione degli sprechi, ovvero dei consumi di materiali ingiustificati e superflui. Il rispetto per l'ambiente e la parsimonia nell'uso delle sue risorse devono diventare "senso comune".

-L'allungamento della vita utile dei beni, in termini di quantità di servizi che essi forniscono entro il ciclo di vita.

-La chiusura dei cicli materiali di produzione e consumo, ovvero il riutilizzo della materia incorporata nei prodotti non più servibili.

-Lo sviluppo dei mercati locali e delle produzioni in loco, la riduzione della mobilità di beni materiali sul territorio, la valorizzazione dei prodotti tipici e delle culture della tradizione.

-La partecipazione di tutti gli attori sociali alla determinazione degli obiettivi e degli impegni e alla corrispondente condivisione delle responsabilità.

Negli ultimi dieci anni, il dibattito sulla questione ambientale è stato in grado di fare una sorta di resoconto sui primi risultati.

Michael Braungart, chimico e designer, è una delle figure che più si interessa in modo attivo a queste problematiche sia come professionista che come membro di commissioni istituzionali in materia di tutela e cura dell'ambiente.

Nel 1991 pubblica *The Hannover Principles*, presentati alla *World's Fair* del 2000 ad Hannover, è professore presso l'università di Lüneburg, è fondatore e direttore scientifico del EPEA, un istituto internazionale di ricerca ambientale.

Come professionista è stato consulente per Nike, Ford Motor Company, Herman Miller, SC Johnson.

Attraverso i suoi studi ha elaborato una posizione sulla questione ambientale abbastanza precisa.

“Non vogliamo la sostenibilità, perché questo non è sufficiente. Vogliamo qualità reale.” Michael Braungart

Per questo Braungart ha elaborato la teoria *cardle to cardle* (3) – dalla culla alla culla – che si fonda sul concetto del ciclo chiuso, un vero passaggio di senso e culturale, nel *vedere* i rifiuti come nutrimento, come alimenti per un'altra vita dell'oggetto.

Superando tutte le teorie sul riciclo, sul riuso, considerandole pratiche che, nei casi migliori, tendono a limitare i danni, ma spesso dannose e inquinanti.

Un oggetto deve essere pensato per essere riciclabile o riutilizzabile, altrimenti non è automaticamente *buono* dal punto di vista *ecologico*.

Liberare il concetto di consumo da quello dello smaltimento e della gestione dei rifiuti permette di pensare a nuove tipologie di oggetti che vengono valutati secondo una nuova scala di valori.

Oggi la responsabilità del design è quella di stare dentro la questione ambientale, assumendola come priorità, liberando il mondo contemporaneo e le generazioni future da una gestione disastrosa

della pratiche di produzione e consumo degli oggetti; un vero e proprio vocabolario di azioni e nuove parole, per nuovi oggetti.

Rifiuti = cibo

Principio guida della prossima rivoluzione industriale: tutti i prodotti sono visti come nutrienti all'interno dei cicli biologici (naturale) o industriali (tecnico).

Cradle to Cradle

Tutti i materiali di scarto vengono re-incorporati nella nuova produzione e nelle fasi di utilizzo, vale a dire *rifiuti uguale cibo*.

Design Chemistry

Si riferisce alla costituzione di una più ampia conoscenza ecologica e scientifica nella riprogettazione di prodotti esistenti.

Downcycling

La pratica di riciclare un materiale in modo che gran parte del suo valore intrinseco viene perso.

Prodotti di servizio

Un prodotto che viene utilizzato dal cliente, formalmente o di fatto, ma resta di proprietà del costruttore. Il produttore mantiene la proprietà di beni materiali preziosi per il riutilizzo continuo, mentre il cliente riceve il servizio del prodotto senza assumersi la sua responsabilità materiale. Prodotti che utilizzano materiali pregiati ma potenzialmente pericolosi sono i più adatti a diventare prodotti di servizio.

Unmarketables

Prodotti che non devono essere più fabbricati.

Upcycling

La pratica del riciclo di materiali in modo che mantenga e/o matura

valore nel tempo (il contrario di *downcycling*).

Prodotti di Consumo

Un prodotto progettato per il ritorno sicuro e completo nell'ambiente, in modo da diventare nutrimento per i sistemi viventi.

(1) Hans Hoyer, *Design Education*, Abitare Segesta, Milano, 2006

(2) Ezio Manzini, Carlo Vezzoli, *Lo sviluppo di prodotti sostenibili. I requisiti ambientali dei prodotti industriali*, Maggioli editore, 1998

(3) Michael Braungart, William McDonough, *Dalla culla alla culla. Come conciliare tutela dell'ambiente, equità sociale sviluppo*. Blu edizioni, Torino, 2003. Orig. in inglese: *Cradle to Cradle. Remaking the Way We Make Things*, North Point Press, New York, 2002

2. **PREDESIGN**

Per sua natura, l'innovazione costituisce un processo incerto, in quanto le attività e i progetti di innovazione non si sviluppano secondo un percorso lineare che produce un risultato, piuttosto tendono a generare effetti spesso imprevisi.

Di sicuro, produce un cambiamento o una trasformazione.

Il design, nella ricerca dell'innovazione dovrebbe elaborare le necessità collettive e per agire al loro soddisfacimento, coordinare gli attori economici (imprese, amministrazioni pubbliche...).

John Thackara ha definito come il *dilemma dell'innovazione* (1) l'incapacità da parte delle aziende di interpretare le trasformazioni sociali e culturali. Il dilemma sta nel fatto che immettere una tecnologia intelligente in un prodotto, che non risponde a nessun bisogno presente o futuro, produce un prodotto *stupido*, inutile.

“Un ostacolo sul cammino verso un mondo più incentrato sulle persone che sulle cose è rappresentato da un dilemma riguardante l'innovazione. Molti credono che essere innovativi significhi *aggiungere tecnologia* anche quando, così facendo, la qualità della vita viene in qualche modo ridotta [...] Per gran parte dell'era moderna i benefici della tecnologia sembravano essere alla luce del sole: prodotti migliori, più veloci, più intelligenti e spesso più economici. Dovremmo fare uso della tecnologia soltanto se permetterà alle persone di semplificare la propria vita e se potrà essere prodotta e utilizzata in modo leggero.” JohnThackara

Il concetto di innovazione nel design non è un processo univoco, piuttosto può agire su diverse componenti. Si può innovare attraverso nuovi oggetti, per modificare abitudini, stili di vita, per

orientarli ... Si può lavorare invece a strutturare i bisogni reali, in ambiti istituzionali per esempio, o di organizzazione dei servizi, e così preparare una nuova piattaforma culturale per nuovi oggetti. In entrambi i casi, il compito del designer è quello di osservare e leggere le nuove necessità reali della collettività, e di coordinare gli attori economici (imprese, istituzioni, ...). Solo in questo modo è possibile sfuggire al dilemma di Tackara e al concetto di innovazione come aggiornamento delle qualità estetica e tecnica dell'oggetto.

P R E D E S I G N è un processo di innovazione

P R E D E S I G N non è uno slogan, è innanzitutto un insieme di azioni.

E' una *procedere indietro*, verso *ciò che sta prima*, in ordine di tempo, ma anche nel senso di *pre-visione*, per andare in avanti, verso possibili *visioni* (2) future.

E' il tentativo di riformulare il processo di elaborazione di nuovi oggetti, che siano predisposti a indurre cambiamenti (di senso, di uso, di necessità...) e non siano l'effetto, il risultato formale di una *richiesta*.

Questo processo, si fonda su alcune *condizioni* di lavoro precise, e su alcuni presupposti che abbiamo chiamato *nuovi condizionamenti*.

pre-condizioni:

- Abbandonare la questione forma-funzione, come esclusivo paradigma attraverso il quale determinare la qualità di un oggetto in base alla sua qualità estetica o funzionale.

-Uso della tecnologia come potenziale per l'innovazione e non come *accessorio* che determina il grado di *novità* di uno nuovo oggetto. Le nuove tecnologie diventano materia di lavoro laddove aprono nuove possibili visioni sull'uso e sulla funzione degli oggetti, fino a spostare la loro collocazione in spazi inconsistenti e virtuali.

- Il designer non è al servizio dell'industria e del mercato ma è una figura di mediazione che mette a disposizione le sue competenze e coordina le competenze esterne che entrano dentro il processo di elaborazione di nuovi oggetti a tutela di una responsabilità etica nei confronti degli utenti finali e del mondo.

- La visione del mondo non più come sistema di oggetti ma come sistema di relazioni poco tangibili, apre la possibilità di lavorare con *materie* meno consistenti, quasi invisibili, per programmi, servizi, azioni, strategie per oggetti fisici.

nuovi condizionamenti:

- Tutte le problematiche che riguardano l'ambiente e la sua cura, la produzione e lo smaltimento dei rifiuti, l'inquinamento dell'ambiente esterno e di quello interno, i concetti di riciclo e riuso vanno affrontate come condizionamenti *a priori*. Sono un vincolo di contenuti da elaborare in risorse (nuovi materiali, nuovi programmi, nuove abitudini,...) sul quale strutturare il processo di elaborazione di nuovi oggetti a prescindere dalla tipologia di oggetto. Il concetto di *limitare i danni* non ha prodotto risultati effettivi; tutta la nuova produzione del design contemporaneo deve *rifondarsi* sulla base di questi contenuti in modo imprescindibile, e senza possibilità alternative.

- Allo stesso modo la nuova economia diffusa e *senza luogo* e la necessità di far fronte ad una condizione di crisi, sono vincoli sui quali ripensare a nuovi oggetti per nuovi mercati, nuovi costi di produzione e nuove modalità di consumo.

P R E D E S I G N è un metodo possibile

Non esistono, e non sono immaginabili nuove tipologie di oggetti, concepiti come risultati di un intuizione creativa.

E possibile, invece pensare che nuovi temi e condizioni di lavoro estesi al mondo degli oggetti producano nuovi e inaspettati effetti, fino a nuovi oggetti.

Se , per assurdo, ci chiedessimo: cosa e come sarebbe il mondo che noi conosciamo, senza la legge di gravità?

Allo stesso modo, oggi dovremmo chiederci: cosa e come sarebbero gli oggetti che noi conosciamo se fossero davvero integrati nel sistema di regole e leggi per il rispetto dell'ambiente?

E ancora a quali condizioni un oggetto è *di consumo*, senza rispondere necessariamente ai falsi bisogni del mercato?

Uscire fuori da questo *metadiscorso* (3), è come appartenere ad un altro mondo, come lavorare *contro* l'innovazione, lavorare ad oggetti *passati*.

E non mi riferisco ad oggetti in particolare, mi riferisco in genere a tutto il campo di applicazione del design.

In questo senso P R E D E S I G N è un atteggiamento e poi un metodo, di lavoro e di elaborazione di nuovi oggetti.

Forse è anche una provocazione, chissà, ma sicuramente si fonda su un dato oggettivo, sul fatto che nessuna vera innovazione produce degli effetti se non agisce in maniera radicale, scardinando all'origine – P R E – un sistema di usi e consuetudini, per alimentare nuovi comportamenti e abitudini fino ad una nuova cultura sociale.

Per questo P R E D E S I G N individua in ciò che sta prima del progetto il luogo di riflessione sulla condizione di esistenza dell'oggetto stesso prima di riformularlo, ripensarlo, alla luce dei *nuovi condizionamenti*, o *distruggerlo* per sempre.

Un metodo di lavoro alla domanda, prima per riformularla, e poi per valutare le possibili risposte o in casi estremi per invalidarla.

P R E D E S I G N non produce oggetti.

P R E D E S I G N produce nuovi oggetti.

(1) JohnThackara, *In the bubble. Design per un futuro sostenibile*, Allemandi, 2008

(2) Hans Hoger , *Design Education*, Abitare Segesta, Milano, 2006

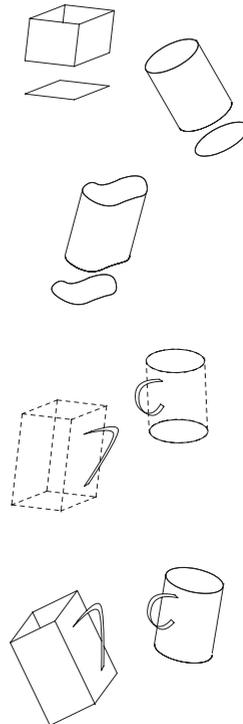
(3) Ezio Manzini, Carlo Vezzoli, *Lo sviluppo di prodotti sostenibili. I requisiti ambientali dei prodotti industriali*, Maggioli editore, 1998

3. Operazioni

Utilizzando per analogia un testo di Heidegger come protocollo di lavoro, proveremo ora a registrare *ri-disegnandoli*, i passaggi che ci permettano di descrivere un oggetto attraverso il suo significato, la sua struttura formale, la sua disposizione ad accogliere o a produrre azioni e trasformazioni, gli effetti indiretti legati al suo utilizzo e al suo consumo; fino a risalire alla sua motivazione di esistere e di esistere per come oggi si presenta.

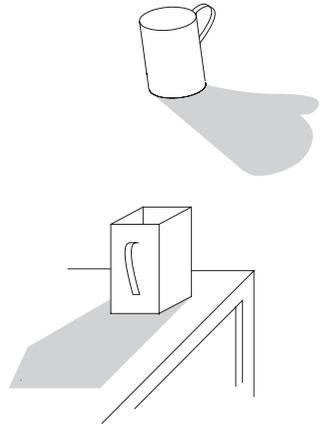
3.1 La cosa di Martin Heidegger

Nella nostra vicinanza c'è quello che usiamo chiamare le cose. Ma che cos'è una cosa? L'uomo ha pensato la cosa come cosa altrettanto poco che la vicinanza. Una cosa è, per esempio, la brocca. Che cos'è la brocca? Noi diciamo: un recipiente; ossia una cosa che contiene in sé altro. Ciò che contiene, nella brocca, sono il fondo e la parete. Questo recipiente può a sua volta essere tenuto per l'ansa. Come recipiente, la brocca è qualcosa che sussiste in sé (in sich steht). Il sussistere in sé caratterizza la brocca come qualcosa di autonomo (Selbständiges). In quanto autonomia (Selbstand) di qualcosa di autonomo, la brocca si distingue da un oggetto (Gegenstand). Qualcosa di autonomo può divenire un oggetto quando noi ce lo rap-presentiamo (vor-stellen), sia nella percezione immediata, sia nel ricordo che lo fa presente. Ma ciò che costituisce la cosalità della cosa (das Dinghaftes des Dinges) non risiede tuttavia nel fatto di essere un oggetto rappresentato, né si lascia definire in base all'oggettività dell'oggetto. La brocca resta un recipiente, sia che noi ce lo rappresentiamo oppure no. La brocca sussiste in se stessa come recipiente. Ma che cosa significa, che il recipiente sussiste in sé? Il sussistere in sé del recipiente determina già la brocca come una cosa? Ma la brocca sta come recipiente solo in quanto

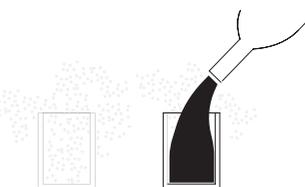
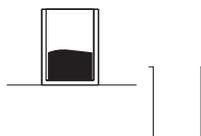


è stata portata a questo stare. Ciò però ha avuto luogo, e ha luogo mediante un atto di istituzione (Stellen), e precisamente attraverso la produzione (Herstellen). Il vasaio fabbrica la brocca di creta con terra scelta e preparata allo scopo. Di questa terra è fatta la brocca. In virtù di ciò con cui è fatta, la brocca può anche stare dritta (Stehen) sulla terra, sia immediatamente, sia posata su un tavolo o su un banco. Considerando la brocca come recipiente prodotto, - almeno così sembra - la concepiamo come una cosa e non solo come un semplice oggetto. O invece anche in questo caso la consideriamo pur sempre come un oggetto? Certamente. E' vero che qui essa non è più per noi solo un oggetto della sua pura rappresentazione (Vorstellen), ma per contro essa è un oggetto che una produzione (Herstellen) apporta, pone di fronte e di contro a noi. Il sussistere in sé sembra caratterizzare la brocca come cosa. In verità, però, noi pensiamo il sussistere in sé in base alla produzione. Il sussistere in sé è ciò a cui la produzione mira. Tuttavia se partiamo dall'oggettività dell'oggetto (Gegenstand) e di ciò che è autonomo (Selbststand) non troveremo mai la via alla cosalità della cosa. Che cos'è che costituisce la cosa come cosa? Cos'è la cosa in sé? Potremo arrivare alla cosa in sé solo quando il nostro pensiero avrà raggiunto anzitutto, finalmente, la cosa come cosa.

La brocca è una cosa come recipiente. La brocca non è un recipiente in quanto è stata prodotta, ma all'opposto la brocca ha dovuto esser prodotta in quanto è questo recipiente. La cosalità della brocca consiste nel fatto che essa è come recipiente. Noi percepiamo il contenere del recipiente quando riempiamo la brocca. Il fondo è la parete sono chiaramente quelli che adempiono la funzione del contenere. Ma stiamo attenti: quando versiamo nella brocca del vino, versiamo forse il vino nella parete o nel fondo di essa? Al massimo possiamo dire che versiamo il



vino tra le pareti sul fondo. Parete e fondo sono senza dubbio ciò che, nel recipiente, non lascia che il contenuto si versi fuori. Ma questo non lasciar uscire fuori il contenuto non è ancora il contenere del recipiente. Quando noi riempiamo la brocca, nel riempimento il liquido fluisce nella brocca vuota. E' il vuoto ciò che, nel recipiente, contiene. Se però il contenere risiede nel vuoto della brocca, allora il vasaio, che forma le pareti e il fondo della brocca sulla sua ruota, non fabbrica propriamente la brocca. Egli dà solo forma all'argilla. Anzi no: egli dà forma al vuoto. Ma la brocca è davvero vuota? La fisica ci assicura che la brocca è piena di aria e di tutto ciò che compine quel miscuglio che è l'aria. Quando ci siamo richiamati al vuoto della brocca per definire in base ad esso il contenere, ci siamo dunque lasciati sviare da un modo di vedere di tipo poetico. Così appena accettiamo di esaminare la brocca reale nella sua realtà effettiva, appare un diverso stato di cose. Quando versiamo il vino nella brocca, accade semplicemente che l'aria che già riempiva la brocca viene cacciata via e sostituita da un liquido. Riempire una brocca, da un punto di vista scientifico, significa cambiare un contenuto con l'altro. La scienza coglie sempre soltanto ciò a cui il suo modo di rappresentazione le dà accesso, ammettendolo preventivamente come un suo possibile oggetto. Si usa dire che il sapere della scienza ha una necessità cogente. Certamente. Ma in che cosa consiste questa cogenza? Nel nostro caso, consiste nel fatto che da essa siamo forzati a metter da parte la brocca piena di vino e a introdurre al suo posto una cavità entro cui si spande un liquido. Abbiamo tralasciato di riflettere su ciò che la brocca contiene e su come essa contiene. Il vuoto contiene in due sensi: prendendo e tenendo. La parola contenere (fase) ha però un duplice significato. Il prendere ciò che è versato e il tenerlo sono tuttavia reciprocamente connessi. La loro unità è però determinata dal



versare (Ausgiessen), per il quale la brocca in quanto brocca è fatta. Ma versare dalla brocca è offrire (Schenken). Nell'offerta del versare si dispiega il contenere del recipiente. L'esser brocca della brocca si dispiega nell'offerta del versato. Anche il vuoto della brocca riceve la sua essenza dall'offerta, benché una brocca vuota non permetta alcun mescolare. Ma questa impossibilità appartiene alla brocca e solo alla brocca. Una falce, invece, o un martello, non possono non permettere un tale offrire.(1)



(1) Martin Heidegger, *La cosa*, in *Saggi e discorsi* [1954], Mursia, Milano, 1976

3.2 /test/**Caso**

La penna, è l'oggetto di un test di ri-disegno, per trovare, dentro al processo di trasformazione, dalla sua origine fino a come oggi si manifesta oggi, avanzamenti di senso assimilabili a processi di P R E D E S I G N; di introduzione – prima – di nuove variabili come presupposti per una sostanziale innovazione.

3.3 /un oggetto/**La penna**

Anche piccoli oggetti di uso comune e diffuso possono indurre a grandi trasformazioni, a nuovi e altri comportamenti.

Prediamo la penna come esempio possibile.

Cos'è una penna? E' un oggetto che rilascia inchiostro, e cos' un segno. Se è vero che prende il nome dalla penna d'oca, che intinta in un calamaio, appunto rilascia inchiostro, è anche vero che la sua struttura formale, il fatto di essere un oggetto monodimensionale, non è da attribuire ad una voluta somiglianza alla forma della penna d'oca, quanto a condizionamenti che, in qualche modo, vengono da fuori. La prima vera trasformazione dell'oggetto penna, è infatti legata ad uno spostamento di visione e di significato, ovvero al momento in cui la penna diventa contenitore di inchiostro e insieme strumento per rilasciarlo. I principi di gravità e capillarità diventano il corpo nuovo del

progetto, strutturano un nuovo oggetto che ha un alto contenuto concettuale e pertanto può essere declinato pur mantenendo con rigore i principi sul quale si fonda. La penna stilografica, diventa un oggetto sempre più complesso e sofisticato, cambia materiali, snodi, agganci, usa nuovi e diversi inchiostri; tutte variazioni dello stesso progetto. Una palla sporca di fango che rotolando rilascia un segno a terra, convince il giornalista ungherese Lazlo Birò a lavorare ad una punta, a sfera appunto, che, a contatto con un foglio rilascia inchiostro. La punta a sfera, messa a punto da Birò nel '38 e diffusa successivamente dal 1945 da Marcel Bich, trasforma

sostanzialmente l'oggetto penna. La nuova punta permette di scrivere in modo più rapido e scorrevole, contiene e calibra meglio il rilascio dell'inchiostro, ristabilisce nuovi i rapporti fra le parti che compongono l'oggetto.

La penna a sfera, *la Bic*, diventa *la penna*; una punta a sfera, un sottile contenitore di inchiostro tipografico, perché più fluido, una protezione rigida e un tappo, tenuti insieme da semplici incastri fra le parti, a tal punto da poter essere prodotto come oggetto usa e getta. Questo è un vero progetto di design, dall'altissimo valore concettuale, che svincola la penna da una categoria di oggetti legati ad un uso specifico, e la rende di uso quotidiano e continuo, quasi un appendice del nostro corpo. Fino ad oggi, nessun altro progetto è riuscito davvero a trasformare, innovandolo, l'oggetto penna, soltanto la punta a scatto o a rotazione, trasferendo la funzione del tappo ad una molla interna al guscio, permettendo così l'uscita e il rientro della punta, ha in qualche modo riconfigurato la struttura formale e il modo d'uso dell'oggetto.

Condizioni:

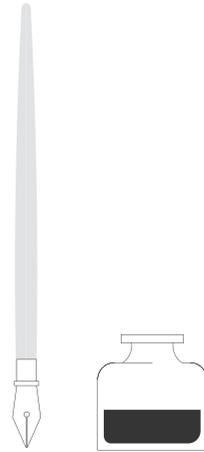
- principio di gravità
- principio di capillarità

Azioni:

- oggetto monodimensionale

Trasformazioni/effetti:

- la punta viene fissata ad un'asta per garantire una presa comoda che consenta di intingere la punta nell'inchiostro e poi scrivere tenendo sempre la punta rivolta verso il basso
- sistema di oggetti per la scrittura: il pennino, un contenitore di inchiostro

**Condizioni:**

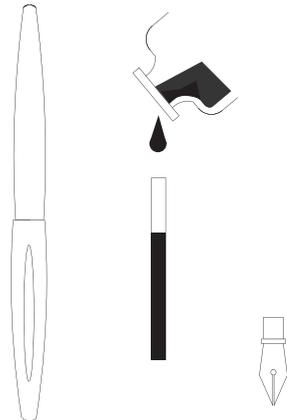
- innovazioni tecniche/tecnologiche

Azioni:

- l'oggetto è insieme contenitore di inchiostro e strumento per rilasciare il segno

Trasformazioni/effetti:

- da sistema di oggetti a oggetto per la scrittura, la penna stilografica
- oggetto complesso, monodimensionale, composto da nove parti: un contenitore di inchiostro interno, un involucri, una punta/pennino, un tappo



Condizioni:

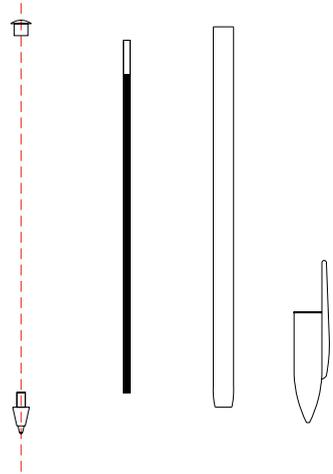
-innovazioni tecniche/tecnologiche

Azioni:

-uso di inchiostri più fluidi (tipografici)
 -uso di materiali plastici
 -tutte le parti che compongono l'oggetto diventano parti/funzione: il contenitore di inchiostro è un tubo sicuro e sottile non ricaricabile, l'involucro un tubo rigido e trasparente la punta e quindi il tappo di dimensioni ridotte

Trasformazioni/effetti:

-la scrittura è più fluida e pulita
 -riduzione del costo dell'oggetto del 90%
 -oggetto usa e getta
 - la penna diventa la bic

**Condizioni:**

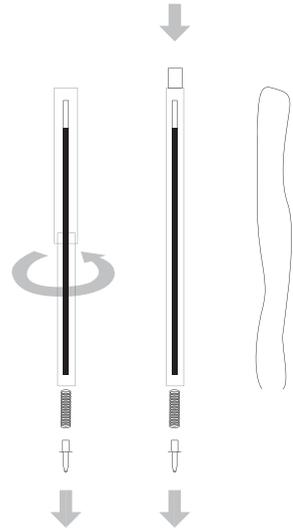
-innovazioni tecniche/tecnologiche

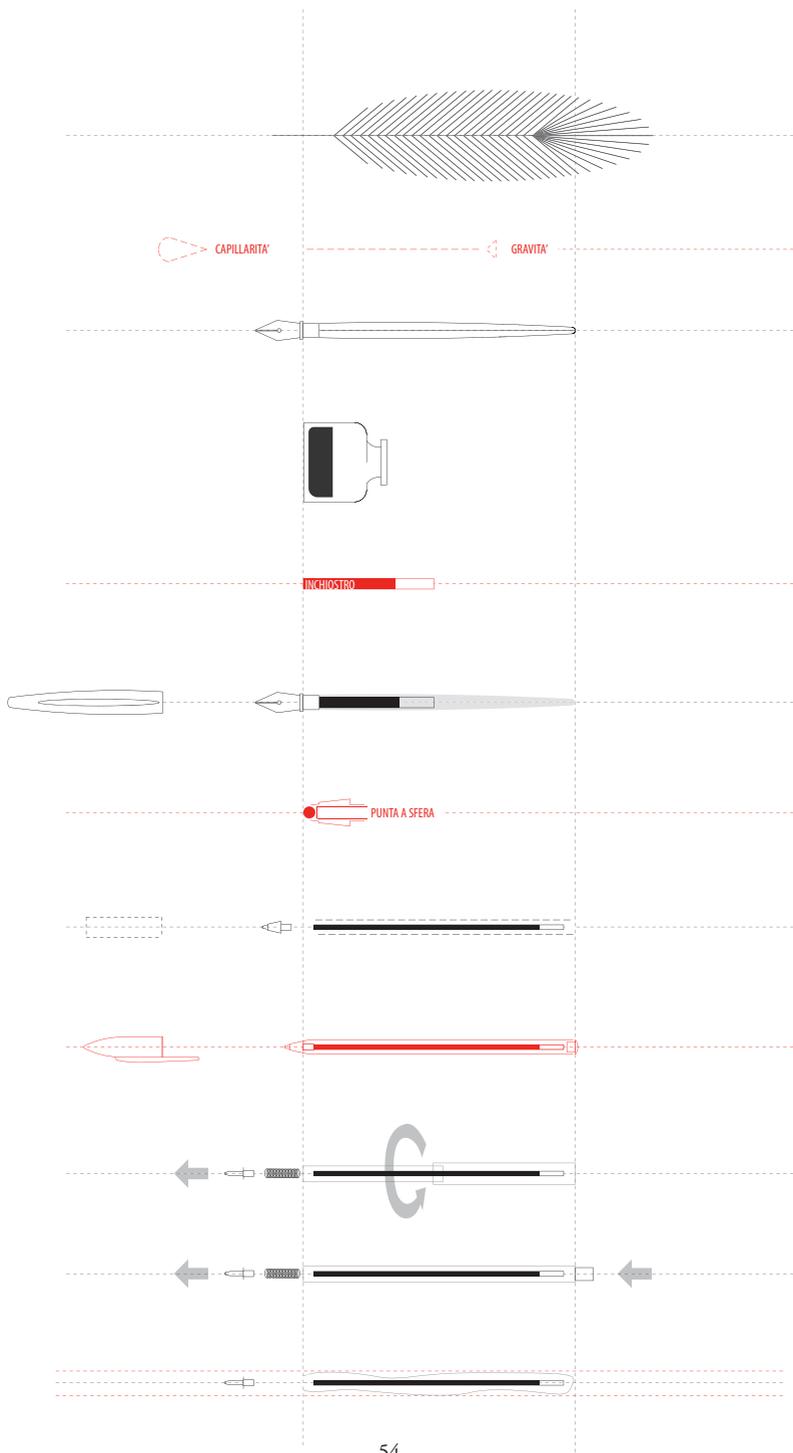
Azioni:

-inserimento di una molla all'interno dell'involucro per regolare in modo meccanico l'uscita e il rientro della punta

Trasformazioni/effetti:

-involucro costituito da due parti per garantire la rotazione reciproca e quindi l'attivazione della molla
 -piccolo pulsante per l'attivazione della molla
 -l'involucro aumenta di dimensione, diventa opaco per nascondere il meccanismo di fuoriuscita della punta; è dunque aperto a infinite variazioni di forma, materiale, colore.
 -il tappo perde la sua funzione





La descrizione e la successiva verifica del processo di trasformazione ed evoluzione dell'oggetto penna, mette subito in luce come le vere innovazioni dell'oggetto, i veri spostamenti di senso e di significato sono rintracciabili in due passaggi fondamentali:

-da un sistema di strumenti per la scrittura al concetto di penna stilografica.

-dalla punta a sfera alla *Bic*.

Tutti e due i passaggi conservano la struttura formale (oggetto bidimensionale) pur trasformandola senza lavorare alla forma dell'oggetto.

Il primo produce una vera rivoluzione, sostanzialmente è il primo vero progetto di design di una penna; la bic trasforma nuovamente l'oggetto in modo davvero innovativo, lo rende mono-uso, da oggetto per la scrittura la penna, la bic, diventa un oggetto di uso comune.

Ma in che modo e con quale atteggiamento sarebbe oggi possibile affrontare il progetto di design di una penna e quindi di un altro modo di scrivere?

E ancora, la Bic nel 2005 ha annunciato di aver venduto ben 100 miliardi di penne usa e getta, mi chiedo quanti di noi hanno mai consumato per intero una Bic?

Le due domande, apparentemente distanti, suggeriscono nuove possibilità di lavoro al tema del design della penna, allontanandosi dalla procedura ormai da anni diffusa di lavorare al vestito, al guscio, facendo coincidere un progetto di design con un'operazione di immagine, a volte di vero e proprio maquillage.

Abbiamo provato a testare delle possibili condizioni, immettendo input diversi e di diversa natura, registrando delle possibilità sulle quali istruire nuovi processi di innovazione e trasformazione dell'oggetto sino a farlo diventare altro.

Una potrebbe essere quella di lavorare all'oggetto penna rinunciando al principio di gravità, per la caduta e il rilascio dell'inchiostro, o

ancora lavorare al supporto sul quale scrivere, questo provocherebbe per induzione una nuova gestualità, altre e nuove penne - fino ad una non-penna- un'altra possibilità è continuare il lavoro su tutto quello che produce un penna usa e getta, e su ciò che può diventare, o ancora su come ridurre un consumo sregolato di penne usa e getta.

Condizioni:

-innovazioni tecniche/tecnologiche.

Azioni:

-rinunciare al principio di gravità per la caduta dell'inchiostro, utilizzando un sistema di rilascio del segno non più per caduta

Trasformazioni/effetti:

nuovi sistemi di rilascio del segno (nuove punte), assenza del tappo, nuove caratteristiche formali (non più monodimensionale), nuove dimensioni, diversa modalità di presa e così di scrittura

Condizioni:

-ecologica/ambientale

-economica

Azioni:

-notevolmente aumento del costo dell'oggetto

Trasformazioni/effetti:

-nuovo atteggiamento nell'uso, il consumo e la custodia dell'oggetto

-considerabile riduzione della produzione di rifiuti plastici e chimici

Condizioni:

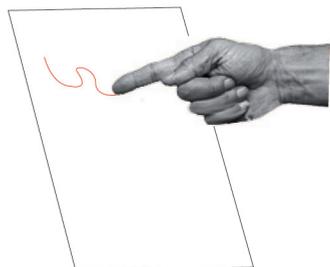
-innovazioni tecniche/tecnologiche:

Azioni:

-sostituire il supporto cartaceo con nuovi tipi di supporto

Trasformazioni/effetti:

-perdita di necessità dell'oggetto penna





4. **Catalogo**

Nel 1969, Stewart Brand, provò a diffondere un nuovo modo di pensare - e di vivere - secondo nuove priorità, nel rispetto dell'ambiente e delle sue risorse, *esauribili e limitate*.

Attraverso il Whole Earth Catalogue (1) ha registrato i *prodotti* di questa nuova cultura: libri, oggetti, programmi, luoghi, processi, azioni.

Analogamente, questo catalogo è una raccolta che prova a misurare lo *stato delle cose*, rintracciando un cambiamento latente, a volte non del tutto riuscito, ma fondato su un nuovo sistema di valori e nuovi contenuti per nuove tipologie di prodotti.

Venti esempi, *ibridi piuttosto che puri, di compromesso piuttosto che puliti, contorti più che dritti, ambigui piuttosto che articolati, corrotti quanto anonimi, noiosi quanto interessanti, convenzionali piuttosto che disegnati, accomodanti piuttosto che esclusivi, tradizionali quanto innovatori, incoerenti ed equivoci piuttosto che chiari e diretti* (2), rivelano un *altro design*.

Il risultato è una raccolta di:

- **cose** : oggetti fisici, spesso anonimi che spostano il problema dalla forma, al significato, fino all'effetto indotto.
- **non-oggetti** : invisibili, e inconsistenti, vengono trasferiti e accumulati in circuiti, chip, sistemi elettronici o informatici.
- **programmi** : poco tangibili, inducono nuovi comportamenti dentro pratiche e azioni convenzionali.
- **scoperte** : accomodanti ma estremamente efficienti nei risultati.
- **materie** : molecole e nuove strutture organiche, per generare così come per decomporre.

(1) vedi in Appendice, *The Whole Earth Catalogue*. Fall 1969

(2) Robert Venturi, *Complessità e contraddizioni nell'architettura*. Edizioni Dedalo, Bari, 1980

cose : 2 Eco-Cradle/4 Metropolitana in superficie/5 Washit/6 Fabriano/8 Rain storage bench/10 Turbine Light/13 Intelligent Mobility Scale Bag/15 Eco Wash

non-oggetti : 12 App/14 Off-corso/

programmi : 3 Detersivo alla spina/11 Riciclo dell'abbigliamento/18 Housing program/20 Borse multiuso

scoperte : 7 Liter of Light project/9 Solar Cookit/

materie : 1 PLA/17 Cookie cup/16 Adidas DryDye/19 Minerv

1

PLA/Bottiglia per acqua

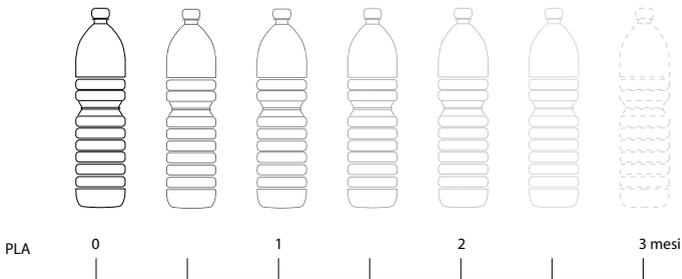
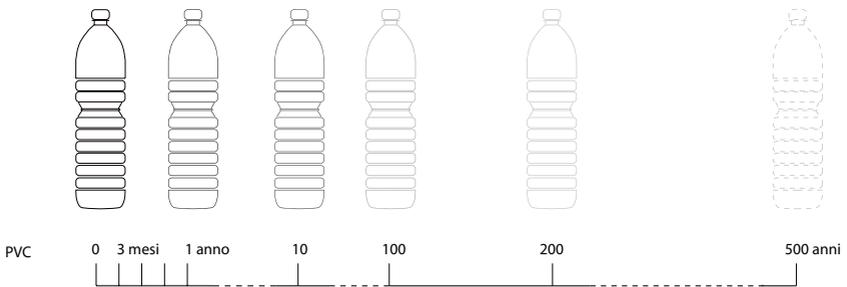
Sant'Anna

2010



Realizzata in acido polilattico (PLA) viene decomposta in mare o dai batteri del compostaggio in 3/6mesi.

Come rifiuto non va conferito fra le plastiche, ma nel comparto dell'umido.

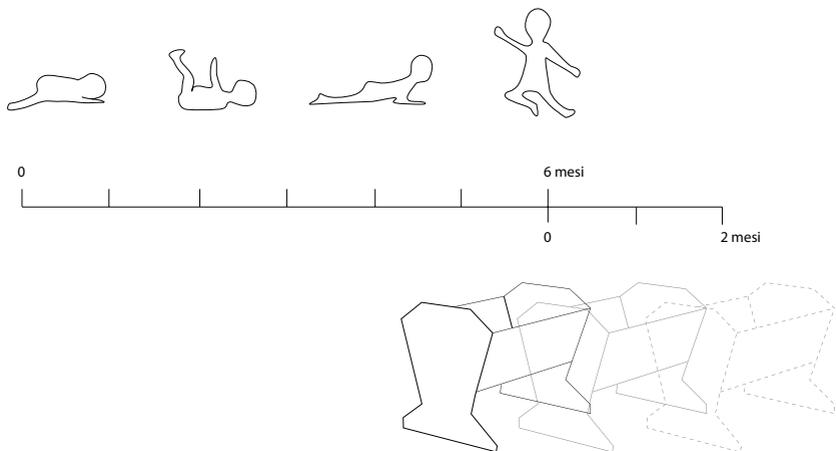


2

Eco-Cradle
Green Lullaby
2009



E' realizzata interamente in cartone
(per il 60% riciclato), totalmente
biodegradabile.
Si monta attraverso un sistema di
incastri.



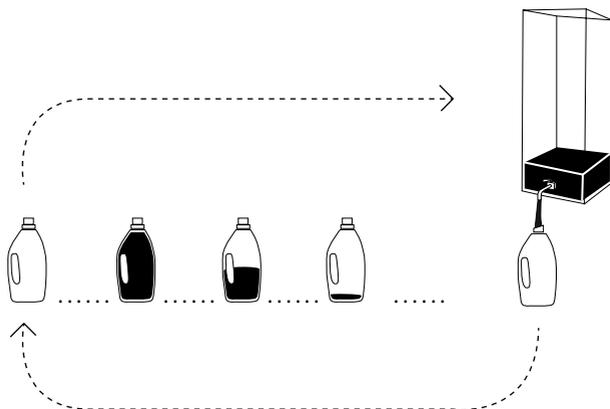
3

Detersivo alla spina

Allegrini Bergamo/AQsystem
2000



I dispenser sono taniche di plastica da 20 lt.
Il cliente acquista il prodotto riempiendo dal
dispenser la bottiglia di plastica da 1 lt che
riutilizzerà alle successive ricariche.
Tutti i contenitori usati nell'intero processo
(dalla produzione al cliente finale) vengono
riutilizzati.



4

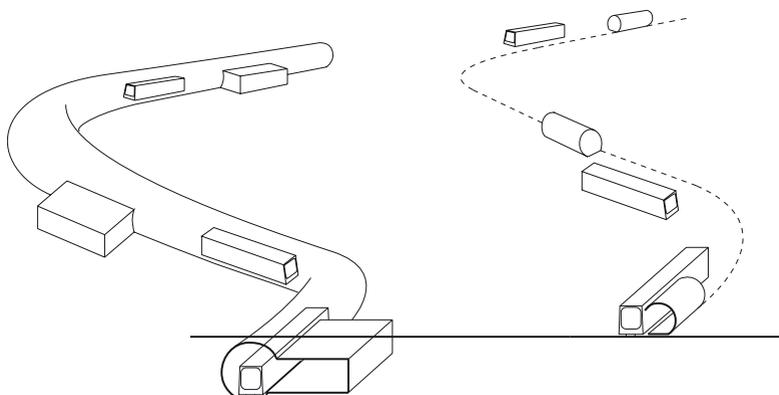


Metropolitana in superficie

Curitiba, Brasile

1996/2004

1200 autobus, (alimentati tutti con biodiesel, ottenuto dalla lavorazione della soia e di sostanze organiche), 70 km di corsie dedicate solo ai trasporti in autobus e la presenza alle fermate *chiuse* (tube), portano in superficie l'efficienza la funzionalità e la rapidità nei collegamenti e nei tempi di attesa di una linea underground.



5

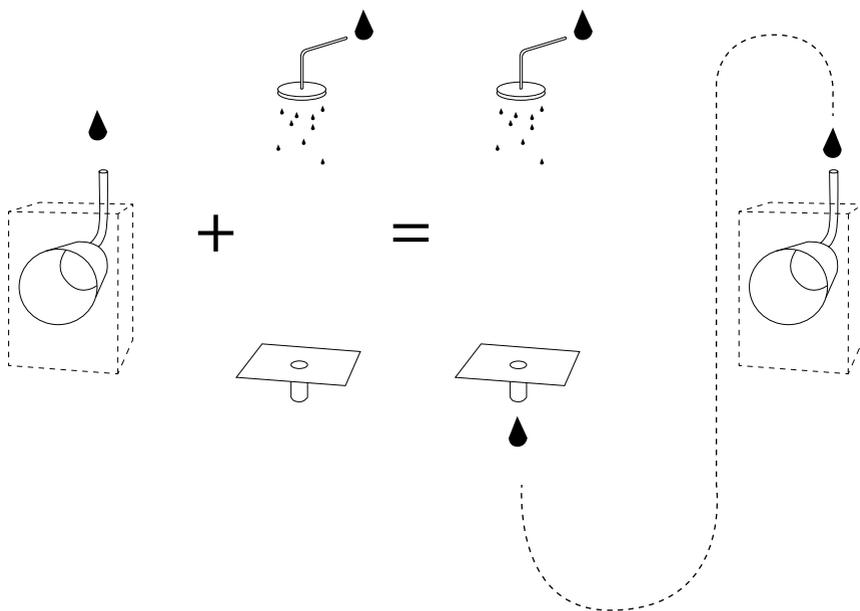
Washit

Ahmet Burak Aktas

2012



Riduce il consumo di acqua, concentrando due usi, il lavaggio del corpo e il lavaggio di indumenti (50lt. ogni 5 minuti e circa 38lt. a ciclo)
E' dotato di un serbatoio di accumulazione e di un sistema di filtraggio per la depurazione dell'acqua.

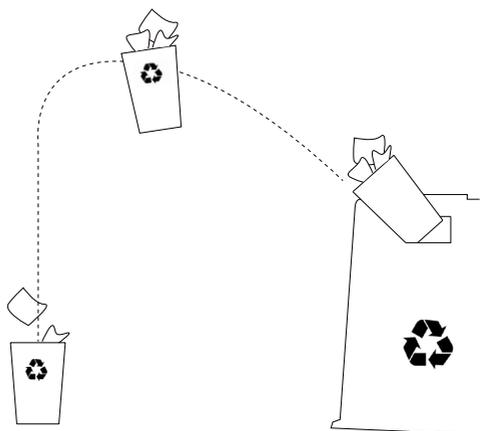
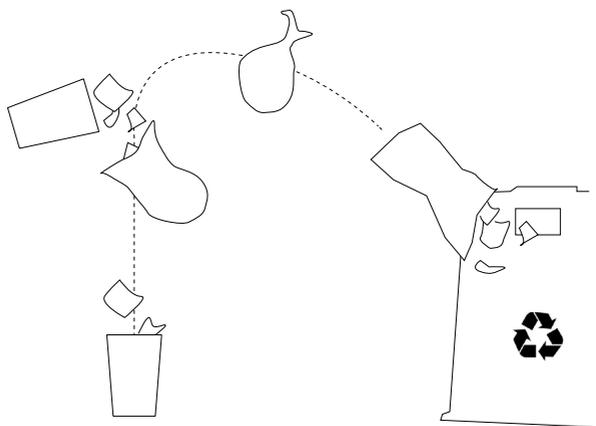


6

Fabriano,
R.Nannini, D.Orefice, E.Pizzolorusso
2009

Un cestino per la carta, utilizza lo stesso materiale, la carta, per il contenitore e per il contenuto/rifiuto.

Cinquanta cestini sovrapposti di carta riciclata



7



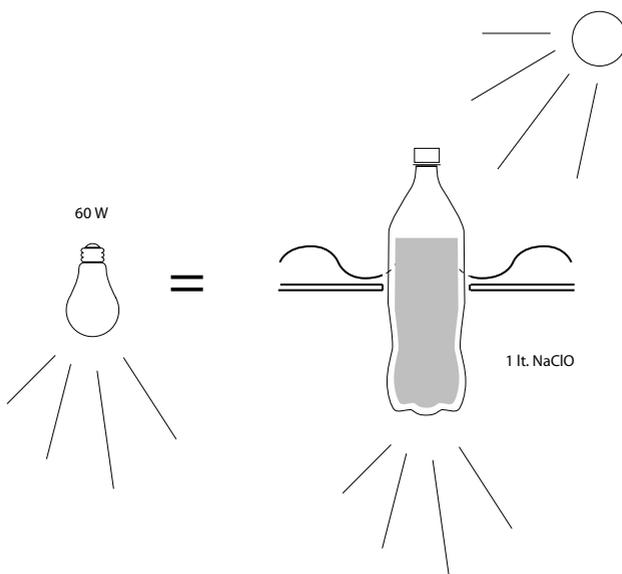
Liter of Light project

MIT (Massachusetts Institute of Technology)

2012

Lampadine fatte con le bottiglia di plastica, che funzionano grazie alla luce del sole.

Per garantire un illuminazione diurna, e a basso consumo, nella baraccopoli delle Filippine, una bottiglia di plastica riempita di candeggina, attraverso un foro sul tetto, riflette all'interno fino a 60 watt di luce.



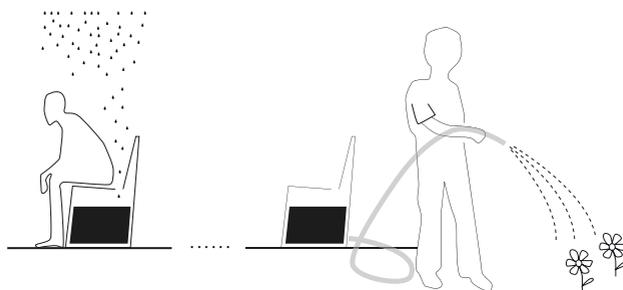
8

Rain storage bench

Yoonshik Lee

2012

Una panchina accumula l'acqua piovana evitando che cada al suolo e vada persa, la trattiene al suo interno finché non servirà per irrigare i prati che la circondano.



9

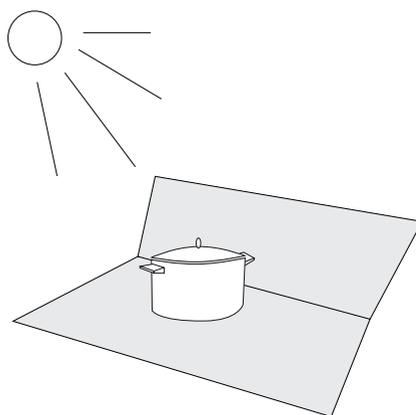
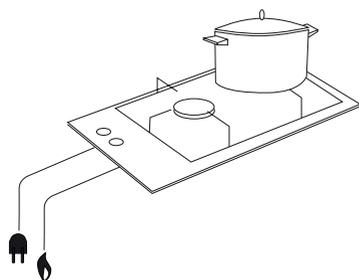
Solar CookKit

Solar Cookers International
2002/2009



E' un pannello di cartone foderato in carta stagnola.

Raggiunge temperature di 90/100 °C.

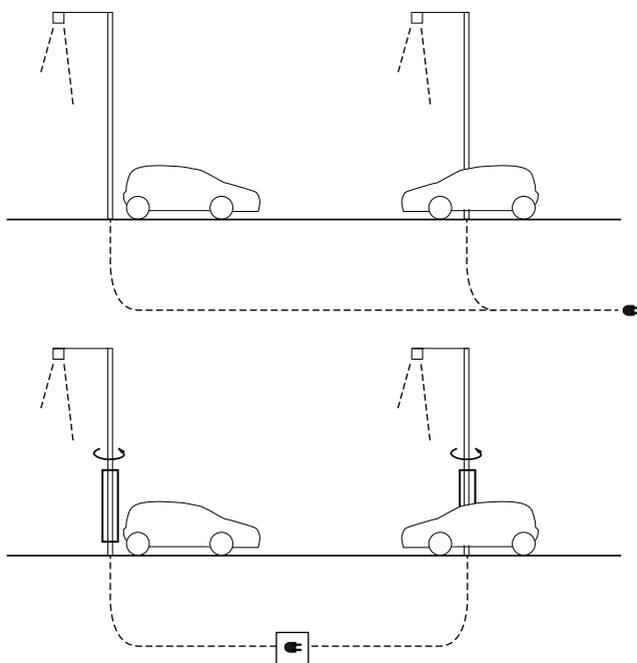


10

Turbine Light TAK 2012



Un accumulatore, sfrutta le correnti aeree generate dalle macchine in movimento per caricare le batterie dei lampioni per l'illuminazione stradale.



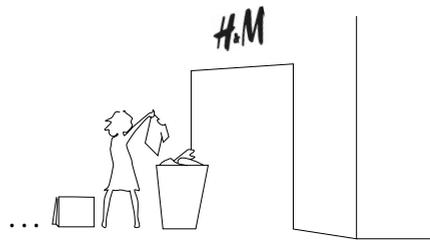
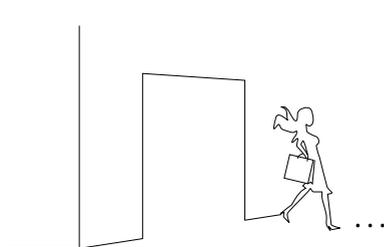
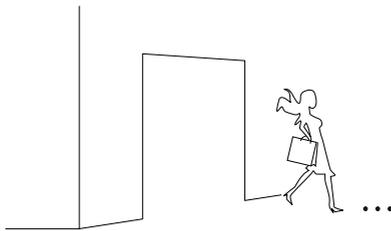


Riciclo dell'abbigliamento

H&M

2012

H&M sarà il primo brand di moda a lanciare su scala mondiale un progetto di raccolta di abiti usati di qualunque marca. Chiunque potrà consegnare i loro capi usati nei punti vendita H&M nei 48 mercati in cui il marchio è presente, in cambio di un buono sconto.

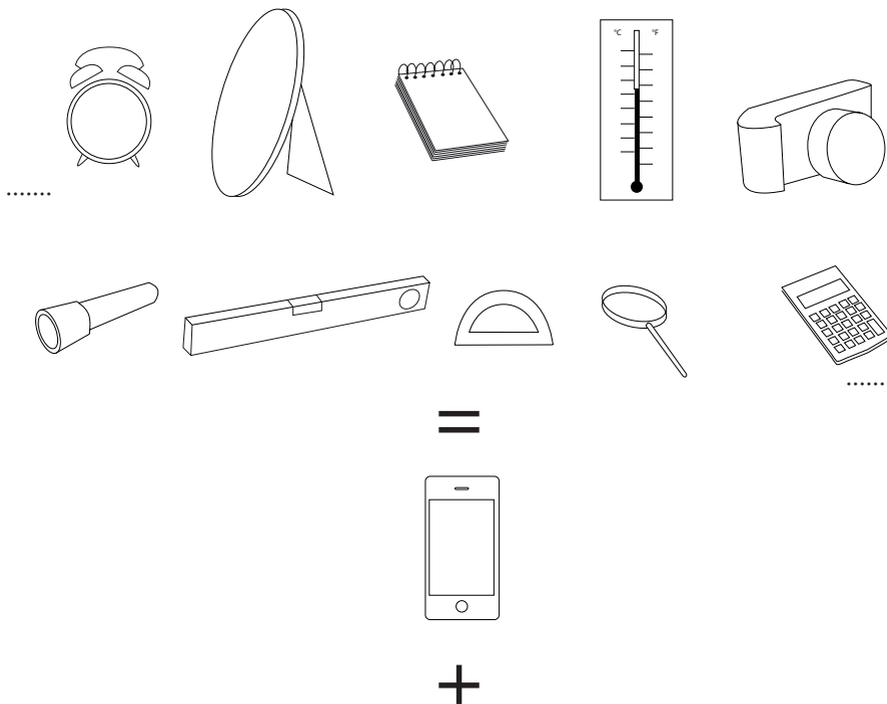


12

App

2007/2013

Software che per struttura informatica è molto simile a una generica applicazione, dicata ai dispositivi di tipo mobile, come smartphone e tablet.



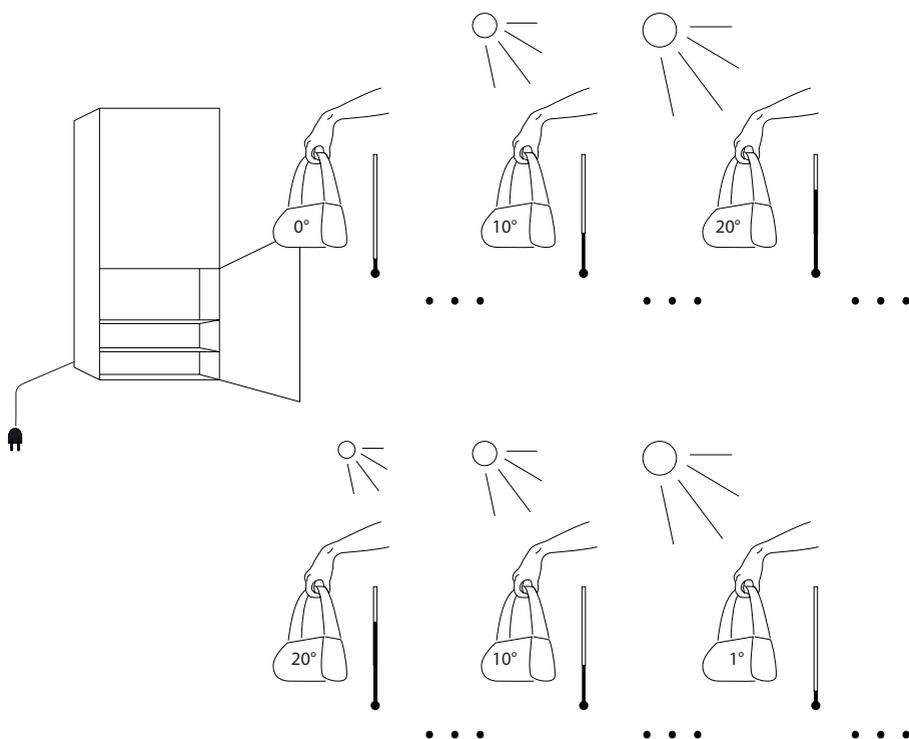
Apps: calcolatrice, lente di ingrandimento, fotocamera, note,iTorcia, iLivella, iCarpenter, iThermometer, iMirror,.....

13

Intelligent Mobility Scale Bag Karel Vránek/Electrolux Design Lab 2011



Una borsa porta cibo che reagisce all'esposizione ai raggi solari utilizzandone l'energia per raffreddare il contenuto.



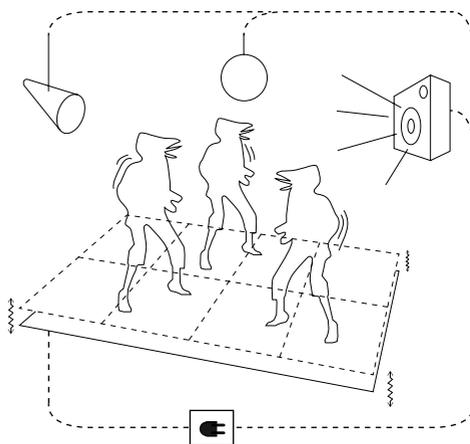
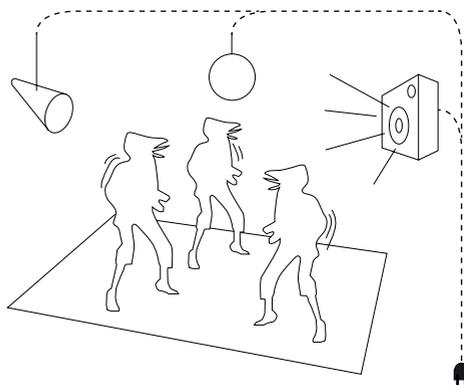
14

Off-corso/Rotterdam

Doll-Atelier voor Bouwkunst
2006



La prima discoteca al mondo in grado di autoalimentarsi; un dance-floor sospeso su particolari cristalli produce energia piezoelettrica grazie al movimento delle persone. (un passo di una persona di almeno 60 kg genera 0,5 kwh)



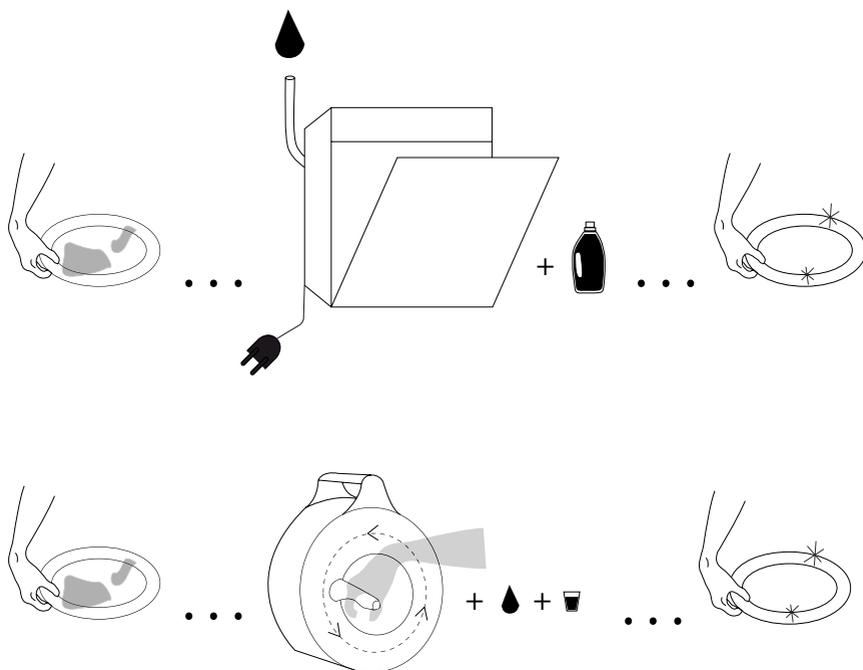
15

Eco Wash

David Stockton/Electrolux Design Lab
2011



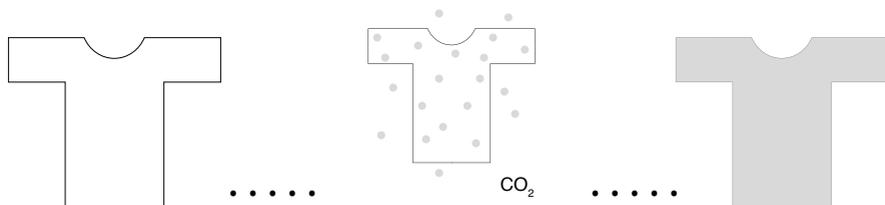
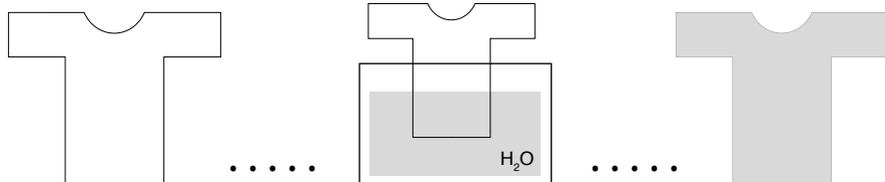
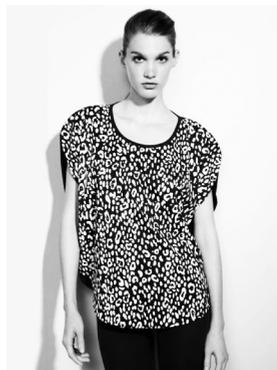
Una piccola lavapiatti, azionata dalla sola
energia del movimento.



16

T-shirt/Adidas DryDye Adidas by Stella McCartney 2012

La tecnologia DryDye non usa acqua per tingere i vestiti, utilizza infatti CO₂ pressurizzata per colorare le t-shirt e gli altri indumenti.



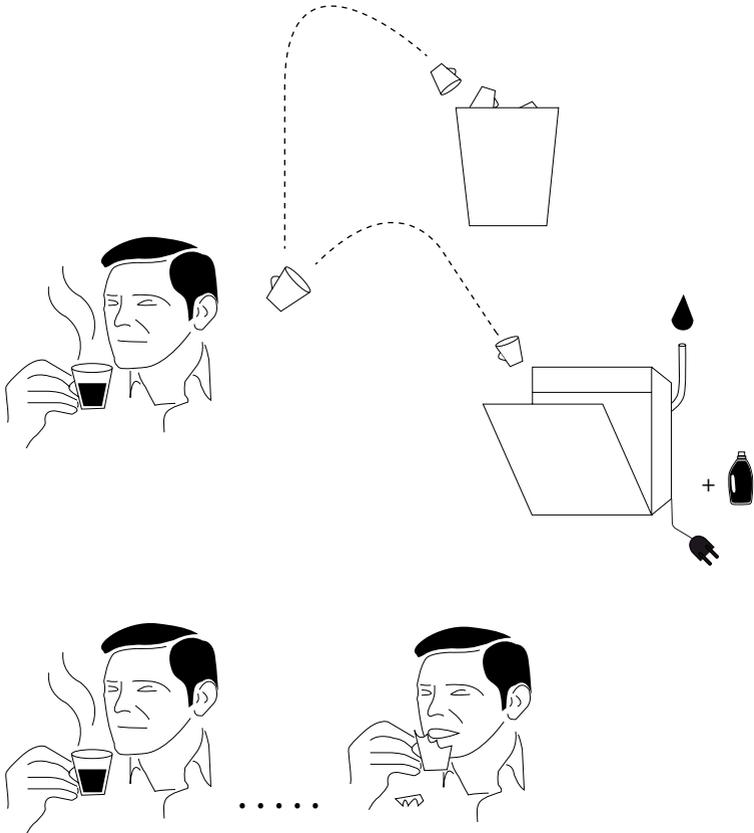
17

Cookie cup

Enrique Luis Sardi/Lavazza
2003



La tazzina è di pasta frolla, e ricoperta internamente da una glassa di di zucchero che la rende impermeabile.



18

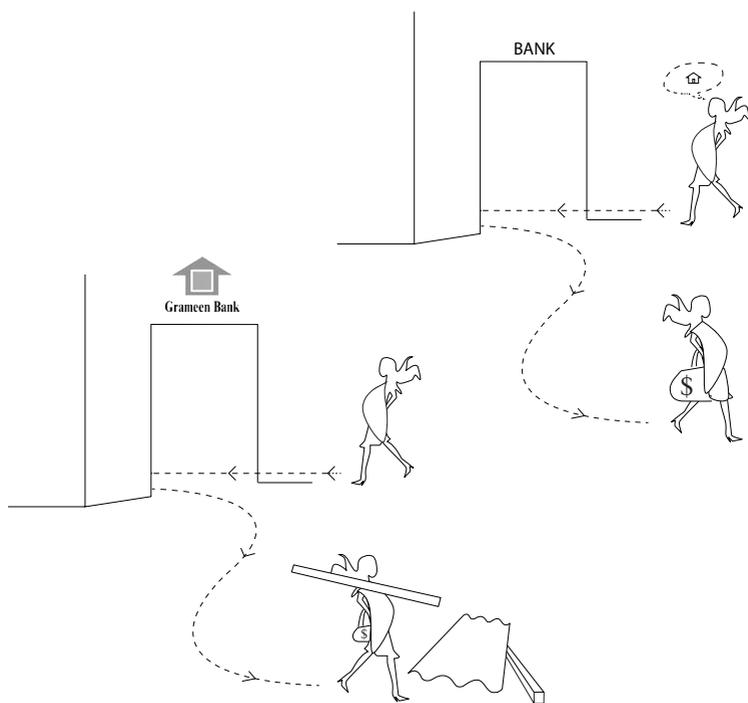


Housing program

Grameen Bank

1989

Insieme al prestito di circa US \$ 350 al 5% di interesse, ogni mutuatario riceve quattro colonne di cemento, una lastra igienica e 26 fogli di lamiera ondulata.



20

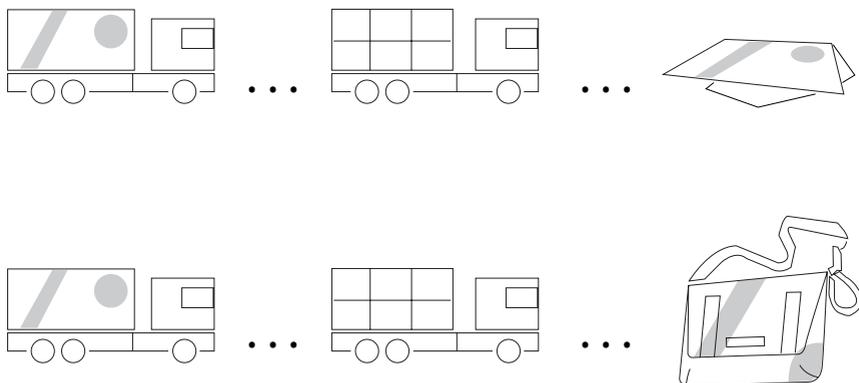


Borse multiuso

Freitag

1993

Una borsa ri-usa vecchi teloni di camion, cinture d'auto usate, vecchie camera d'aria di bicicletta.



5. **Conclusion**

Raccogliere delle posizioni critiche, presuppone una scelta e sempre un criterio di selezione.

Si è provato a mettere insieme, per inclusione, proprio a partire dal design, i presupposti, e i nuovi condizionamenti di un pensiero di lavoro e di ricerca, come contenuti per la costruzione di una nuova possibile cultura materiale.

Antefatti, sparsi e diffusi nella storia del design hanno aperto questioni e dibattiti ancora oggi irrisolti.

Il concetto che il design è *invisibile*, ci ha aiutato in una lettura dei *degenerati* fenomeni di produzione e consumo degli *oggetti* del design, fino a intravedere nuovi criteri di valutazione per nuovi oggetti. *Prima* della forma, *prima* della funzione, un nuovo sistema di necessità, non sempre fisicamente percettibili, i nuovi temi contemporanei, nuove domande come alternativa alla pratica di rispondere a domande spesso standardizzate, orientate da imperativi bisogni commerciali.

I contenuti scientifici del lavoro di Michael Braungart, restituiscono con prove precise, una scena quasi apocalittica. Sono prima di tutto, una richiesta di impegno sociale e culturale per ciascuno di noi, individualmente, e in questo senso collettivo, poi una responsabilità personale e nei confronti delle generazioni future.

L'abuso è il collasso, e la cura e la sola possibilità di salvezza.

Il progetto è il luogo di elaborazione dei nuovi contenuti, per formulare – P R I M A – insieme ai dati certi – la costruzione del programma per esempio – le possibili nuove domande, prima delle soluzioni.

Attraverso *operazioni* di ri-disegno *a ritroso* abbiamo provato, come in un test, a rintracciare, dentro al processo, per descriverli i passaggi di trasformazione che regolano la struttura formale di

un oggetto, il suo significato, la sua disposizione ad accogliere e produrre azioni, fino a risalire alla sua condizione di esistenza nella stessa forma in cui oggi si manifesta.

P E R il design, per nuovi progetti, nuovi campi di lavoro e di sperimentazione, **P R E D E S I G N** è la costruzione formativa di una sorta di *didattica della necessità* intesa come condizione di scarsità di risorse e a basso livello di *responsabilità*, dai singoli gesti individuali, a quelli dei gruppi, delle istituzioni, a quelli della gestione e della politica.

Così, se è vero che è in corso - insieme a quello politico, economico e sociale - un cambiamento, nei contenuti così come nelle applicazioni, di nuove teorie sul design, forse il modo per rintracciarlo e descriverlo, è proprio attraverso i progetti.

In un *catalogo*, ne abbiamo selezionati venti, ognuno, perchè ha un alto valore teorico o concettuale, perchè è una vera *invenzione*, o solo perchè mette in moto una riflessione.

Li avremmo potuti catalogare come borse, lavatrici, calcolatrici, sedili, termometri...o ancora, elettrodomestici, oggetti d'uso, accessori, sistemi informatici. Li abbiamo chiamati *cose, non-oggetti, programmi, materie, scoperte* e non sono modelli, ne esempi guida, ne oggetti *giusti*.

L'attualità di queste esperienze, registra il cambiamento in corso, e verifica un ipotesi di lavoro per i condizionamenti del progetto, - **P R E D E S I G N** - come condizione necessaria verso una vera innovazione del design contemporaneo.

I nuovi oggetti, *mostruosi* nel loro aspetto (...*minuscoli* ma pieni di informazioni) come nel loro nome (...un *litro di luce*) o nella loro consistenza (...una tazza di pasta frolla), sono evidentemente l'effetto di una riflessione **P R I M A** di un lavoro sulla forma, sulla funzione, sull'immagine, sulla sua comunicazione, sulla necessità. L'effetto è evidente, per induzione questi oggetti generano, e inventano nuove abitudini così come nuove convenzioni e comportamenti; *mangiare* una tazzina da caffè, buttare una bottiglia di plastica nel comparto dell'umido, fino a danzare per

produrre energia. Ma, P R I M A di altri e nuovi oggetti, è possibile descrivere nuovi possibili temi di lavoro, ancora una volta per tornare *indietro*, ai presupposti, alla formulazione della domanda, prima che ai risultati.

- Il tema della *riduzione della materia* e della concentrazione di funzioni elementari e quotidiane, come per quelle più specifiche e più elaborate, recupera e riconfigura il tema della complessità funzionale contro quello della multifunzionalità.

La combinazione di funzioni non solo arricchisce il programma, lo struttura in tipologie complesse e nuove di volta in volta, orienta la risposta in base a nuovi contenuti e nuovi vincoli, in una condizione di economia di azioni e di risorse.

- La sempre più tenue separazione tra il concetto di *oggetto*, di *materia* e di *scarto*, fino alla completa aderenza del concetto di nutrimento e rifiuto.

- L'uso di nuove *materie*, contro la usuale ricerca di nuovi materiali. Nuove materie diventano - P R I M A - una vera e propria condizione di lavoro. Orientano, modificandole, le modalità di uso e consumo degli oggetti, la loro collocazione sul mercato fino al loro valore economico.

- Riformulare il *ciclo di vita* degli oggetti, scardina il concetto di durata come valore e di resistenza come garanzia di efficienza.

La vita biologica dei nuovi oggetti si riduce a frammenti di tempo di durata limitata, che scandiscono e accompagnano i processi di crescita e di necessità primarie e non, dell'uomo in quanto utente.

- Il recupero di azioni convenzionali, di usi e abitudini tradizionali, rielabora il concetto di condizione di necessità, come condizione critica, e quindi di scelta e di cambiamento.

- L'uso delle nuove tecnologie, come risorsa e materia di lavoro, e insieme come strumento per calibrare e regolare attraverso una riduzione delle sue applicazioni un sistema di crescita ripetitivo, senza controllo, senza necessità e per accumulazione.

PRIMA DEL DESIGN, c'è, quindi una riflessione, contemporanea, sui metodi, sulle procedure e sui protocolli di lavoro, sulle modalità di diffusione di nuove abitudini e nuovi comportamenti proprio attraverso il design. C'è la rinuncia ad una logica di *produzione senza contenuti* e una tensione verso una riappropriazione e verso il riaffidamento dei contenuti ad un *luogo di elaborazione* autonomo, specifico e interrelato.

Vedere, in questa rinuncia, la chiave per *usare* il mercato, come vero motore di diffusione di una nuova cultura materiale, è l'unico modo per strutturare una riflessione concreta sulla questione ambientale, fino a farla coincidere, inaspettatamente, e senza nessuna fatica o rinuncia, al *nuovo modo* di vivere oggi.

Prima della rivoluzione industriale gli oggetti dovevano essere "belli", poi è stato inevitabile che fossero "buoni" perchè funzionali ripetibili, ed economici.....solo dopo una vera *rivoluzione contemporanea*, per necessità, saranno "belli" perchè *nutrienti* o - chissà - "buoni" perchè *rifiuti*.

6. Bibliografia

- G. Dorfler, *Il disegno industriale e la sua estetica*, Cappelli, Bologna, 1963
- Design*. Numero monografico della rivista Edilizia moderna, n. 85, 1965
- B. Munari, *Arte come mestiere*, Laterza Bari, 1966
- S. Giedion, *Mechanization takes Command. A Contribution to Anonymous History*, Oxford 1948 (trad. it. *L'era della meccanizzazione*, Feltrinelli, Milano, 1967)
- N. Pevsner, *L'architettura moderna e il design*, Einaudi, Torino 1969
- R. Collovà, S. Lentini, *Problemi di design*, (Tesi di laurea – relatore V. Gregotti), Facoltà di Architettura, Palermo, 1970
- M. Heidegger, *Saggi e discorsi* [1954], Mursia, Milano, 1976
- L. Burckhardt, a cura di, *Werkbund, Germania, Austria, Svizzera*, Gruppo editoriale Electa, Edizioni La biennale di Venezia, Venezia, 1977
- C. Alexander, *A Pattern Language: Towns, Buildings, Construction*, Oxford University Press, USA, 1977
- L. Burckhardt, *Per un design invisibile*, in D'Ars n.103, Eupalino Editore, Milano, 1983
- M. Dorste, *Bauhaus, 1913-1933*, Taschen, 1991
- T. Maldonado, *Disegno industriale: un riesame*, Feltrinelli, Milano, 1991
- T. Maldonado, *La speranza progettuale: ambiente e società*, Giulio Einaudi, Torino, 1992
- V. Hoesle, *Filosofia della crisi ecologica*, Einaudi, Torino 1992
- H. Hoyer, a cura di, Lucius Burckhardt, *Design=Unsichtbar*, (trad.in it. *Il design invisibile*) Cantz, 1995
- I. Calvino, *Le città invisibili*, Mondadori, Milano 1996
- E. Manzini, C.Vezzoli, *Lo sviluppo di prodotti sostenibili. I requisiti ambientali dei prodotti industriali*, Maggiori editore, 1998
- N. Pevsner, *I pionieri dell'architettura moderna. Da William Morris a Walter Gropius*, Garzanti Libri, Milano, 1999
- N. Klein, *No Logo*, Baldini Castoldi Dalai Editore, Milano, 2000
- W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino, 2000

- J. A. Schumpeter, *Teoria dello sviluppo economico*, ETAS, Milano, 2002 Traduzione della sesta edizione tedesca (1964), sulla scorta anche dell'edizione inglese del 1934, della *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, 1911
- E. Manzini, F. Jégou, *Quotidiano sostenibile. Scenari di vita urbana*, Edizioni Ambiente, Milano, 2003
- J. Baudrillard, *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano, 2003
- W. McDonough, M. Braungart, *Dalla Culla alla Culla*, Blu Edizioni, Torino, 2003
- A. Branzi, *Modernità debole e diffusa. Il mondo del progetto all'inizio del XXI secolo*, Skira, Milano, 2006
- H. Hoyer, *Design Education*, Abitare Segesta, Milano, 2006
- A. Branzi, *Sette gradi di Separazione*, in: (a cura di) S. Annicchiarico M. Basti, A. Branzi, *The new italian Design, il paesaggio mobile del nuovo design italiano*, Grafiche Milani, Milano, 2007
- S. Latouche, *La scommessa della decrescita*, Feltrinelli, Milano, 2007
- H. Hoyer, *Design Research*, Abitare Segesta, Milano 2008
- J. Thackara, *In the bubble. Design per un futuro sostenibile*, Allemandi, 2008
- A. Kling, Nick Schulz, *From Poverty to Prosperity: Intangible Assets, Hidden Liabilities and the Lasting Triumph over Scarcity*, Encounter Books, New York, 2009
- J. Fedzer, M. Schmitz, a cura di, *Lucius Burckhardt, Writings, Rethinking Man-made Environments*, Springer Wien/New York, 2012

Michele Maria Cammarata (*1976)

Architetto, assistente a contratto presso l'Accademia di Architettura di Mendrisio USI e presso lo I.U.A.V., collabora alla didattica della Facoltà di Architettura di Palermo dal 2005.

Nel 2012 fa parte dottorando di ricerca in Design, vive e lavora a Palermo. del team del Workshop internazionale Experimentaurbana a Kassel.

Vive e lavora a Palermo.

