

In un momento caratterizzato da una profonda crisi di sistema che investe l'economia e gli assetti produttivi, ma anche le identità e i valori socio-culturali, si moltiplicano i dibattiti e le opinioni che indicano nel ritorno a una rinnovata dimensione del "fare" una via d'uscita possibile per riavviare processi economici innovativi, che ridiano centralità alle persone e alle comunità. Recuperare il "saper fare" artigianale, al tempo dell'intelligenza collettiva, dell'internet delle cose, dell'open source e dei fablab, può essere occasione di rinascita economica e sociale, individuale e collettiva, di più generazioni di progettisti e innovatori, minacciati negli ultimi anni dallo "spettro dell'inutilità" evocato da Sennett. Anche nella prospettiva di dare un contributo alla formazione dei nuovi designer, il libro cerca di mettere a fuoco e descrivere criticamente alcuni aspetti del fenomeno dei makers e delle start-up innovative in continua e magmatica evoluzione, proponendo una riflessione a più voci - sviluppate intorno a occasioni di ricerca ed esperienze didattiche - su alcuni temi fortemente emergenti nella cultura del design, come il rapporto tra pratiche progettuali e processi di conoscenza, mediato dalle nuove tecnologie.

Francesco Monterosso

Francesco
Monterosso

OPEN DESIGN

pratiche di progetto
e processi di conoscenza

OPEN DESIGN

Design e Contesti
01

ISBN 978-88-6242-101-0



9 788862 421010

euro 18.00



Design e Contesti

01

*a Michele Argentino,
maestro e amico*





ETRE

INVISIBLE

L'ESPRESSO
1998

L'ESPRESSO
1998



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

d'Arch
DIPARTIMENTO
di ARCHITETTURA
PALERMO

Volume realizzato con il contributo del
Dipartimento di Architettura dell'Università degli Studi di Palermo

design contesti

Collana Design e Contesti
Direzione e cura: Viviana Trapani
Comitato scientifico: Philippe Daverio, Cinzia Ferrara, Ayşegül Izer
Marco Navarra, Patrizia Ranzo, Ferdinando Trapani

Book design concept: Cinzia Ferrara
Book design: Francesco Monterosso, Luisa Di Martino

ISBN 978-88-6242-101-0

Prima edizione Ottobre 2013

© 2013, LetteraVentidue Edizioni
© 2013, Francesco Monterosso

È vietata la riproduzione, anche parziale, effettuata con qualsiasi mezzo, compresa la fotocopia, anche ad uso interno o didattico. Per la legge italiana la fotocopia è lecita solo per uso personale purché non danneggi l'autore. Quindi ogni fotocopia che eviti l'acquisto di un libro è illecita e minaccia la sopravvivenza di un modo di trasmettere la conoscenza. Chi fotocopia un libro, chi mette a disposizione i mezzi per fotocopiare, chi comunque favorisce questa pratica commette un furto e opera ai danni della cultura.

Le immagini all'interno del testo appartengono ai rispettivi autori.
L'autore rimane a disposizione degli aventi diritto con i quali non è stato possibile comunicare.

LetteraVentidue Edizioni S.r.l.
www.letteraventidue.com
Via Luigi Spagna, 50 L
96100 Siracusa, Italia

twitter @letteraventidue

facebook LetteraVentidue Edizioni

Francesco
Monterosso

OPEN DESIGN

pratiche di progetto
e processi di conoscenza

con contributi di

Viviana Trapani

Salvatore La Rosa

Umberto La Commare

Dario Russo

Anna Catania

Antonio Gentile

Antonio Massara

Benedetto Inzerillo

Indice

- 8 PRESENTAZIONE
Viviana Trapani
- I GIOVANI E LA CRISI.
NUOVI SCENARI DI PROGETTO, PRODUZIONE E CONSUMO
- 14 Fare è connettere.
Dall'intelligenza collettiva agli artigiani digitali
Francesco Monterosso
- 26 Talento giovanile nuove imprese e cultura
Viviana Trapani
- 34 Artigianato di qualità, design
e Made in Italy: una lunga storia
Salvatore La Rosa
- 42 Imprenditorialità e convergenza tra
produzione di pensiero e produzione di cose
Umberto La Commare
- 52 Autoproduzione. Dalla *Proposta per un'autoprogettazione*
all'impresa personale
Dario Russo
- 60 Fare e pensare sostenibile
Anna Catania
- 68 InformAmuse:
dal concept alla start-up
Antonio Gentile e Antonio Massara
- 78 Design nautico e autoproduzione in Sicilia:
Maribel e Giorgia
Benedetto Inzerillo
- SCUOLA DI DESIGN DI PALERMO.
IDEE E PROGETTI
- 90 Progetti per l'abitare contemporaneo
Francesco Monterosso
- 94 Open design: dal materiale all'immateriale
Francesco Monterosso
- 110 BIOGRAFIE

Autoproduzione.
Dalla *Proposta per*
un'autoprogettazione
all'impresa personale

Dario Russo

Università degli Studi di Palermo

1.«È venuta meno quella contrapposizione ideologica tra artigianato e industria [...] Si trattava di una contrapposizione che poneva, da un lato, l'industria come valore in quanto capace di produrre prodotti di serie di basso costo, di cui un corretto design avrebbe garantito la qualità progettuale. Dall'altro, al contrario, chiamava al rifiuto dell'asserita omologazione operata dall'industria, per un ritorno al valore del fatto a mano, identificato con "l'umano" tout court (Rilke); o almeno dell'One Off, del pezzo unico, o della piccolissima serie fortemente caratterizzata sul piano formale», Vanni Pasca, *Premessa*, in Vanni Pasca e Viviana Trapani (a cura di), *Scenari del giovane design. Idee e progetti dall'Europa e dal mondo*, Lupetti, Milano 2001, p. 15.

2. Dal punto di vista delle aziende, la cosa si traduce nella possibilità di accedere a un network di designer inclini alla sperimentazione (perché fuori dalle logiche proprie dell'industria), estremamente attenti alla riduzione dei costi e alla massimizzazione del risultato (dal momento che si tratta di un'attività auto-finanziata), che si presentano come manager proponendo soluzioni già ben risolte in termini di comunicazione (auto-promozione).

L'autoproduzione rappresenta oggi un nuovo modo di fare design e, talvolta, di fare impresa. È un fenomeno in espansione, fin dagli anni ottanta, ma più precisamente cos'è? Proviamo a dare una definizione. In senso letterale, indica tutto ciò che si produce da sé. In quest'accezione, quindi, l'autoproduzione esisterebbe dall'era della pietra e si riferirebbe anche alla grande industria, con i suoi sistemi automatizzati e i suoi processi seriali. In senso stretto, tuttavia - ed è questo ciò di cui stiamo parlando - negli anni ottanta alcuni designer cominciano a realizzare oggetti in proprio, e cioè ad auto-produrre indipendentemente o parallelamente all'industria, con tecniche artigianali piuttosto evolute, anche digitalizzate. Qui, non bisogna intendere l'artigianato come una pratica obsoleta che recupera gli stilemi del passato, ma una maniera, da parte del designer, di produrre direttamente quel che progetta, curando la realizzazione fattuale dell'idea, con tecniche tradizionali oppure molto sofisticate, senza i vincoli produttivi, organizzati, distributivi... dell'industria¹. Nella fase attuale, infatti, diversi (giovani) designer, singolarmente o in gruppo, cercano di ottenere visibilità sulle riviste specializzate, quando si presentano alle fiere internazionali (come il Salone Satellite di Milano) con prototipi e oggetti funzionanti nella speranza d'intercettare un'azienda con cui avviare un rapporto di collaborazione; oppure accarezzano il sogno di fondare una propria impresa personale, come vedremo, quale primo step di un'organizzazione (*corporation*) più complessa che tende ad assumere un'articolazione aziendale².

Tutto ciò caratterizza lo scenario odierno del design, nella società «post-industriale» che si è andata delineando già a partire dagli anni settanta³. In questo scenario il design è esploso, in senso geografico, merceologico e quantitativo. Non soltanto lo si pratica in tutto il mondo (Dalla Svezia al Sudafrica, dal Brasile alla Corea) e non c'è prodotto che non venga riprogettato (e riestetizzato), ma è cresciuto a dismisura il numero delle scuole di design (dei

Corsi di Laurea, degli Istituti, dei Master...) e dei (neo)designer in circolazione, al punto che questi non possono essere assorbiti se non in minima parte dalle aziende che operano tradizionalmente in questo settore. È considerato che le aziende sono disposte a investire su progetti di designer ben noti e archistar come Starck (se non altro per ragioni di marketing) piuttosto che su quelli di illustri sconosciuti, ci sono ben poche possibilità che un designer che si affaccia oggi al mondo del lavoro, benché geniale, possa ripercorrere la strada di affermati progettisti della generazione precedente come Paolo Ulian e Matteo Ragni o tanto meno quella dei maestri del design italiano come Achille Castiglioni o Ettore Sottsass. È per questo, più che per un'affermazione teorica di autonomia, che molti neo-designer devono rimboccarsi le maniche, sperimentando un proprio modo di fare design, molto poco industrial e strategicamente autoprodotta.

Vediamo ora come l'autoproduzione si afferma negli ultimi trent'anni fino a dilagare nella fase attuale. Negli anni settanta, un primo interessante episodio è la *Proposta per un'Autoprogettazione* (1974) di Enzo Mari, nella quale il progettista presenta al pubblico una serie di mobili domestici facilmente realizzabili, mediante tavole di legno e chiodi, con un piccolo manuale delle istruzioni. L'intenzione di Mari è di dare a ognuno la possibilità di realizzare da sé l'arredamento di casa propria per far fronte all'importante crisi energetica di quegli anni (design democratico); ma c'è anche una ragione critica: «se le persone si fossero esercitate a costruire con le proprie mani un tavolo, per esempio, avrebbero potuto capirne meglio le ragioni fondanti»⁴. Perciò Mari, oltre a offrire una tecnica di costruzione pressoché elementare e molto economica, viene a mettere l'accento sul design come dispositivo culturale che amplifica la capacità critica dell'utente nel momento in cui si appropria di un'idea e la mette in pratica⁵.

In tempi più recenti, mescolando *Progetto e passione*, Mari ipotizza un mondo ideale - un'utopia⁶ - in cui scompaiono le industrie o meglio viene meno l'organizzazione del sistema industriale capitalistico⁷. Qui, secondo un accordo mondiale, tutto ciò che può essere prodotto artigianalmente viene realizzato in piccole botteghe artigianali gestite da non più di tre persone e un apprendista. Ciò che invece implica componenti altamente standardizzati e tecnologicamente molto complessi (come lampadine e aeroplani) può ancora essere prodotto dall'industria. Quali conseguenze comporterebbe tutto ciò? Certo, gli oggetti fatti a mano costerebbero più di quelli industriali (standardizzati), ma sarebbero abordabili, a vantaggio dell'intera società, perché si ridurrebbero i costi d'imballaggio e di trasporto, data

3. Daniel Bell, *La società post-industriale*, Comunità, Milano 1991 (1973).

4. Enzo Mari, *Autoprogettazione?*, Corraini, Mantova 2010 (2002), p. 4.

5. Non a caso, quando di recente l'azienda finlandese Artek si propone di rilanciare la *Sedia 1* (2010) con tavole di pino, chiodi e le istruzioni per autoprodurla, Mari accetta con la motivazione che «come loro credo che il design abbia significato se comunica conoscenza», Enzo Mari, *25 modi per piantare un chiodo. Sessant'anni di idee e progetti per difendere un sogno*, Mondadori Milano 2011, p. 88.

6. Vale la pena di precisare che il termine "utopia" indica un luogo che non c'è (*ou-tópos*) ma anche "il regno perfetto della felicità" (*eu-tópos*), ovvero un luogo ideale verso cui tendere.

7. Enzo Mari, *Progetto e passione*, Bollati Boringhieri, Torino 2001.

8. William Morris, *Notizie da nessun luogo*, Garzanti, Milano 1984 (1890).

9. William Morris, cit. in Marco Manieri Elia, *William Morris e l'ideologia dell'architettura moderna*, Laterza, Roma-Bari 1976, p. 10.

10. Ivi, p. 76.

11. Per approfondimenti sul parallelismo tra Morris e la Decrescita, vedi Dario Russo, *La visione sociale del design alle sue origini*, in "Maqueda", 1, 2010, pp. 11-19.

la distribuzione locale, così come quelli di amministrazione e di pubblicità (per la stessa ragione). Inoltre, i semilavorati industriali, prodotti appositamente, costerebbero poco, come pure i mezzi di produzione (incluse le macchine per la produzione). Ancora, lo Stato favorirebbe le botteghe artigiane con varie facilitazioni (riduzione dei costi energetici, salari per gli apprendisti, esenzioni da tributi...). In definitiva, gli oggetti sarebbero "su misura", con costi contenuti e senza sprechi; sì, sarebbero più cari di quelli dell'industria ma più cari in tutti i sensi, ovvero più duraturi, riparabili e riutilizzabili.

La posizione di Mari, utopica e filo-artigianale, ricorda molto da vicino l'approccio anti-industriale di William Morris (pioniere del nascente design di fine Ottocento) e in particolare un suo formidabile romanzo che riporta - utopisticamente - *News from Nowhere* (Notizie da Nessun luogo)⁸. Qui, Morris ipotizza una felice Londra del futuro nella quale sono scomparse le industrie e la gente vive in piccole comunità campagnole praticando l'autoproduzione creativa. È interessante notare come Morris, a più di cent'anni di distanza, si trovi ad affrontare e a risolvere le stesse complicazioni e contraddizioni "artigianato vs industria" descritte da Mari. Com'è noto, una delle critiche più insidiose che si rivolgono a Morris è l'impossibilità di fare "arte per il popolo", come dice lui, quando il popolo (non abbiente) non può neppure sognare di comprare i bellissimi oggetti della sua ditta (Morris, Marshall, Faulkner & Co.), realizzati con cura e finiture che li rendono opere d'arte (applicata). Eppure, dichiara Morris l'idea non è di realizzare oggetti lussuosi ma oggetti di gusto che possano essere «commerciali» e cioè meno costosi «di quanto comunemente non si creda»⁹. Del resto, è anche vero che l'oggetto di Morris, come quello utopico-artigianale di Mari, risulta più caro di quelli industriali all'interno di un sistema - industriale - già allora ritenuto insostenibile. Il nucleo del problema, infatti, non sta nell'oggetto in sé e neanche nella macchina, ma nel sistema industriale tout court e in «questa organizzazione terribile che è la concorrenza commerciale»¹⁰. L'attualità di Morris, che riaffiora nell'utopia di Mari, sembra riecheggiare nel recente movimento sociale della Decrescita, che propone un nuovo approccio al processo economico per edificare una società sostenibile più giusta e conviviale¹¹.

Tornando al nostro iter storico, negli anni ottanta, un caso straordinario è Memphis, formidabile gruppo di designer (non solo italiani) che si raccoglie intorno a Sottsass nel 1981. Si consuma così un momento di frenetica sperimentazione che segna un nuovo approccio ai processi (auto)produttivi. Memphis

elabora un nuovo sistema di «design-comunicazione-segno», all'interno del quale gli oggetti (prevalentemente mobili e lampade) sono pensati come «artefatti comunicativi» per «collegare il mondo del design e della produzione alla cultura più vasta dentro cui ci muoviamo»¹². Sorprendentemente e in contrasto con i postulati del *good design* di stampo razionalista, Memphis propone forme inedite, mettendo in discussione gli (archi)tipi più inamovibili; ad esempio un tavolo con quattro gambe uguali; e perché non tre?, come lascia intendere il tavolo *Peninsula* di Peter Shire (1982). Inoltre, azzarda accostamenti di materiali allora ritenuti incompatibili, dal cartone al marmo; materiali trattati in modo spiazzante per produrre effetti surreali. Soprattutto, sviscera le 1001 possibilità di comunicazione del laminato plastico, materiale di rivestimento da sempre segregato nei locali di servizio e ora, per la prima volta, rilanciato come superficie protagonista e appassionante di mobili considerati alla stregua di opere d'arte: così, ad esempio, il mobile-manifesto del gruppo, *Carlton* (Sottsass, 1981), icona della storia del design, divenuto ormai un pezzo di *Designart*, battuto dalla casa d'asta per cifre che oscillano tra i 10.000 e i 30.000 euro¹³. Ma ciò che di Memphis bisogna evidenziare è la modalità di progettazione e di (auto)produzione nonché l'organizzazione commerciale che ne consegue. A differenza della grande serie fordista, vengono realizzati prodotti di piccola serie o addirittura pezzi unici su ordinazione secondo una procedura, per così dire, ibrida che prende il nome di Nuovo Artigianato¹⁴. L'idea non è quella di rilanciare l'artigianato in polemica anti-industriale ma di produrre prototipi in una sorta di laboratorio sperimentale dove si fa ricerca, per testarli prima di un'eventuale e ben più onerosa produzione industriale¹⁵.

Diverso è il caso di Alchimia, altro gruppo di designer auto-produttori con più spiccata inclinazione artistica, che precede Memphis di qualche anno. Definito dalla critica una sorta di «"design pittorico", un nuovo "circolo creativo" tra arte design»¹⁶, Alchimia si basa sulla «ipotesi che debbano convivere metodi di ideazione e di produzione "confusi", dove possano mescolarsi artigianato, industria, informatica, tecniche e materiali attuali e inattuali»¹⁷. Il pezzo più noto, sempre presente sulle pagine patinate delle riviste di settore, è la *Poltrona di Proust* (Alessandro Mendini, 1978), una poltrona barocca con un inconfondibile look impressionista (puntinista): «un esempio di cosmesi globale»¹⁸. Ma la differenza fondamentale tra Alchimia e Memphis sta proprio qua, nell'intenzione progettuale: i pezzi di Alchimia nascono come sperimentazione fine a se stessa, per

12. Michele de Lucchi, cit. in Barbara Radice, *Memphis: ricerche, esperienze, risultati, fallimenti e successi del nuovo design*, Electa, Milano 1984, p. 65.

13. Sulla *Designart*, cfr. Dario Russo, *Il design dei nostri tempi*, op. cit., pp. 153-182.

14. Sul Nuovo Artigianato cfr. Andrea Branzi, *La casa calda. Esperienze del nuovo design italiano*, Idea Books, Milano 1999 (1984), pp. 136-150.

15. Ciò, d'altra parte, è nella migliore tradizione storica del design: a partire dal 1931 Alvar Aalto conduce nel proprio laboratorio esperimenti per la curvatura del compensato e del legno lamellare; nel 1932 Jean Prouvé apre un'officina dove opera accoppiamenti di ferro e lamiera con saldatura elettrica; nel 1941 Charles e Ray Eames costruiscono una pressa rudimentale in gesso con resistenze elettriche mediante la quale cominciano a sviluppare, privatamente, un procedimento per la sagomatura tridimensionale del compensato e dei legni lamellari...

16. Vanni Pasca, *Il design italiano: elementi per una storia*, in AA. VV., *1951-2001 Made in Italy?*, Skira, Milano 2001, p. 107.

17. Alessandro Mendini, *Manifesto di Alchimia*, 1985, in Id., *Scritti*, Skira, Milano 2004, p. 84.

18. Alessandro Mendini, cit. in Deborah Duva, Miriam Invitti, Efrem Milia e Matteo Pirola (a cura di), *Maestri del design italiano. Castiglioni. Magistretti. Mangiarotti. Mendini. Sottsass*, Mondadori, Milano 2005, p. 13.

19. Barbara Radice, op. cit., p. 174.
20. Alessandro Mendini, *Lettera al giovane designer*, "Domus", 650, maggio 1984, p. 52.
21. Renny Ramakers, *Less + More. Droog Design in Context*, O10 Publishers, Rotterdam 2002, p. 7, trad. mia. Allo stesso modo, Ramakers parla di: «Non-design – il problema del design oggi è che si producono tanti oggetti che pretendono di avere un significato, di essere belli, prodotti che attirano l'attenzione a gran voce ma in realtà non dicono nulla: l'enorme quantità di stimoli visivi offerta dalla società attuale deve essere compensata da prodotti di non-design che non abbiano alcun significato, oggetti che nascono sotto il segno dell'immediatezza, oggetti pratici, che non sono creati soltanto per loro bellezza», Renny Ramakers, *Droog Design. Un nuovo tipo di consumatore*, "Domus", 800, gennaio 1998, p. 76.
22. Peter van der Jagt, cit. in Paolo A. Tumminelli, *Dallo stile di prodotto alla forma di concetto*, "Domus", 788, dicembre 1996, p. 74.
23. Ellen Lupton, *Simplicity*, in Annake Moors (a cura di), *Simply Droog 10 + 1 Years of Creating Innovation and Discussion*, Droog, Amsterdam 2006, p. 93, trad. mia.
- così dire artistica, senza alcuna preoccupazione commerciale (aziendale); mentre «i pezzi Memphis (tranne i vetri soffiati), sono progettati per la produzione industriale; se sono prodotti in piccola serie è solo perché la richiesta è limitata»¹⁹. Qualche anno più tardi, in una *Lettera al giovane designer*, Mendini sottolinea le notevoli difficoltà di questo mestiere parlando di «BLACK DESIGN, un design "dove si vede nero"»; così rilancia il «NUOVO ARTIGIANATO» in continuità con le arti applicate, indicando al giovane designer la strada del «TELE-ARTIGIANO»: un artigiano che si avvale dell'innovazione tecnologica per «riprogettare (o [...] de-progettare) ex novo un mio "diverso" problema progettuale»²⁰. Questo invito, all'inizio degli anni novanta, è raccolto da Droog Design, un gruppo di designer olandesi, fondato nel 1993 da Gijs Bakker (designer) e Renny Ramakers (critico e storico del design). Dopo aver furoreggiato al Salone del Mobile di Milano (1993), il gruppo continua a proporre oggetti essenziali e spiazzanti, tanto ovvi quanto geniali: Droog Design, si potrebbe dire, è la gallina dalle uova di Colombo. Il nome del gruppo in inglese suona più o meno come *dry*, che significa "secco, asciutto" ma anche "tagliente, pungente" e indica il punto cruciale di una conversazione. «Il carattere essenziale della collezione Droog Design - precisa Ramakers in un libro intitolato *Less + More* - è che "meno" e "più" si fondono letteralmente in un unico prodotto»²¹. È come se, alla riduzione della materia impiegata per la realizzazione di un oggetto, corrispondesse un surplus concettuale: «non disegno prodotti ma do forma a concetti»²², dice Peter van der Jagt (esponente del gruppo). Insomma, in bilico tra la produzione industriale e l'installazione artistica, gli oggetti Droog presentano questo carattere fondamentale: la materializzazione funzionale di un'idea in un modo essenziale ma nient'affatto scontato che sa di dadaismo (shock estetico). Un esempio è la *Rag Chair* (Tejo Remy, 1991), una poltrona fatta di stracci tenuti insieme da fascette di acciaio su struttura di legno. Arriva a casa già-fatta, ma più che un ready made è una sorta di accumulazione personalizzabile, perché gli stracci possono essere sostituiti. Inoltre, condensa un surplus concettuale molto critico: vale come «archivio del post-consumo che non cela né le sue origini né il suo destino di rifiuto. [...] L'accumularsi di materiali anonimi commenta l'accumulazione e gli sprechi della produzione industriale»²³. Un altro esempio è la libreria *Readymade* (NEXT Architects, 2003), geometrica, modulare e cromaticamente piatta: una libreria archetipica. Presenta però una peculiarità: è già totalmente piena di libri. Proprio così: i libri stanno là, tutti della stessa dimensione, dello stesso colore e con lo stesso

carattere tipografico sul dorso. In un secondo momento, tuttavia, si capisce che, invece di libri, si tratta semplicemente di dorsi; quindi la libreria è inutile, almeno come libreria, se non fosse che quei dorsi si possono rimuovere e sostituire con libri veri, quasi fosse una «opera aperta» alla maniera indicata da Umberto Eco: non conclusa, processuale, che sollecita l'intervento dello spettatore (fruitore)²⁴. Ma a questo punto chiediamoci: qualcuno lo farà mai?²⁵ Quale che sia la risposta (che resta appunto aperta), quel che c'interessa evidenziare è la strategia dei Droog, che passano dall'autoproduzione alla commessa aziendale. Nel 1993, non trovando aziende disposte a investire su progetti sia pur ritenuti interessanti, i Droog partecipano al Salone del Mobile di Milano con pezzi autoprodotti e selezionati da Bakker e Ramakers, alcuni dei quali progettati come Tesi di Laurea (ad esempio la *Rag Chair* di cui s'è detto). Dopo aver ottenuto successo mediatico, i due si accordano con DMD (Development Manufacturing and Distribution) per la produzione e la distribuzione dei prodotti del gruppo, concepiti prevalentemente in limited edition. In seguito, Droog Design comincia a sviluppare ricerche e rapporti di consulenza con importanti aziende ed enti culturali: «a dimostrazione di come questo suo approccio critico e concettuale, apparentemente anti-industriale e anti-globale, possa entrare a far parte delle strategie produttive più avanzate»²⁶.

Il caso Droog, inoltre, evidenzia un altro tema di grande interesse. Se l'autoproduzione si configura come una pratica "laica" di fare design in cui confluiscono varie tecniche - artigianato, industriale, arte, nuove tecnologie... - ciò che assume sempre più rilevanza in termini di design, anzi ciò che fa la differenza è sostanzialmente l'idea: l'idea che sottende le cose e vi dà senso, al di là della sua producibilità industriale. Ribadisce Vanni Pasca: «L'opzione artigianato-industria, nella terza fase della rivoluzione industriale, ha perso senso. Non è un valore l'artigianato. Non è un valore l'industria. Il valore è nell'idea»²⁷. A conferma di ciò, non a caso, la rinomata Design Academy di Endhoven ha rimosso la parola "Industrial" dal proprio logotipo, che ora compare tracciato a mano (2010): «non è l'industria ma l'essere umano il punto di partenza»²⁸. E non a caso, la maggior parte dei designer che fanno parte del gruppo Droog si sono diplomati in questa scuola; mentre tra i docenti ritroviamo Bakker, che insegna *Man and Living* invitando i suoi studenti a elaborare concetti al di là del briefing aziendale. Nel Terzo Millennio, sulla scorta di queste esperienze e facendo fronte al nuovo scenario del design che s'è cercato di tratteggiare all'inizio di questa trattazione, al "Black Design" di cui parla Mendini, alle difficoltà, insomma, del mestiere del designer,

24. Umberto Eco, *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*, Bompiani, Milano 1962, pp. 59-61.

25. Per approfondimenti, cfr. Dario Russo, *Il design dei nostri tempi*, op. cit., pp. 87-88.

26. Vanni Pasca, *Olanda*, in Vanni Pasca e Viviana Trapani (a cura di), *Scenari del giovane design. Idee e progetti dall'Europa e dal mondo*, Lupetti, Milano 2001, p. 122.

27. Id., *Premessa*, in Vanni Pasca e Viviana Trapani (a cura di), op. cit. p. 16.

28. Gijs Bakker, cit. in Patrizia Mello, *Design contemporaneo. Mutazioni, oggetti, ambienti, architettura*, Electa, Milano 2010, p. 156.

29. Fabrizio Pollaci, *Voglio fare il designer. Storia di TrattoTempo, ovvero la nascita di un'impresa*,

Tesi di Laurea, Relatore

Matteo Ragni, Correlatore

Luigi Brenna, Politecnico

di Milano, Corso di Laurea

Specialistica in Design del

Prodotto, a.a. 2010-2011.

30. <http://www.trattotempo.it/>.

31. Umberto Eco, cit. in Enzo

Mari, *Autoprogettazione?*, op.

cit., p. 74.

alcuni giovani progettisti praticano l'autoproduzione compiendo, talvolta, la propria impresa personale. Il fenomeno, come s'è detto, è in espansione, come dimostra il numero crescente di progetti, più o meno noti, autoprodotti negli ultimi tempi: *W-Eye*, *Freitag*, *Livestrong Wrisbands*, *Made.com*, *Fish Design*, *Fullspot*, *Spiral Clock*... Un caso interessante, che esemplifica la situazione generale, è *Trattotempo*, un'impresa personale di Fabrizio Pollaci, specializzato nella realizzazione di orologi da parete. Anche in questo caso, come s'è visto a proposito dei Droog Design, il progetto nasce da una Tesi di Laurea, significativamente intitolata *Voglio fare il designer*²⁹. L'idea di Pollaci è che la vita quotidiana sia oggi scandita da ritmi sempre più incalzati - che non tengono conto del tempo naturale delle cose - e che questo disagio possa essere rappresentato in un orologio: la proposta, semplice quanto complessa, è di ricondurre la vita di tutti i giorni in un (tratto di) tempo più naturale, che non va rincorso o zippato ma pienamente attraversato. Nasce così *Made in*, una serie di orologi, dello stesso quadrante circolare e di diversi materiali, che vengono induriti dentro uno stampo (dalla cera d'api al cemento a presa rapida, dal caffè al cioccolato). Il concetto, rivoluzionario, è che "made in" non indica più il luogo di produzione ma il tempo necessario alla realizzazione del prodotto: *Made in 2'*, *Made in 4h*, *Made in 7 days* e così via... Cominciando ostinatamente a sviluppare la propria attività con tecniche artigianali, Pollaci lavora sulla comunicazione (tele-artigianato) e si fa conoscere tra mostre locali e fiere internazionali (dalla Galleria XXS di Palermo al Gift di Mosca). Guadagnata una certa visibilità, fonda la sua impresa personale, distribuendo orologi in tutto il mondo (l'e-commerce) e diventando, di fatto, un designer-artigiano-piccolo imprenditore³⁰. Quindi, non si ferma: continua a fare ricerca, collaborando (come impresa) con la Facoltà di Architettura di Palermo, dove partecipa alla realizzazione di prototipi che appassionano allievi architetti e aspiranti designer, in un mondo (del lavoro) sempre più saturo di prodotti e sempre più bisognoso di idee. Ha ragione Umberto Eco, quando commenta la *Proposta per un'autoprogettazione* di Mari da cui siamo partiti: «Tutti devono progettare: in fondo è il modo migliore di evitare essere progettati»³¹.

Biografie

francesco monterosso

Architetto e visual designer, è socio professionista AIAP e Phd in Disegno Industriale. È docente a contratto nel CdL in Disegno Industriale dell'Università di Palermo. Si interessa di design della comunicazione e dell'interazione, in particolare, in rapporto ai BB.CC..

dario russo

Architetto, Ricercatore di Disegno industriale all'Università di Palermo. Tra le sue pubblicazioni, *Il lato oscuro del design* (2013), *Il design dei nostri tempi* (2012), *Free Graphics* (2006). Art director della Società Italiana di Estetica, Suite d'Autore, AZ-Project Graphic Design. Socio dell' AIS/Design.

antonio gentile

Professore associato di Sistemi di elaborazione delle informazioni all'Università di Palermo. Fondatore e Amministratore unico di InformAmuse. Si interessa di interazione uomo-macchina e architetture dei calcolatori.

viviana trapani

Professore associato di Disegno Industriale, insegna nel CdL in Disegno Industriale dell'Università di Palermo, di cui è attualmente il Coordinatore. Si occupa di progetto in rapporto alle modificazioni socio-culturali e svolge ricerca sui temi della sostenibilità e dello sviluppo territoriale.

anna catania

Ricercatore e Phd in Disegno Industriale. È docente nel CdL in Disegno Industriale dell'Università di Palermo. Svolge attività di ricerca sul rapporto tra design, materiali, sostenibilità ambientale e territorio, utilizzando gli strumenti dell'analisi del ciclo di vita (LCA).

antonio massara

Socio e direttore marketing di InformAmuse. Esperto in ambito pubblicitario, comunicazione e direzione del marketing.

salvatore la rosa

Professore ordinario di Statistica Aziendale e Gestione della Qualità all'Università di Palermo, è stato Presidente del CdL in Scienze Statistiche ed Economiche, Presidente dell'Irrsae-Sicilia e Direttore dell'Isida. È Direttore editoriale della rivista *Le Nuove Frontiere della Scuola* e presidente regionale dell'AGe.

cinzia ferrara

Architetto e visual designer, Phd in Disegno Industriale. È docente a contratto nel CdL in Disegno Industriale dell'Università di Palermo e all'Accademia di Belle Arti di Palermo. Attualmente è Vice Presidente Aiap.

luisa di martino

Designer e grafico editoriale. Cultore della materia presso il C.d.L. in Disegno Industriale dell'Università degli Studi di Palermo, si occupa di interfacce, usabilità e architettura delle informazioni. Lavora come freelance nel settore IT.

umberto la commare

Professore ordinario di Gestione della Produzione all'Università di Palermo. È Presidente della *Commissione Spin-off* e componente della *Commissione Brevetti* dell'Ateneo di Palermo. Attualmente è Presidente di ARCA, Consorzio per l'Applicazione della Ricerca e la Creazione di Aziende innovative.

benedetto inzerillo

Architetto e yacht designer, Phd in Disegno Industriale. È docente a contratto nel CdL in Disegno Industriale dell'Università di Palermo. Attualmente svolge attività nel campo della sostenibilità ambientale con particolare attenzione al settore della mobilità sostenibile.

ringraziamenti

A Michele, maestro e amico, compagno di viaggio degli ultimi quindici anni... sulle note di Leonard Cohen, tra caffè e sigarette, speculazioni colte e profonde, ma soprattutto gratuite... sogni e tempo perduto... amore smodato per i figli e per i suoi allievi.

A lui devo occhi diversi per guardare al mondo e *l'ironia greca* per affrontarlo.

A Mariella (e alla sua splendida famiglia!), che trova ancora parole per incoraggiarmi.

A Maria Rita e la piccola Noa per la pazienza e le ore rubate al gioco.

A Viviana per il prezioso supporto scientifico.

A Cinzia per i suggerimenti e il concept del progetto grafico.

A Luisa per la silenziosa e rassicurante presenza e per l'aiuto competente e professionale.

A tutti gli amici che hanno scritto o comunque partecipato alla redazione di questo libro.

titillium

Per coerenza rispetto ai contenuti, questo libro è composto con font *titillium*, un progetto "aperto" e in continua evoluzione, maturato come esperienza didattica all'interno del corso di *Type design* della Laurea specialistica in Visual design all'Accademia di Belle Arti di Urbino.

referenze fotografiche copertina © Mendel Heit
<https://flic.kr/p/9ABkU8>

p. 11
© Copyright Antonio Enea

p. 13 © Ton Zijlstra
<https://flic.kr/p/7koptp>

p. 33 © FabLab Italia
<https://flic.kr/p/cdX8G3>

p. 51
© copyright Erika Pino

p. 89
© Copyright Salvo Cucinella