

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

Post-it

Dario Mangano

Dipartimento Culture e Società, Università di Palermo, IT
dario.mangano@unipa.it

Abstract

The history of the invention of post-it, the famous small piece of yellow paper with a re-adherable strip of glue, help us see how designing can be a way of redesigning more than a creation *ex nihilo*. A designer is who works on the meaning of things, focusing on the relations an artifact creates with humans and non humans. Standing in front of an object, then, the question changes: not *what* is design but *when*.

Keywords

Design; Semiotics; Post-it; Meaning; Activation; Redesign.

Il post-it, il celebre pezzetto di carta giallo cosparso di colla su uno dei lati che la 3M lanciò nel 1980, nacque in realtà da un terribile fallimento. Quello di un chimico di nome Spencer Silver, cui la potente multinazionale proprietaria del marchio Scotch, divenuto per antonomasia il nome del nastro adesivo, aveva commissionato un robusto collante che facesse presa su molti materiali e non lasciasse traccia quando rimosso. La sostanza creata da Silver però non funzionava: si attaccava su molti materiali e non lasciava traccia, è vero, ma era troppo debole, fatto che la rendeva del tutto inutile agli occhi dei dirigenti. L'obiettivo non era stato raggiunto e il povero Silver non poteva che essere considerato un cattivo chimico. Una condizione spiacevole, soprattutto in un ambiente competitivo come quello americano, che il ricercatore dovette sopportare a lungo visto che la sua invenzione risaliva al 1968. In tutto quel tempo però Silver non si era mai dato per vinto, parlando della sua scoperta a incontri e seminari interni all'azienda in cui la definiva come una "solution without a problem". Era così insistente che, non senza ironia, finirono per soprannominarlo Mr. Persistent.

La sua condizione ebbe una brusca svolta nel 1976, quando un giovane chimico di nome Arthur Fry che pensava in modo un po' diverso dai suoi colleghi, assistette a uno di questi seminari. Fry cantava nel coro di una chiesa e si confrontava quotidianamente con un problema non di poco conto: individuare la pagina dell'inno da cantare esattamente quando serviva. Bisognava infatti percorrere rapidamente il grande librone e fermarsi sulla partitura giusta. Avevano provato con delle strisce di carta, ma scivolavano via troppo facilmente lasciando il coro in ambascie. Il post-it era perfetto: sufficientemente stabile da non volare via, ma anche agevolmente rimovibile quando la sequenza dei brani cambiava. Faceva di un libro un ipertesto, con la non trascurabile aggiunta di consentire di riconfigurarlo a piacimento. Era fatta? Per nulla, ci vollero circa quattro anni di ottimizzazione perché la 3M decidesse di commercializzare finalmente il prodotto, dando vita a uno dei maggiori successi commerciali dal tempo dell'invenzione della penna biro.

Ecco, questo pezzo si chiama post-it per due motivi: il primo è che, non potendo essere una postfazione, data la natura elettronica e non lineare di questa pubblicazione, ambisce ad "attaccarsi" dove serve; il secondo è che vuole sottolineare l'aspetto che la breve storia del post-it insegna, ovvero il rapporto che esiste tra progetto e senso. Quello che cambia dal 1968 al 1980, quando il post-it conquista il mondo, è infatti null'altro che il senso che si dava a un collante. Ecco, il *quando è design* che dà il titolo a questo volume serve a evidenziare proprio questo aspetto, che mi sembra costitutivo di ciò che possiamo immaginare come il paradigma del design, molto diverso tanto da quello dell'ingegneria quanto dall'arte. Quando Goodman, parlando dell'arte contemporanea, suggerisce di smettere di pensare in termini di *cosa* sia arte per farlo invece nei termini di *quando* lo diventi, non vuole dire che tutto può essere sempre arte in qualunque momento. Non sostiene banalmente che l'arte sta negli occhi di chi guarda, e dunque ogni cosa comunque sia fatta possa essere considerata tale da qualcuno. Sta dicendo invece qualcosa di più profondo e complesso, ovvero che ciò che fa dell'arte ciò che è sono le relazioni

che l'opera intrattiene con quanto che le sta intorno. Persone naturalmente, ma anche cose, edifici, città. Egli ci invita semplicemente a guardare l'opera nella sua interezza, prendendo in considerazione anche tutti i dispositivi che contribuiscono alla sua *attivazione*. L'opera diventa tale quando si danno le condizioni affinché lo sia (Goodman 1968, 1984).

Nell'arte insomma, il primo problema da risolvere è il confine. Per comodità pensiamo a un quadro. Uno spettatore qualunque direbbe che esso termina con la sua cornice. Oltre quella c'è il museo, che non fa parte dell'opera, e poi probabilmente il quartiere, la città, la regione ecc. Spostate la *Gioconda* dal Louvre agli Uffizi e avrete sempre una delle opere d'arte più importanti della storia della pittura. Ma fino a che punto possiamo considerare vero tutto ciò? O meglio, fino a che punto un designer potrebbe farlo? Non si tratta di valutare se il Louvre sia più o meno adatto a mostrare uno dei capolavori dell'arte italiana, né se raggiungere questa stessa tela attraversando Firenze anziché Parigi sia più o meno bello, ma che il capolavoro di Leonardo Da Vinci non sarebbe più *esattamente* lo stesso. Non cambierebbe nessuna pennellata del maestro naturalmente, ma guardandolo e sapendolo lì non ne avremmo la medesima idea. Quello che sarebbe diverso sarebbe appunto il senso di quell'opera, che è poi il motivo per cui la riteniamo tale.

Il punto, per Goodman, è che il confine dell'opera, al contrario di quello della tela, non può essere stabilito a priori semplicemente guardando a essa, ma si dà a posteriori di un processo in cui se ne considera il valore sociale e culturale. Faccio notare che ho parlato di "tela" e non di "quadro" perché il primo spazio problematico, prima ancora del museo, è proprio quello della cornice. Stoichita ha mostrato bene come nella lunga storia della pittura gli artisti abbiano fatto dialogare incessantemente ciò che stava sulla tela con quella sorta di confine che era la cornice, ora proiettando l'immagine oltre essa, ora facendone un muro, ora moltiplicandola al suo interno, ora curvandola, decorandola, dipingendovi sopra, insomma giocandovi incessantemente (Stoichita 1993). Senza finestra non c'è quadro, e la cornice è lì a ricordarcelo, facendo di un'immagine questo tipo di "oggetto teorico". Quello che fa Goodman è allora allargare ulteriormente lo sguardo, comprendendo nella sua prospettiva teorica non solo la cornice ma ogni altro *dispositivo* che contribuisca a fare di un'opera ciò che è.

Se si assume tutto questo, si capisce per esempio che quella che Benjamin chiamava l'aura di un'opera d'arte, facendo discendere da essa il suo superiore valore e la sua irriproducibilità (Benjamin 1937), possa perfettamente "migrare", come scrivono Bruno Latour e Adam Lowe nel saggio che rende conto di un esperimento molto interessante per noi. La realizzazione di un oggetto che sta a metà fra arte e design. Il caso in questione riguarda l'opera del Veronese dal titolo *Le nozze di Cana*, una tela di grandi dimensioni (9,9 x 6,77 m) che si trova oggi al Louvre, posizionata proprio di fronte alla *Gioconda*. Uno dei tanti trofei che Napoleone portò con sé alla fine del Settecento. Ovviamente nessuno guarda questo quadro. In parte perché la sua fama è surclassata da quella del piccolo ritratto, certo, ma forse non soltanto per questo. Proprio Adam Lowe, nel 2006, è stato a capo di un progetto dell'azienda *Factum Arte*

per realizzare una riproduzione dell'opera del Veronese che potesse essere ricollocata nel luogo per il quale era stata pensata e realizzata dall'artista, ovvero il refettorio del monastero benedettino progettato da Andrea Palladio sull'isola di San Giorgio a Venezia. Dal punto di vista tecnologico si trattava di una sfida senza precedenti. Lowe non pensava infatti la riproduzione come una mera scansione bidimensionale di un'immagine, ma come la riproduzione tridimensionale ad alta risoluzione di una tela, in modo che fosse possibile percepire addirittura le pennellate dell'artista (Latour e Lowe 2011). Si tratta di un'operazione estremamente complessa e affascinante, ma arrivo subito al punto: una volta ricollocata nella sua sede, la copia ha preso a funzionare in modo completamente diverso dall'originale. Ciò che è cambiato è il senso delle scelte fatte dall'artista. L'opera era infatti pensata per essere guardata da un certo punto di vista, con una certa illuminazione, e perfino facendo un'attività specifica. Il risultato fu che l'aura di questa copia era molto più efficace, tangibile e intensa dell'originale, suscitando negli spettatori sensazioni che il quadro del Louvre, privato dei suoi dispositivi di attivazione, non suscitava. L'operazione fatta da Lowe era allora al contempo molto semplice e molto densa di significato: restituiva all'opera le sue condizioni di significazione ripensandone i confini, e dunque quello che comunemente chiamiamo la sua "natura", anche se, ovviamente, non ha nulla di naturale. Per capire il funzionamento di quella tela aveva dovuto riconfigurarne la percezione a partire dal senso che immaginava avesse avuto.

Torniamo allora al nostro post-it che, evidentemente, è più di un pretesto rispetto alla pubblicazione che lo contiene. Credo infatti che questo caso evidenzi molto bene quanto il cambio di focalizzazione suggerito da Goodman sia pertinente rispetto al design. Idealmente il design, inteso come progetto, segue l'insorgere di un problema, creando dispositivi più o meno materiali che servano a risolverlo. Prima il problema, poi la soluzione. Era, in fondo, l'approccio di Silver e dell'azienda per cui lavorava, che aveva bisogno di un adesivo forte ma riposizionabile che però il chimico non riuscì a realizzare. Dall'essere la soluzione a un problema era diventata una soluzione senza problema per via dell'incapacità del suo creatore. Fu lì che entrò in scena Fry portando a mio avviso in quel sistema il metodo del designer. Quello che fece non fu trovare un altro problema cui quel funzionamento si confacesse, ma percepire un'intera classe di problemi che fino a quel momento nessuno considerava tali, cambiando il funzionamento di un sistema complesso di gestione dell'informazione. *Problem making* e non *problem solving*, che non è creare problemi ma vederli dove nessuno li riconosce. Non si trattava solamente di aiutare un certo numero di coristi di una chiesetta del Minnesota, quello fu solo l'inizio. Negli anni di messa a punto che seguirono, i prototipi dei post-it furono collaudati negli stessi uffici della 3M per scopi che non avevano nulla a che fare con i cori ma con le normali attività che vi si svolgevano. L'idea di Fry, in fondo, era quella di creare un segnalibro tenace, che desse la possibilità di delocalizzare su un supporto qualunque brevi messaggi verbali che un quaderno avrebbe tenuto ben saldi insieme. Non soltanto si poteva superare la sequenzialità della rilegatura, ma anche appiccicare parole a cose, staccando

e riattaccando a piacimento, e, quando le note non erano più necessarie, accartocciarle e gettarle con soddisfazione nel cestino. Un gesto liberatorio che i quaderni impedivano, non foss'altro perché contenevano altre informazioni di cui non ci si poteva disfare.

Si potrebbe concludere a questo punto che Fry non fece nulla se non immaginare un uso per un'invenzione fatta da qualcun altro, ma anche questo sarebbe sbagliato. Fu Fry a capire che la colla non andava applicata sull'intera superficie del foglio di carta ma solo su un lato. Un dettaglio, è vero, ma che ebbe grandi conseguenze: la semplicità nello staccarlo e riattaccarlo, la presenza di un lembo non appiccicoso da poter toccare, perfino il fatto che questa parte rimanesse sempre un po' sollevata, quasi il foglietto giallo invitasse a staccarlo per riposizionarlo ancora e ancora.

Inutile dire che anche prima del post-it si prendevano brevi appunti, si teneva traccia degli appuntamenti e si riusciva a cantare il brano giusto in chiesa. Lo si faceva con la normale carta, con le lavagne, con i dittafoni e naturalmente con le segretarie. In altre parole – ed è questa una caratteristica ricorrente nel design – Fry non aveva inventato nulla in senso stretto. La sua non fu una creazione *ex-nihilo*, ma la reinvenzione di qualcosa che esisteva già sotto altre forme. Non soltanto gli appunti, ma anche la colla. Molto più spesso di quanto non si creda il design consiste nel ridisegnare qualcosa piuttosto che nel disegnarla (e dunque crearla), al punto che l'attività del designer, rispetto a quella di altri progettisti, sembrerebbe risiedere proprio in questo particolare approccio (Latour 2009). Ridisegnare non significa abbellire, ma ripensare in profondità proprio quella rete di relazioni che dà forma a una configurazione più o meno complessa al centro della quale si trova l'artefatto che viene riprogettato, ma che non necessariamente si risolve in esso. Alla fine, il post-it ha cambiato il modo di concepire non solo come si tiene traccia di appuntamenti e impegni, ma anche, un esempio fra tanti, di visualizzare concetti durante un brainstorming di un'agenzia pubblicitaria, in cui i celebri foglietti gialli vengono appiccicati dai partecipanti su una parete bianca, riposizionandoli di continuo. Da qui l'altra caratteristica che contraddistingue il modo di fare del designer rispetto a quello di altri progettisti: l'attenzione per il dettaglio. Quando Fry mette a punto il post-it lavora sui particolari più minuti. Sulla grandezza della striscia adesiva, sul colore della carta, sul formato del foglio. Sapeva bene che la differenza fra una trovata destinata a un rapido oblio e un oggetto che funziona sta sempre nei particolari. È da essi che discende in definitiva il senso dell'oggetto, proprio come il caso delle *Nozze di Cana* dimostra bene.

Ecco allora cosa *Quando è design* ha cercato di fare: applicare alla teoria del design quello che un designer fa di solito a un oggetto. Proporre un altro punto di vista, ridisegnando proprio il modo di intendere l'attività di questo specifico tipo di progettista diverso tanto dall'architetto quanto dall'ingegnere, ma anche dal chimico o dall'informatico. Se il design non è un problema di *cosa* ma di *quando* ciò che cambia è la natura del progetto e i suoi confini. Non si tratta di "fare cose" ma di ripensare relazioni che possono incarnarsi in oggetti, e che però non necessariamente lo faranno. Cambia anche la natura

fisica del progetto: non più disegno tecnico ma schema, schizzo e, perché no, testo verbale. Qualunque cosa consenta insomma di comunicare il modo in cui una catena di relazioni può essere ri-pensata. A tenere insieme tutto ciò l'idea che questa attività concreta non possa esistere se non insieme a una più astratta che ha nella percezione e nella manipolazione del senso di un oggetto il suo nucleo fondamentale. Piaccia o no, il design è una questione semiotica.

Bibliografia

Benjamin, Walter

1937 *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*; trad. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi 1966.

Goodman, Nelson

1968 *Languages of Art*, Indianapolis, Bobbs-Merrill; trad. it. *I linguaggi dell'arte*, Milano, Il Saggiatore 2008.

1984 *Art in Theory and Art in Action*, in id. *Of Mind and Other Matters*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.); trad. it. *Arte in teoria arte in azione*, a cura di P. Fabbri, Milano, et al. 2010

Latour, Bruno

2009 "Un cauto prometeo? Primi passi verso una filosofia del design", in D. Mangano, A. Mattozzi, a cura di, *Il discorso del design. Pratiche del progetto e saper-fare semiotico*, E/C Serie Speciale, nn. 3/4, Roma, Nuova Cultura.

Latour, Bruno, Lowe, Adam

2011 "The Migration of the Aura – or How to Explore the Original Through Its Facsimiles", in T. Bartscherer and R. Coover, eds, *Switching Codes. Thinking Through Digital Technology in the Humanities and the Arts*, Chicago, University of Chicago Press pp. 275-297; trad. it. «La migrazione dell'aura. Ovvero come esplorare l'originale attraverso le sue copie» in D. Borsa, *Materiali di Estetica, Memoria e identità del luogo. Il progetto della memoria*, Milano, Maggioli 2011, pp. 49-72.

Stoichita, Victor

1993 *L'instauration du tableau*, Paris, Klincksieck, trad. it. *L'invenzione del quadro*, Milano, Il Saggiatore 1998.

Dario Mangano è Professore associato di Semiotica, Semiotica del Design e Semiotica del Brand all'Università di Palermo. Scrittore e saggista, collabora a "la Repubblica" e a "doppiozero". Fra le sue pubblicazioni: *Semiotica e design* (2008), *Che cos'è il food design* (2014), *Che cos'è la semiotica della fotografia* (2018), *Ikea e altre semiosfere* (2019).