



Design Territori

UNIVERSITÀ E AZIENDE TRA SPERIMENTAZIONE E INNOVAZIONE

Design & Territori

Edizione 2018

Atti di Convegno

Atti di Convegno a cura di

Dario Russo
Paolo Tamborrini

Comitato Scientifico

Ferruccio Laviani
Vanni Pasca
Rodrigo Rodriguez
Dario Russo
Paolo Tamborrini

Coordinamento redazionale

Barbara Stabellini

Progetto grafico e impaginazione

Associazione Culturale 110eLAB

Copyright © New Digital Frontiers srl
Viale delle Scienze – Edificio 16
90128 Palermo
www.newdigitalfrontiers.com

ISBN a stampa 978-88-31919-91-3
ISBN online 978-88-31919-93-7

Anno di pubblicazione 2019



Indice

9

D&T — Dario Russo | Paolo Tamborrini

11-24

01

DARIO RUSSO

Design e Cultura

Università come sistema operativo del Territorio

25-33

02

PAOLO TAMBORRINI

Design e Territorio

Un modello di innovazione per la sostenibilità
e l'imprenditorialità

35-49

03

FLAVIANO CELASCHI | GIORGIO DALL'OSSO

ELENA FORMIA | VALENTINA GIANFRATE

LAURA SUCCINI | ELENA VAI

Università nell'impresa – Impresa nell'università

Network circolare tra formazione, ricerca e produzione
in Emilia-Romagna

51-66

04

ROSSANA CARULLO

Design di processo e imprese artigiane

Verso la costruzione di un modello meridiano

67-82

05

ANTONIO LABALESTRA

Il ruolo della storia nella conoscenza dei territori

Design, aziende, cultura e valori

83-99

06

FRANCESCA TOSI | ALESSIA BRISCHETTO

Design, Ergonomia, Innovazione

L'esperienza del Laboratorio di Ergonomia & Design
dell'Università di Firenze

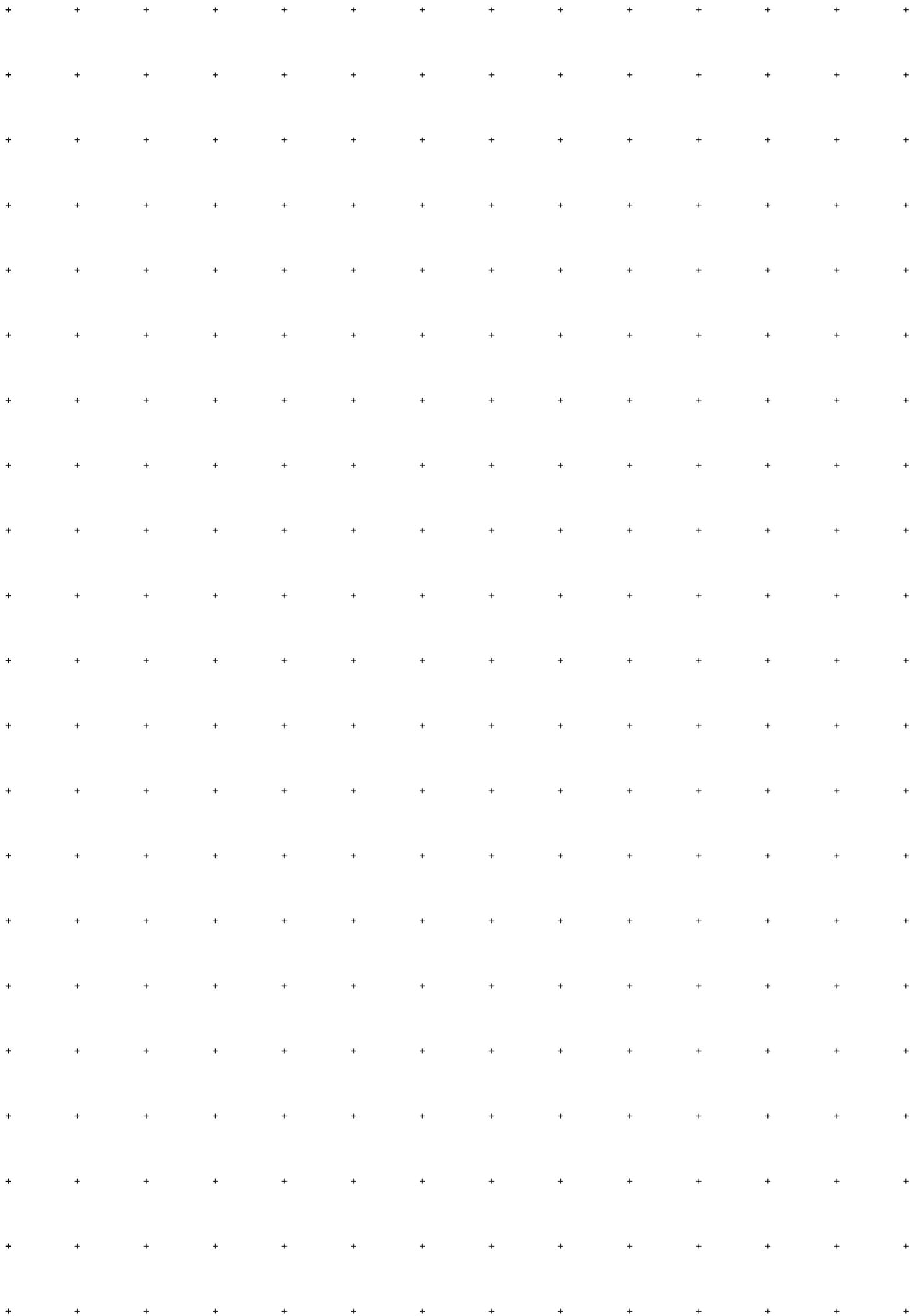
- 101-112 **07** **ANTONINO BENINCASA**
Design, Kitsch, Camp, Trash
Un'educazione al buon gusto
- 113-126 **08** **MARIO BISSON | STEFANIA PALMIERI**
La cooperazione università-impresa
L'accademia tra formazione e industria per fare innovazione
- 127-139 **09** **NICCOLÒ CASIDDU | MARTINA CAVALIERI**
XAVIER FERRARI TUMAY
Sinergie per il design inclusivo
BATH: il caso studio Exposanità 2018
- 141-156 **10** **VERONICA DAL BUONO**
Brand design e istituzioni pubbliche
Il contributo alle imprese culturali della ricerca
nell'ambito della comunicazione
- 157-171 **11** **CLAUDIO GAMBARDELLA**
Merchandising: dal museo all'università
- 173-188 **12** **GIORGIO A. DE PONTI**
Acquisto quello che sono?
Valorizzazione del rapporto tra territorio e cibo
-

D&T

Dario Russo | Paolo Tamborrini

L'università è una realtà che deve connettersi fortemente con il territorio che la ospita e con le aziende che su di esso hanno permesso la nascita di un tessuto produttivo e imprenditoriale. Questo è il presupposto che abilita una formazione e una progettazione concreta e culturalmente attuale, divenendo motore di innovazione per la realtà locale. Infatti, in una logica in cui la formazione universitaria deve contribuire alla crescita culturale del progettista, la collaborazione e l'integrazione con aziende e saperi locali divengono valori imprescindibili.

I contributi raccolti in questo volume vogliono dare voce ai 12 atenei italiani che hanno preso parte alla mostra-convegno Design&Territori, un evento primo nel suo sviluppo tenutosi a Palermo, Capitale Italiana della Cultura 2018, dal 3 novembre al 3 dicembre 2018. Contributi che sottolineano il cambio di visione da parte di diversi docenti e università, nonché l'aggiornamento di corsi di studio con l'obiettivo di rispondere al meglio ai reali bisogni e alle sfide del futuro. Approcci che hanno coinvolto sempre di più il mondo delle imprese costruendo relazioni solide e produttive a partire dalle potenzialità del territorio, innescando cambiamenti culturali positivi sia nella percezione dell'università all'interno dell'impresa sia nella visione opposta dell'impresa nel mondo accademico. Contributi che, infine, sottolineano come il design possa permettere la valorizzazione di un *potenziale creativo* del territorio e come questo possa essere sprecato se non inserito in una più ampia analisi culturale, storica, economica e produttiva. Il design diviene così mezzo e strumento per trasferire conoscenze alle imprese, abilitando un circolo virtuoso tra innovazione e tradizione.



Design e Cultura

Università come sistema operativo del Territorio

Dario Russo (Università di Palermo)

Keywords: Design, Storia, Laboratorio, Innovazione

Abstract

La nostra tesi è che la formazione universitaria del design debba contribuire alla crescita culturale del nuovo progettista, capace di incidere concretamente e criticamente sulla realtà. Nel corso della storia, le migliori scuole di design hanno approfondito il rapporto con l'industria e il mondo imprenditoriale. In questa direzione, chi scrive sviluppa da anni brief di progetto con aziende che sostanziano la ricerca e la didattica universitaria, a Palermo. Questa strategia è stata recentemente rilanciata a livello nazionale attraverso la formula Design&Territori, un convegno-mostra di 110 progetti (di studenti), ideati in 18 laboratori universitari, di 12 atenei diversi e realizzati da 40 aziende italiane e non: Palermo 2018.

Our thesis is that university education has to contribute to cultural growth of the new designer, who has to be able to operate to the real world concretely and critically. Historically, the best schools of design have deepened their relationship with industry and the business world. In this perspective, who writes has developed some briefs of project with corporations in order to support research and didactics, in Palermo. This strategy has recently been re-launched at the national level through the formula Design&Territori, a conference-exhibition of 110 projects (of students), designed in 18 university laboratories of 12 different universities and realized by 40 Italian (and non-Italian) companies: Palermo 2018.

La mia relazione sul rapporto tra la didattica del design e il mondo aziendale parte dall'esperienza maturata sul campo in anni di tentativi volti a formare un pensiero critico e dar agli allievi concrete opportunità d'inserimento negli scenari professionali. L'obiettivo è aiutarli a sviluppare attitudini affinché possano trovare la loro strada. Il docente dà coordinate culturali, strumenti concettuali, chiavi di lettura del mondo; ma ciò che più conta, per me, è far appassionare gli allievi alla disciplina e stimolare in loro la necessità di porsi delle domande. Il docente di design deve contribuire a formare il nuovo progettista, capace d'incidere concretamente – criticamente – sulla realtà per migliorare il mondo che lo circonda e la società nella quale opera.

Un mondo a sé

A volte, però, la formazione universitaria italiana è lontana dal mondo del lavoro. Di sicuro l'Università non è – e non può essere – una scuola professionale, ma non è logico che il neolaureato in design non abbia la minima idea di quel che si fa nella professione per la quale studia. Del resto, progettare qualcosa vuol dire progettare per qualcuno (che realizza il progetto), anche se si tratta di autoproduzione o di *startup* innovativa; bisogna lavorare in vista di un obiettivo, con una programmazione economica, per dar senso al progetto nel mondo reale; mettere a fuoco un processo tecnico-produttivo; considerare il modo in cui si comunica il progetto, come arrivare al target e così via. Paradossalmente, però, all'università si congetturano talvolta “progetti” basati su astrazioni che non potranno mai tradursi nella concretezza delle cose. Le idee degli studenti più bravi rifulgono sulle tavole dei laboratori e delle tesi di laurea. Sono premiati, questi studenti, con i voti più alti. E mentre si celebra il loro trionfo accademico, si convincono di essere veri progettisti e che il mercato sia lì, ad attenderli. Finiti gli studi, però, scoprono che le cose non stanno esattamente così, perché il loro “metodo di lavoro” non si confà al mondo aziendale e tecnico-produttivo. Questi dottori in design non sono interlocutori interessanti per le aziende, né tanto meno risorse, se non riescono a mettere in campo apprezzabili capacità, che scaturiscono da un talento naturale, e possono reinventarsi, umilmente, assumendo la professionalità dell'autodidatta. La Sicilia, in effetti, è in grado di generare simili talenti; ma l'emersione del genio individuale non può essere la strada maestra; è appunto l'eccezione che conferma la regola. Se parliamo di design, la formazione dovrebbe essere collegata al mondo del lavoro – ai materiali e alle nuove tecniche di lavorazione – o almeno tenerne conto.

Il design nella storia

Nel quadro generale della formazione universitaria, per di più, la didattica del design assume un rilievo specifico, perché il designer è un “intellettuale tecnico”, così come lo definisce Tomás Maldonado, che deve sapere e saper fare. Perciò nei corsi di studi in design, oltre all’approfondimento teorico, è importante sperimentare in laboratori sintonizzati col mondo produttivo, con la tecnica e le aziende che stanno sul mercato. Qui, come osserva giustamente Raimonda Riccini citando Maldonado, «*la teoria deve essere impregnata di pratica e la pratica impregnata di teoria*» (Riccini, 2009, 157). Tale compenetrazione di teoria e pratica, che potrebbe sembrare fuorviante rispetto all’Alta Formazione Universitaria scevra d’applicazioni pratico-utilitaristiche, non è una stravaganza dei nostri tempi ma lo standard affermato dalle più importanti istituzioni didattiche che stanno alla base della disciplina del design: la *Government School of Design* di Londra istituita nel 1837 (la prima Scuola di Design), il *Bauhaus* (1919-1933), la *Hochschule für Gestaltung* di Ulm (HfG, 1953-1968). La *Government School of Design* di Londra, diretta da Henry Cole, fu «*strettamente legata al mondo commerciale*» (Cole, 1849, 137). Lo conferma Gottfried Semper, docente di Metallotecnica, che in un saggio del 1852, significativamente intitolato “Scienza, industria e arte”, lamenta la miope separazione tra teoria e pratica perpetuata nelle scuole del suo tempo: «*niente dualismo fra Arte da un lato e arte industriale dall’altro*» (Semper, 1852, 205) [1]. Il *Bauhaus* [fig. 01] aveva al suo interno un’azienda, una s.r.l. fondata nel 1923 dal direttore Walter Gropius con lo scopo di vendere i prodotti degli allievi e dei cosiddetti lavoratori [2]. «*Il Bauhaus, nella sua forma attuale, sta in piedi o cade con l’accettazione o il rifiuto della necessità di accettare lavori su ordinazione. A mio giudizio – dice Gropius – sarebbe un errore se il Bauhaus non si misurasse col mondo della realtà e considerasse se stesso come una compagine isolata*» (Gropius, 1921, 99) [3]. Anche nella Scuola di Ulm (HfG), fondata Max Bill (allievo del Bauhaus, 1927-1929), il rapporto con l’industria e in particolare con l’azienda Braun è tanto stretto che Maldonado, direttore della Scuola dopo Bill, arriva ad affermare che lo “stile Braun” è «*abusivamente chiamato anche “stile Ulm”*» (Maldonado, 1976, 69). Per concludere questo breve *excursus* di carattere storiografico, non è un caso che le tre Scuole (*Government School of Design* di Londra, *Bauhaus* e Scuola di Ulm) siano collegate tra loro, portando avanti una linea di pensiero e di azione progettante tale da influenzare l’orientamento dei corsi di studio in design in tutto il mondo; anche in Italia, a cominciare dal primo, fondato a Milano nel 1993 [4].

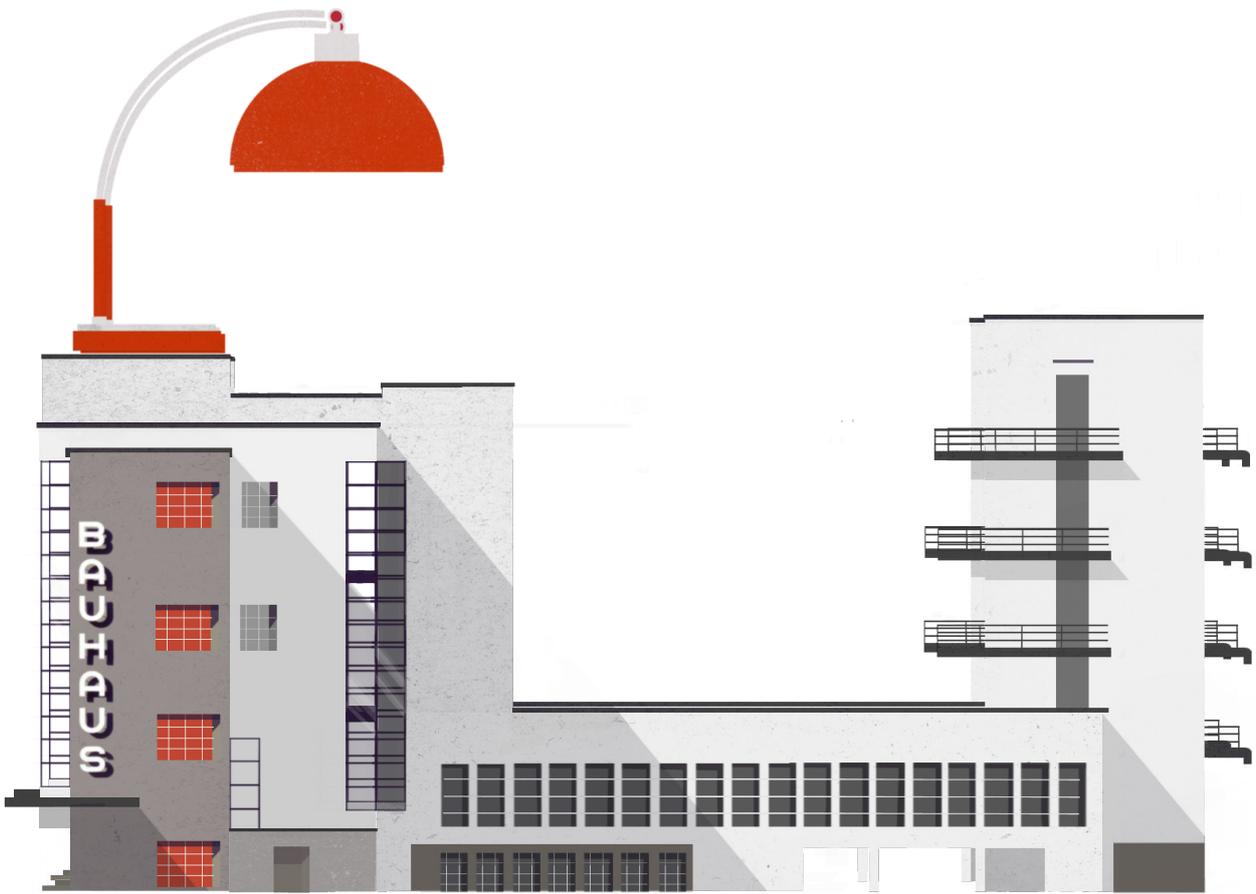


Fig. 01
Il Bauhaus di Dessau sotto il faro del Razionalismo,
illustrazione di Luisa Misseri, 2018.

Università e Impresa

Per quello che c'interessa più da vicino, ispirandomi a queste importanti istituzioni senza perdere di vista le nostre coordinate spazio-temporali – Palermo, anni Dieci del Terzo Millennio – ho attratto risorse esterne, private, verso l'Università per permettere agli studenti di sperimentare sul campo. Più precisamente, ho invitato un certo numero d'imprenditori (illuminati) a concertare con me un *brief* di progetto di loro interesse (aziendale) ma anche compatibile con un approfondimento universitario. Se il *brief* non fosse interessante in una logica imprenditoriale, l'azienda non investirebbe sull'università tempo e denaro per attivare processi tecnico-produttivi all'interno del laboratorio; non metterebbe a disposizione del personale tecnico né porterebbe avanti le operazioni necessarie alla comunicazione e alla commercializzazione dei progetti-prodotti. Se invece il *brief* ha una vocazione imprenditoriale, l'azienda è motivata a investire sull'università ovvero su ricerca e sviluppo, sperimentando soluzioni innovative, grazie anche allo sguardo laterale degli allievi. Nel migliore dei casi, com'è già successo, l'operazione va in porto: il progetto nato all'università è ingegnerizzato, prototipato e infine prodotto; e gli studenti-autori ricevono *royalty*.

Design per migliorare il mondo

Il *brief* di progetto del laboratorio, tuttavia, non può dipendere soltanto dagli interessi commerciali dell'azienda, perché l'università deve permettere agli studenti di sviluppare il pensiero critico, di sperimentare ben oltre la necessità contingente, di approfondire teoricamente qualcosa in tempi incompatibili con quelli bulimici del mondo imprenditoriale (mercato). Per regolare la collaborazione tra università e impresa, dunque, occorre mettere in atto un'azione correttiva: il *brief* concordato deve avere un carattere d'innovazione tecnologica o sociale (etica), prevedere una più o meno lunga fase di ricerca. Da sempre, infatti, i migliori progettisti non si accontentano di quello che c'è, ma ricercano soluzioni innovative, tali da cambiare la situazione esistente in una migliore [5]. In tal senso, punto di riferimento ancora attuale è Adriano Olivetti: *manager* e sottile intellettuale, che vedeva nell'industria una concreta opportunità di progresso non soltanto economico ma anche sociale e civile. Non a caso, una delle collaborazioni più straordinarie e fortunate della storia del design è quella tra Olivetti ed Ettore Sottsass (anche dopo la morte di Adriano): un episodio che mi piace ricordare non come divagazione nostalgica ma per assumere criticamente il presente. Negli anni Sessanta lo studio di Sottsass fu una fucina di progettisti finanziati dal settore Ricerca Olivetti ma effettivamente liberi di progettare, sperimen-

tando, ciò di cui ritenevano ci fosse veramente bisogno. Si trattò di una forma di collaborazione nuova: se allora il modello più diffuso era quello della Scuola di Ulm (HfG), il progettista integrato all'industria (nella logica di produzione industriale), il modello Olivetti prevedeva che l'azienda finanziasse lo studio di Sottsass, esterno, perché si occupasse di ricerca e di cose che non riguardavano direttamente la produzione industriale [7]. La visione di Sottsass, di un'industria aperta, che non s'impone sulla società ma tende a offrire nuove opportunità di sviluppo anche sociale, corrisponde alla visione di Adriano Olivetti di un'industria che, oltre a garantire perfezione di prodotti e attrezzatura, eleva le condizioni di vita degli operai e promuove i valori della cultura. Il rapporto Sottsass-Olivetti, dunque, prefigura non soltanto un ruolo nuovo per il designer, che mantiene autonomia intellettuale e progettuale, ma anche per l'industria, chiamata ad aprirsi a una cultura civile senza imporsi su di essa, incorporando attraverso l'apporto dei designer le informazioni antropologiche necessarie per operare in maniera conseguente nella – e per la – società [8].

Un'idea brillante

Si parva licet, a Palermo, ho sviluppato con diverse aziende *brief* di progetto inerenti alla loro attività in vari ambiti di applicazione del design: dal prodotto alla *brand identity*, dal *merchandising* museale al design degli interni, fino alla campagna *social*. A modo d'esempio, accenno a due progetti che hanno animato il Laboratorio negli ultimi anni. Il primo riguarda la stampa 3D, lanciato nel Laboratorio dall'ente di formazione IDEA, partner di WASP, uno dei più innovativi centri di sperimentazione sulla stampa 3D, di Massa Lombarda (a pochi km da Ravenna), fondato da Massimo Moretti per «salvare il pianeta con tecnologie avanzate» (WASP = World Advanced Saving Project, appunto). Quel che ha reso nota l'attività di WASP – nel mondo – è una rivoluzionaria stampante 3D progettata e costruita dallo stesso Moretti, in grado di configurare “edifici” con materiali locali, come l'argilla, la terra bagnata o addirittura il detrito (km 0), e una quantità di energia minima, rinnovabile, equivalente a quella di un *phon* per capelli. Una casa dunque molto economica ovvero eco-logica: il Design con la “D” maiuscola, pensato per la massa, democratico, il progetto – sociale, politico – del Movimento Moderno, quello di cui parlava Victor Papanek nel 1970: *Design for the Real World*, e cioè per il 90% della popolazione mondiale [9].

Coerentemente con questa visione, ha preso campo il tema della sedia stampata in 3D personalizzata in direzione medico-posturale. Se tradizionalmente le sedie in plastica si producono con stampi che implicano una serie industriale (tanti esemplari identici) per ammortizzare la spesa, il punto di forza della stampa 3D

è la realizzazione di un pezzo per volta, l'attualizzazione dell'artigianato ma digitale, ad alto contenuto tecnologico: una sedia che può essere progettata e realizzata *ad personam* senza costare più di quanto costerebbe un esemplare della stessa serie ottenuta con uno stampo tradizionale [10]. Perciò, se nella stampa 3D il costo di produzione è unitario da *default*, perché continuare a produrre sedie uguali per persone diverse? Al contrario, l'idea è questa: ricalcare la sedia sulla postura corretta della persona in direzione prima di tutto salutare. Tale ragionamento è piuttosto elementare: la sedia dovrebbe far star bene chi la usa, tanto più per un periodo prolungato come cinque o sei ore ogni giorno; cosa che accade a molti di noi. Eppure, in commercio, poche sedie riescono a "limitare i danni"; fermo restando che la posizione da seduti, se prolungata, tende a danneggiare il nostro corpo. In linea di massima, ovviamente, è possibile definire un certo numero di modelli "ideali", che tengono conto di dimensioni-tipo precise. Ciò gioverebbe senz'altro a molti, con arredi inediti, che non corrispondono alle misure del Manuale dell'Architetto. Su una sedia, ad esempio, le anche dovrebbero stare più in alto delle ginocchia e il sedile quindi un po' inclinato, mentre la *Radiological Society of North America* afferma che lo schienale andrebbe inclinato a 135° rispetto ai classici 90° o poco più (Torio, Pope, Takahashi, Smith, 2006). La vera innovazione, però, è la sedia in 3D personalizzata in senso medico-posturale di tipo parametrico. Niente più tipi standardizzati: non è la persona che deve adattarsi a una misura media-tipo (necessaria alla produzione di massa) ma la sedia all'unicità della persona, grazie al *software* e al processo di stampa 3D. In questa direzione, gli allievi del Laboratorio hanno progettato sedie contrassegnate, sì, da un *surplus* estetico, ma soprattutto pensate in stampa 3D con accorgimenti volti a favorire la postura più corretta: sedie che non si risolvono semplicisticamente in una scelta estetica, ma che traggono la loro estetica da una formidabile triangolazione: processo di stampa 3D (*software* e produzione *ad hoc*); parametrici ergonomici, antropometrici e medico-posturali; e una certa dose di sogno e follia progettuale, che fanno di un laboratorio universitario un luogo di sperimentazione ideale [11].

Basile-Caruso Handmade

Il progetto “*Basile-Caruso Handmade*”, ispirato alla fortunata Collezione “I Maestri” Cassina, attinge all’opera straordinaria di Ernesto Basile, celebre architetto fuoriclasse del *Liberty*, ma anche designer di mobili e oggetti come pure grafico eccellente; insomma progettista a tutto tondo. La domanda da cui muove il progetto è: perché gli ottimi mobili di Basile, fabbricati all’inizio del secolo scorso dalla ditta Ducrot, non sono stati riediti dalle aziende del nostro tempo a differenza di altri capolavori del passato? Perché, tanto per fare un esempio, Cassina ha ricostruito i mobili di Charles Rennie Mackintosh, mentre quelli di Basile, che rientrano senz’altro tra le migliori produzioni del primo Novecento, sono conosciuti solo dagli addetti ai lavori? È possibile allora progettare una strategia che fa dell’opera di Basile un volano per la diffusione della cultura del progetto in direzione imprenditoriale?

In questa prospettiva, nel Laboratorio, alcuni arredi sono stati selezionati e ricostruiti – materialmente e immaterialmente – grazie alla collaborazione dell’Archivio Basile e del mobilificio palermitano Caruso *Handmade*. L’ambizione è di sviluppare un *brand Basile-Caruso Handmade Made in Palermo* (Università degli Studi di Palermo-Archivio Basile-azienda palermitana) proiettato sui mercati internazionali. Per far ciò, mi sono avvalso del metodo scientifico – di ricostruzione – ideato da Filippo Alison, tra gli anni Sessanta e Settanta, e da lui stesso applicato agli arredi della Collezione “I Maestri” Cassina – Le Corbusier (1965), Charles Rennie Mackintosh (1973), Gerrit Thomas Rietveld (1973), Erik Gunnar Asplund (1983), Frank Lloyd Wright (1986), Charlotte Perriand (2004), Franco Albini (2008), Marco Zanuso (2015) – basato su tre fasi cruciali: selezione, rilievo, ridisegno [12]. Così, alcuni mobili di Basile – un tempo innovativi, anzi futuribili e ancora oggi attuali – hanno guadagnato il Terzo Millennio, come la sedia Faraglia, i mobili della Collezione Tipo Carretto Siciliano o la sedia Torino, asciutta nelle forme, già nel 1902, coerentemente con i processi industriali [fig. 02]. E proprio quest’ultima – ricostruita nel Laboratorio in modo aderente al pezzo primo-novecentesco con aggiornamento di materiali e processi tecnico-costruttivi – è il primo pezzo esposto all’XI edizione del *Triennale Design Museum*, a segnare l’inizio di una storia (del design) esemplare, che trova i suoi prodromi qui a Palermo nel virtuoso binomio Basile-Ducrot (Aa. Vv., 2018, 30-31) [13].



Fig. 02

Arredi di Ernesto Basile ricostruiti, mostra "Ernesto Basile | *Designer avant la lettre*", a cura di Dario Russo e Massimiliano Marafon Pecoraro, presso il Complesso Monumentale dello Steri | Sala delle Armi, Università degli Studi di Palermo, 8-27 marzo 2018, Fabio Gambina *ph.*

Design&Territori

E proprio qui a Palermo, Capitale Italiana della Cultura 2018, un gruppo di docenti di 12 atenei in tutt'Italia condividono i risultati del proprio laboratorio nella mostra Design&Territori, sinergica all'omonimo Convegno sul rapporto tra Università e aziende. Alfonso Acocella (Università di Ferrara), Mauro Amurri (Università di Camerino), Venanzio Arquilla (Polimi), Antonino Benincasa (Università di Bolzano), Mario Bisson (Polimi), Rossana Carullo (Poliba), Niccolò Casiddu (Università di Genova), Flaviano Celaschi (Università di Bologna), Piergiorgio Ceregioli (Università di Camerino), Veronica Dal Buono (Università di Ferrara), Giorgio De Ponti (Polimi), Barbara Del Curto (Polimi), Alessandro Di Stefano (Università di Camerino), Marco Elia (Università di Camerino), Elena Formia (Università di Bologna), Claudio Gambardella (Università della Campania Luigi Vanvitelli), Antonio Labalestra (Poliba), Carlo Martino (Sapienza Università di Roma), Giulia Pellegrini (Università di Ferrara), Lucia Pietroni (Università di Camerino), Gianni Romandini (Università di Camerino), Dario Russo (Università di Palermo), Paolo Tamborrini (Polito), Francesca Tosi (Università di Firenze). Hanno la capacità, questi docenti, di sviluppare ricerca applicata, integrata alla didattica e proiettata sulla società. Tale apertura verso la società è la cosiddetta "Terza Missione" del docente (dopo la Ricerca e la Didattica) ovvero la disseminazione della conoscenza sul territorio. È infatti il territorio a trarre da questo lavoro il maggiore beneficio: gli studenti, i neo-laureati, le famiglie, le aziende e in definitiva la comunità o le diverse comunità sul territorio nazionale; da qui il titolo Design&Territori. Quest'Università, che ci fregiamo di rappresentare, non è allora la realtà autoreferenziale e refrattaria al mondo del lavoro ma una sorta di sistema operativo del territorio, qualcosa che fa funzionare bene le aziende che scommettono sull'innovazione offrendo concrete opportunità ai suoi laureati. È qui in Italia che produciamo alcuni dei più brillanti talenti in giro per il mondo. I nostri allievi e giovani progettisti devono, sì, viaggiare: per crescere, per perfezionarsi o anche solo per divertimento (che spesso molto giova all'apprendimento), non per cercare lavoro, necessariamente. Il mondo dovrebbe essere un'opportunità, non una necessità. Di certo, i nostri laboratori universitari non risolveranno, come per incanto, la disoccupazione giovanile (uno dei mali più grandi che affliggono il Paese). Tuttavia, se la crisi che stiamo attraversando ormai da decenni è una crisi di pensiero, d'idee, prima ancora che una crisi economica, spetta forse a noi istillare il germe del Design ovvero il desiderio unito alla capacità di produrre innovazione, diffondendo la cultura del progetto sul territorio. Design&Territori, appunto.

Note

[1] Le vicende della *Government School of Design* di Londra sono riccamente illustrate nel volume di Pasca, Pietroni, 2001. Secondo gli autori, Christopher Dresser, l'allievo più brillante della *Government School of Design* di Londra, è il “primo *industrial designer*” perché progetta coerentemente con i processi industriali, ai materiali e alle tecniche di lavorazione più avanzate.

[2] «La creazione di “tipi” per gli oggetti di uso quotidiano è una necessità sociale. Le esigenze della maggior parte degli uomini sono un problema di bisogno generale [...] La macchina che produce degli oggetti in serie è un mezzo efficace di liberazione dell'uomo, tramite l'impiego di forze meccaniche come il vapore o l'elettricità, dal lavoro necessario al soddisfacimento dei bisogni vitali: un mezzo per procurargli i vari oggetti, ma più belli e più o buon mercato di quelli fatti a mano» (Walter Gropius, 1925, cit. in Maldonado, 1976, 51).

[3] Qui, la posizione di Gropius è in netto contrasto con quella di Johannes Itten, docente del *vorkurs* (corso propedeutico) e carismatico protagonista del Bauhaus dei primi anni: «Itten ci ha posto recentemente la richiesta di prendere una decisione, se produrre lavori singoli, in piena contrapposizione al mondo economico, esterno, oppure cercare un contatto con l'industria» (Gropius, 1922, 100). Osserva Oscar Schlemmer: «Itten [...] ha ragione quando vuole assicurare agli studenti la quiete del lavoro. Gropius dice invece che non dobbiamo collocarci lontani della vita e dalla realtà, pericolo [...] che è insito nel metodo di Itten, per il quale, ad esempio, per gli allievi del laboratorio la meditazione e i riti sono più importanti del lavoro. Itten intende educare l'artigiano, per il quale il meditare e il pensare il lavoro ha più importanza del lavoro stesso [...]. Gropius ha in mente in uomo che sappia vivere e lavorare, che maturi nel confronto con la realtà e nella prassi. Itten vuole il talento che si forma nel silenzio, Gropius il carattere dentro la corrente del mondo (oltre che il talento)» (cit. in Hahn, 1996, 48). La posizione di Gropius è rilanciata da Hannes Meyer che, quando gli succede alla direzione del Bauhaus (1928), intensifica i rapporti con le aziende, collegandole alla didattica per «soddisfare i bisogni del popolo e non le esigenze del lusso» (Hannes Meyer, cit. in Bauhaus Archiv, Droste, 2006, 174).

[4] Il tema del rapporto tra formazione e mondo aziendale nella storia del design è approfondito da chi scrive nel recente articolo “Tra teoria e pratica: la didattica del design nella Scuola di Cole, nel Bauhaus e nella HfG” (2018b). L'idea è che – grazie alla compenetrazione di teoria e pratica – sia possibile realizzare laboratori universitari coerenti col mondo produttivo, non appiattendolo l'insegnamento alle esigenze aziendali, ma indirizzando l'attività delle aziende verso artefatti, sistemi e strategie (eco)sostenibili, come pure innovativi e quanto migliorativi tecnologicamente e socialmente. È sempre stato questo lo scopo del design: migliorare la vita quotidiana con prodotti utili e belli.

[5] Questa è la definizione di Herbert Simon, cit. in Fallan (2010): «*design è ogni strategia volta a cambiare la situazione esistente in una migliore*».

[6] Sulla vicenda dell'Olivetti, mi permetto di segnalare Pasca, Russo, 2005, 72-29.

[7] Se «*in Germania su confermava l'idea che la Braun "modifica il mondo", con il modello Olivetti è "il mondo che modifica l'Olivetti" stessa*» (Andrea Branzi, cit. in Castelli, Antonelli, Picchi, 2005, 41).

[8] Sui rapporti tra designer e azienda, resta emblematica l'espressione "Il design è come l'amore", si fa in due: il designer e il produttore (Russo, 2012, 186-190).

[9] Per approfondimenti sulla casa ecologica stampata in 3D WASP, cfr. Russo, 2015a.

[10] «*Si parla, quindi, dell'occasione storica di proporre un design "aperto", superando lo stato attuale di un design basato sulla "finitzza", con l'aggravante della replica di questa all'infinito*» (Santachiara, 2016, 111).

[11] Per approfondimenti sul progetto, cfr. Russo, 2017.

[12] «*Con la collezione "I Maestri" Cassina stimolava e educava il gusto del pubblico, offrendo mobili che, consegnati alla storia, costituiscono le radici del design contemporaneo, dando una risposta all'implicita attesa di architetti, professionisti, consumatori colti e attenti di tutto il mondo. Per la prima volta il mercato poteva acquistare repliche di archetipi disegnati dagli esponenti più autorevoli e significativi del Movimento Moderno*» (Spadoni, 2011, 116). Su Filippo Alison e il suo metodo, vedi soprattutto Santoro, 2013.

[13] Sulle ricostruzioni di Ernesto Basile nel Laboratorio di chi scrive, cfr. Russo, 2018a; vedi anche: Russo 2015b; Marafon Pecoraro Massimiliano, 2016; Labalestra, 2017.

References

Alessi Chiara, Della Mura Maddalena, De Giorgi Manolo, Pasca Vanni, Riccini Raimonda (a cura di), *Storie. Il design italiano*, Milano, Electa, 2018, pp. 528

Bauhaus Archiv, Droste Magdalena, *Bauhaus 1919-1933*, Köln, Taschen, 2006, pp. 256.

Castelli Giulio, Antonelli Paola, Picchi Francesca (a cura di), *La fabbrica del de-*

- sign. Conversazioni con i protagonisti del design italiano*, Milano, Skira, 2005, pp. 408.
- Cole Henry, “Dichiarazione d’intenti”, 1849, in Pasca Vanni, Pietroni Lucia (a cura di), Christopher Dresser 1134-1904. *Il primo industrial designer. Per una nuova interpretazione della storia del design*, Milano, Lupetti, 2001, pp. 136-141.
- Hahn Peter, “Idee e utopie degli anni di fondazione”, in De Michelis Marco, Kohlmeyer Agnes (a cura di), *Bauhaus 1919-1933. Da Klee a Kandinsky, da Gropius a Mies van der Rohe*, Milano, Mazzotta, 1996, pp. 37-61.
- Fallan Kjetil, *Design History. Understanding Theory and Method*, New York, Berg, 2010, pp. 208.
- Gropius Walter, “La necessità per il Bauhaus del lavoro su ordinazione”, 1921, in Wingler Hans M., *Il Bauhaus. Weimar Dessau Berlino 1919-1933*, Milano, Feltrinelli, 1962, 1972, p. 99.
- Gropius Walter, “La vitalità dell’idea del Bauhaus”, 1922, in Wingler Hans M., *Il Bauhaus. Weimar Dessau Berlino 1919-1933*, Milano, Feltrinelli, 1962, 1972, pp. 100-102.
- Maldonado Tomás, *Disegno industriale: un riesame*, Milano, Feltrinelli, 1976, 2008, pp. 128..
- Labalestra Antonio, “Caruso Handmade | Identità siciliana, profilo internazionale e attualità della riforma modernista nella produzione Ducrot”, in Russo Dario (a cura di), *Sicilia InForma | 2014-2018. Quattro anni di design insulare*, Palermo University Press, 2017, 2017, 2018, pp. 120-25.
- Marafon Pecoraro Massimiliano, “Caruso Handmade | Ricostruire il passato per progettare il futuro”, in Russo Dario (a cura di), *Sicilia InForma | 2014-2018. Quattro anni di design insulare*, Palermo University Press, 2016, 2018, pp. 114-19.
- Papanek Victor J., *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, Patheon Books, New York, 1971, pp. 354.
- Pasca Vanni, Pietroni Lucia, *Christopher Dresser 1134-1904. Il primo industrial designer. Per una nuova interpretazione della storia del design*, Milano, Lupetti, 2001, pp. 270.
- Pasca Vanni, Russo Dario, *Corporate Image. Un secolo d’immagine coordinata dall’AEG alla Nike*, Milano, Lupetti, 2005, pp. 216.
- Riccini Raimonda, “L’esperienza italiana”, in Aa. Vv., *Tomás Maldonado*, Mi-

lano, Skira, 2009, pp. 156-177.

Russo Dario, *Il design dei nostri tempi. Dal posternoderno alla proliferazione dei linguaggi*, Milano, Lupetti, 2012, pp. 112.

Russo Dario, “La stampa 3D come Iperartigianato | Utopia tecno | eco | logica per la configurazione di un mondo migliore”, in MDA (a cura di), *Environmental Design. Ist International Conference on Environmental Design*, Milano, De Lettera, 2015, 95-106.

Russo Dario, “Caruso Handmade | L'importanza di chiamarsi Ernesto”, in Russo Dario (a cura di), *Sicilia InForma | 2014-2018. Quattro anni di design insulare*, Palermo, Palermo University Press, 2015b, 2018, pp. 44-49.

Russo Dario, “3D Printing | Customized Design or else Smart Manufacturing”, in Bisson Mario (a cura di), *Environmental Design. 2nd International Conference on Environmental Design*, Milano, De Lettera, 2017, pp. 147-155.

Russo Dario, “Ernesto Basile. Dall'architettura d'interni all'industrial design”, in *Op. cit.*, n. 161, 2018a, pp. 68-80.

Russo Dario, “Tra teoria e pratica: la didattica del design nella Scuola di Cole, nel Bauhaus e nella HfG | Between Theory and Practice: Teaching Design in Cole, Bauhaus and HfG Schools”, *Agathón*, n. 3, 2018b, pp. 183-190.

Santachiara Denis, *Download design. Manutenzione straordinaria della cultura materiale*, Milano, Fondazione Fiera Milano, 2016, pp. 144.

Santoro Maura (a cura di), *Filippo Alison. Un viaggio tra le forme*, Milano, Skira, 2013, pp. 380.

Semper Gottfried, “Scienza, industria e arte”, 1852, in Vanni Pasca, Lucia Pietroni, *Christopher Dresser 1134-1904. Il primo industrial designer. Per una nuova interpretazione della storia del design*, Milano, Lupetti, 2001, pp. 189-215.

Spadoni Anna (a cura di), *L'indiscreto fascino del design. Breve storia del design italiano dall'arredamento attraverso le esperienze di un imprenditore: Rodrigo Rodriguez*, Milano, Skira, 2011, pp. 192.

Torio Tetsuya, Pope Malcolm, Takahashi Keisuke, Smith Francis W., “Aching Back? Sitting up Straight Could Be the Culprit”, in *RSNA, Press Release*, n. 27, 2006. <https://press.rsna.org>