

# Design mediatore tra umanesimo e tecnologia

## *Design mediator between humanism and technology*

**CLAUDIO GERMAK**

**Abstract**

Al design di ricerca e alla ricerca di design viene oggi richiesto un approccio attento e consapevole della complessità legata alle sfide poste dalla società contemporanea, tra cui la transizione da una visione antropocentrica (umano centrica) ad una antropocentrica (umano ecologica). Una complessità a cui il design risponde, nella varietà multidimensionale degli interessi che lo caratterizzano, nel ruolo di mediatore di relazioni: tra le persone e tra queste con il patrimonio e i processi, sempre più in collaborazione con altri saperi delle scienze umane e tecno-ingegneristiche. Il saggio introduce pertanto alla tematica del design mediatore di esigenze e di saperi attraverso la descrizione di uno scenario evolutivo della disciplina in riferimento allo sviluppo delle teorie e delle pratiche alle diverse scale: internazionale, nazionale e locale.

*Research design and design research are now required to have a careful and aware approach to the complexity linked to the challenges posed by contemporary society, including the transition from an anthropocentric (human-centric) to an anthropocentric (human-ecological) vision. A complexity to which design responds, in the multidimensional variety of interests that characterize it, in the role of mediator of relationships: between people and between them with heritage and processes, increasingly in collaboration with other knowledge of the human and technological engineering. The essay therefore introduces the theme of design as a mediator of needs and knowledge through the description of an evolutionary scenario of the discipline in reference to the development of theories and practices at different scales: international, national and local.*

Claudio Germak, professore ordinario di Disegno industriale, Politecnico di Torino, DAD; Centro Interdipartimentale CARS@PoliTO (Center for Automotive Research and Sustainable Mobility).

claudio.germak@polito.it

### 1. Se dici design

Cercare una radice epistemologica per la parola *design* oltre al significato più comune di progetto dell'oggetto d'uso è oggi un'operazione ardua, ma utile per comprendere come questa disciplina abbia ampliato i propri confini fino a renderli talora difficilmente individuabili. Partendo dal linguaggio, nella cultura anglosassone dal secondo dopoguerra il termine *design* compare "da solo" oppure seguito da "un aggettivo o una specifica". Da solo, ad esempio, compare dal 1944 nella dicitura della nota organizzazione Design Council, ad identificare le politiche a supporto dei prodotti dell'industria inglese nel dopoguerra. È un chiaro riferimento alla progettazione e fabbricazione del prodotto industriale che però dagli anni ottanta si allarga ad una pluralità di altre attività legate oltre che allo sviluppo dell'industria all'evoluzione della società e delle sue sfide (ecologia, invecchiamento, inclusione ecc.).

Al termine *design* (senza aggettivi), inteso come attività in continua evoluzione e portatrice di benessere e valori per le persone, l'ambiente e i processi, è anche stato dedicato il documento<sup>1</sup> della Direzione Generale della Commissione Europea. Una dichiarazione che non dimentica la natura originaria del *disegno industriale*, ma che apre anche ai settori emergenti della disciplina: tra questi la comunicazione visiva, digitale e multimediale, oggi il più prolifico settore sia come numerosità di progettisti sia come fatturato<sup>2</sup>, l'interazione uomo-macchina, il design dei servizi e dei processi, il progetto per il sociale.

Design (da solo) è un termine dal significato oggi condiviso, pur nella sua elasticità evolutiva, dagli addetti ai lavori e dalla comunità scientifica, che riconoscono in questa disciplina un'attività di progetto e di ricerca organizzata in un *processo* olistico dove si miscelano le variabili tecniche, umanistiche e di contesto<sup>3</sup>. Meno chiaro, invece, lo è per un pubblico generico, per il quale ancora oggi contano aspetti più epidermici associati alla qualità formale del disegno di un artefatto, alla curiosità di un'invenzione progettuale o al compiacimento estetico prodotto da una generica azione creativa. In particolare quest'ultima condizione sta diventando fuorviante e fonte di preoccupazione quando il termine *design* viene accomunato a pratiche tecnico creative molto lontane dalla missione originaria della disciplina. Sappiamo, ad esempio, che molti hair designer, tattoo designer, design influencer ecc. oggi sono iscritti al registro imprese delle Camere di Commercio con il codice Design, alla pari dei designer che hanno ricevuto una formazione disciplinare specifica, coincidente al 90% con una laurea universitaria.

Fortunatamente dall'ambito formativo arriva un aiuto tassonomico, poi confluito in una declaratoria ministeriale<sup>4</sup>, che pur in continuo aggiornamento declina con aggettivi e

specifiche gli output delle diverse attività progettuali, guardando al *processo* e al *contesto*. In relazione al *processo*, oggi distinguiamo tra design di prodotto (analogico e digitale), design del servizio (cioè il progetto di un'attività organizzata), design di processo (dei modi di produzione, di distribuzione e di consumo) e design strategico (dove il design contribuisce alle attività delle organizzazioni). Mentre considerando il *contesto*, la natura del progetto di design può essere culturale, sociale, ambientale e tecnologica e il prodotto (d'uso, di moda, alimentare ecc.) in relazione alla fabbricazione distinguersi in industriale, artigianale, autocostruito. Un magma di significati e di riferimenti in cui è ancora difficile orientarsi.

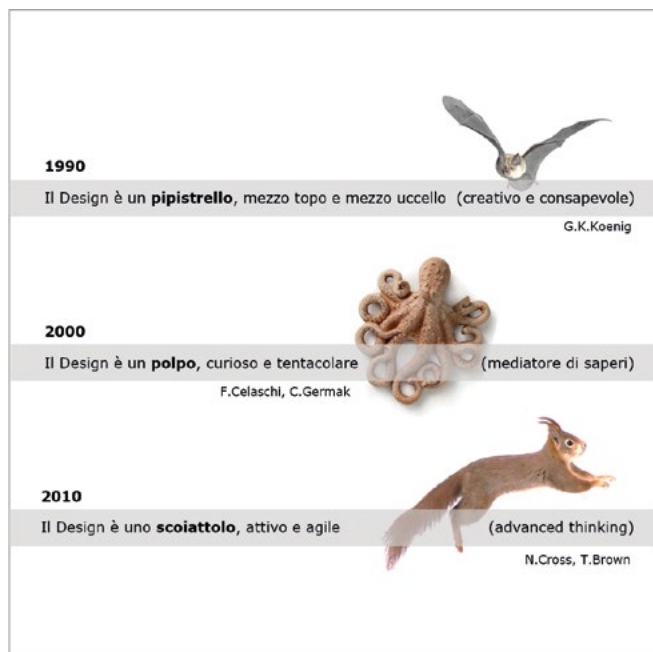
## 2. Design, attività di processo e di contesto

La questione della *multidimensionalità* di ambito e di scala assunta dalla disciplina in epoca più recente non può che portarci a riflettere sui ruoli del Design e su come questi siano diventati più impegnativi con il crescere in complessità del contesto in cui si opera.

Il tema, non certamente nuovo, torna sulla necessità di chiarire che il design è un'attività di *processo* capace di trasformare un bisogno, esistente o ipotizzato, in realtà percepibile e utile in un determinato *contesto*. E come aggiunge Flaviano Celaschi, «[...] a partire da un agire programmato di risorse disponibili, in tempi pianificati e con un risultato definito a priori, mediando tra gli interessi di produzione e quelli del consumo»<sup>5</sup>.

L'output – prodotto/servizio – è pertanto il risultato di un processo progettuale di notevole complessità che agisce nell'ambito di un determinato contesto culturale, sociale, territoriale, tecnologico ed economico. Si tratta di un processo abbastanza veloce, che come si è detto avviene in un tempo pianificato: una sintesi di natura *complessa* tra pensiero, progetto e sperimentazione (la prova empirica nel design è fondamentale) che merita di essere articolata, approfondita e guidata da una metodologia per arrivare a definire un output che invece si vuole *semplice*. In molti autori, da Bruno Munari a Renato De Fusco, ricorre un'idea di design come ricerca della «riduzione»<sup>6</sup>, sia nel processo di raggiungimento degli obiettivi sia nella definizione del prodotto attraverso una combinazione di sintesi tra componenti funzionali, strutturali ed espressivi.

Stiamo parlando di una semplicità che non si misura sulla quantità e corposità delle problematiche in essere (un aereo non è una bicicletta), ma che ci dice che un output di design dovrà essere semplice nell'accessibilità e nella funzionalità, nella produzione e nella gestione dalla manutenzione alla dismissione. Un output pensato in modo complesso, ma prodotto e comunicato in modo semplice, rendendo evidenti i *significati* e i *valori* di cui è portatore. Una capacità, quella del design, di tradurre attraverso il processo progettuale la complessità di un concetto in cose semplici, talmente semplici da apparire geniali: questa è la natura del design



Metafore zoomorfe dell'evoluzione metodologica del Design

che io prediligo. E se valutando l'output si stenta a riconoscere un iter progettuale che comunica significati, allora non si è in presenza di un design di ricerca.

Ma in quale misura il destinatario finale percepisce il processo messo in atto dal progetto e dalla ricerca di design? Sovente questo non appare a sufficienza (non comunica) o non è interamente recepito. Aveva ragione Oriol Bohigas, che conosciamo più come l'architetto del progetto di Barcellona città olimpica che come teorico del design, affermando già nel 1972 che l'output di un'attività di design deve essere analizzato nelle due dimensioni: del risultato in sé e del processo progettuale occorso per raggiungere quel risultato<sup>7</sup>. Infatti, considerando il risultato (l'output) sovente ci si accorge che le risposte sul significato attribuito al design date da progettisti, produttori e consumatori, divergono con grande evidenza. Nella ricerca del 2007 *L'economia design related in Piemonte*<sup>8</sup>, tutte e tre le categorie per oltre il 50% danno infatti risposte diverse: il design è risultato di un processo (progettisti); un artefatto costruito bene (produttori); un oggetto attraente per l'originalità del disegno (consumatori). Per quest'ultima categoria poi, all'aspetto formale seguono, ma con molto distacco, gli altri aspetti: quello della comunicazione, quello tecnologico e, sorprendentemente ben ultimo, la prestazione funzionale offerta.

Ecco perché, al di là di alcune basiche definizioni sul ruolo strategico del design come motore di sviluppo, a cui l'Europa e le organizzazioni nazionali continuamente richiamano, occorre parlare del design come motore di progresso culturale. Tradotto in metodologia, significa che sia lo studente di design (futuro progettista o ricercatore) sia il consumatore (consapevole) necessitano di essere rispettivamente formati ed educati a riconoscere le leve strategiche di un design per il progresso, che guarda all'utile e all'espressività, ma anche alla trasmissione della conoscenza culturale e tecnologica, alla sensibilizzazione nei confronti dell'ambiente e delle relazioni sociali.

Per essere compreso in questa visione, nella prima lezione di Key Words Design (una sorta di basic design) che tengo agli studenti del primo anno, uso la metafora della «saponetta a ciclo continuo»: sorprendente ed altrettanto semplice oggetto elaborato nei primi anni '90 nella nostra scuola di Design da un team di studenti che partecipavano ad un Concorso promosso da Cosmoprof, la fiera mondiale della cosmetica. Non vinsero premi, ma furono contattati dai funzionari del gruppo Johnson & Johnson per farne un prodotto educativo da distribuire nelle scuole primarie del New Jersey. Non so come finì questa avventura, ma rimane intatta negli anni la forza della sintesi concettuale che questo oggetto propone, legando insieme in un loop di processo la *funzione*, la *forma*, il *significato* e il *valore*. Come ci ricorda Flaviano Celaschi questi sono gli ingredienti (per un buon design) che necessitano di essere mixati ed equilibrati come in un arrangiamento musicale. Aggiungo che nell'approccio olistico tipico delle attività di design, di cui hanno parlato

autori e insegnanti nelle storiche scuole Bauhaus e Ulm, tra cui l'eclettico studioso Abraham Moles e il profetico Tomás Maldonado, questa scansione del tema/problema in parti semplici e tra loro poi ricombinate dà continuità all'aforisma aristotelico per cui «il tutto è maggiore della somma delle singole parti»<sup>9</sup>. L'oggetto è una saponetta (allora si usavano ancora molto) modellata sull'antropometria della mano per essere facile da usare e di colore chiaro del sapone neutro (la *funzione*), con un unico tratto originale che ne determina l'identità, (la *forma*, insieme di forma geometrica, materiale e colore): una fessura a metà della costa, destinata ad ospitare la scaglia della precedente saponetta, che invece di frantumarsi in rifiuto si salderà con l'acqua alla nuova. Funzione e forma evocano *significati* tangibili (la fessura consente di risparmiare un rifiuto) e intangibili (il ciclo continuo apre alle 3R ridurre, risparmiare, riciclare). Tutto ciò è portatore di *valori*: culturale, attraverso l'elogio della forma archetipo della saponetta; ambientale, perché recuperando la scaglia si persegue un minor consumo di energia e un minore consumo di materia; sociale, dato dalla funzione didattico-educativa del prodotto alla sostenibilità ambientale.

### 3. Design mediatore di saperi

Seppure il design sia nato come disciplina tecnica in epoca di rivoluzione industriale, i maggiori contributi teorici nella direzione della interdisciplinarietà nascono dalla discussione aperta dalle esperienze della Scuola del Bauhaus e a seguire, in forma transdisciplinare cioè olistica, da quella di Ulm. Nella Scuola Bauhaus le attività di design erano guidate da un processo di sintesi progettuale che vedeva collaborare in modo fortemente sinergico *arte e tecnica*, e con un approccio pedagogico reso coinvolgente, come ci fa notare Renato De Fusco, dell'imparare facendo<sup>10</sup>. In quella di Ulm, grazie all'impulso dato da Tomás Maldonado, tale approccio evolve nella dimensione tecnico/scientifica a carattere prestazionale, ma anche aprendo le porte ad un'altra importante componente, l'*ecologia umana*<sup>11</sup>, rivolgendo lo sguardo verso nuovi processi culturali in cui la dimensione tecnica e dell'atto creativo formale non sono più gli unici paradigmi per il progetto.

Una sorta di "design nuovo umanesimo" puntualmente descritta «come disciplina che si insedia a metà strada tra quattro sistemi di conoscenza (input) tra loro per tradizione difficilmente dialoganti: le *humanities* e la *tecnologia/ingegneria* su un asse, l'*arte/creatività* e l'*economia/gestione* su un altro asse perpendicolare al primo»<sup>12</sup>.

Proprio interagendo con i due macro sistemi del sapere – le scienze umane e le scienze tecnologiche – il design negli ultimi trent'anni ha sviluppato un atteggiamento sempre più problematico e consapevole nei confronti dei temi sfida: dalla sostenibilità ambientale all'inclusione sociale, dalla promozione culturale all'accettazione tecnologica<sup>13</sup>.

Una sensibilità meta-progettuale che attraverso la ricerca e la formazione si è estesa alla professione del designer che

progetta per la produzione o per i servizi, oggi considerati sistemi complessi. Dalle pagine di «Inventario», rivista contemporanea transdisciplinare, lo dice Alberto Meda, ingegnere/designer autore di prodotti caratterizzati da forte innovazione<sup>14</sup>: «il ruolo del designer è cambiato: oggi il progettista ha maggiori responsabilità, perché fin dall'inizio viene coinvolto dai committenti nelle scelte necessarie ad identificare opportunità (nuove) sia di prodotto che di servizio». Anche i committenti del design guardano in modo “strabico” a nuovi traguardi, spostando l'obiettivo dal *come* disegnare una cosa al *che cosa* abbia senso disegnare, talora gettando lo sguardo ancora più avanti, nel *dove progettare*, cambiando sovente rotta ed esplorando nuovi settori dell'innovazione nel tentativo di assicurarsi anticipazioni di futuro che potrebbero esser fonte non solo di progresso culturale, ma anche di un migliore posizionamento sul mercato. Le attuali esperienze di *co-design*, oggi componente metodologica irrinunciabile dell'attività di design, si proiettano verso questo obiettivo facendo interagire l'antropologia, la psicologia cognitiva e la sociologia a cominciare dalla fase iniziale del progetto, quella di *scenario*. In questa fase, oltre agli aspetti di mercato, si esplora l'utenza d'uso (soggetto, consumatore, destinatario finale) per leggerne i comportamenti e definirne i bisogni, facendo propria la storica esortazione di Augusto Morello: «cercando non solo ciò che la gente vuole, ma anche ciò che potrebbe volere»<sup>15</sup>.

Dice bene Giuseppe Lotti che il design, soprattutto attraverso l'interazione tra saperi diversi, acquista la capacità di ipotizzare scenari possibili e plausibili: facendo “Vedere” (osservare i fenomeni ben oltre la superficie visibile); “Prevedere” (cogliere anche i più deboli segnali di cambiamento); “Far vedere” (rendere visibile il campo del possibile a coloro ai quali spetta il potere decisionale)<sup>16</sup>. Quest'ultima è una considerazione importante che spiega come l'innovazione Design Thinking, cioè il pensare alla maniera dei designer, sia diventato uno strumento utile anche alle organizzazioni complesse, dalle aziende ai governi locali. Nata all'interno di società globali del progetto come Ideo (Tim Brown uno dei soci fondatori sarà autore di Design Thinking nel 2008), «[...] ma ben presto adottata dalla cultura del management, è in sostanza una razionalizzazione e modalità di condivisione dei caratteri creativi e metodologici del design [...]»<sup>17</sup>.

#### 4. Design transdisciplinare al Politecnico di Torino

Fin dagli anni in cui al Politecnico di Torino insegnavano Achille Castiglioni prima (1969-1979) e Giorgio De Ferrari poi (1980-2002), l'insegnamento del Design è accompagnato da una chiara visione *antropocentrica* e da una spiccata curiosità verso la *multidisciplinarietà*. Il Sessantotto aveva aperto alle ricerche di Architettura e Design (che ne curava la scala oggettuale) per la collettività, per la scuola aperta alle famiglie e per l'abitazione a basso costo (e di superficie minima...), collaborando con la pedagogia, la sociologia e la geografia urbana. Soprattutto a Giorgio De Ferrari si deve

la metabolizzazione del metodo *esigenziale/prestazionale*<sup>18</sup> per la progettazione oggettuale, sia per l'industria che per l'artigianato, orientata alla valorizzazione della accessibilità per tutti e dell'uso coinvolgente, che in anni più recenti si irrobustirà con le metodologie di *co-design* e di interazione, sia analogica sia digitale.

Poi, dagli anni duemila, con il transito in una visione *antropocentrica* della società, da cui la sensibilizzazione verso le tematiche ecologico-ambientali, di inclusione sociale e di umanizzazione delle tecnologie, si assiste ad uno scarto epocale nella direzione dell'*approccio sistemico* e delle *economie circolari*. Luigi Bistagnino accompagna le prime esperienze in materia e dà anche vita alla laurea magistrale, unica in Europa, dedicata all'eco-design e alla visione sistemica. Prima connettendo *fare e progettare*: artefatti complessi come elettrodomestici o i più recenti *digital object* vengono disassemblati materialmente come in un'autopsia per poi essere ricomposti in maniera ottimizzata con l'aiuto delle scienze umane (psicologia cognitiva) e delle ingegnerie (meccanica, mecatronica, informatica) per i componenti tecnici e tecnologici, nel tentativo di addivenire a nuove forme espressive coerenti con i meccanismi interni<sup>19</sup>. Poi, facendo proprio l'*approccio sistemico* basato sulla circolarità tra input-output di una produzione, creando processi che possano ridurre il consumo di *energia*, in collaborazione con l'ingegneria energetica e gestionale, e diminuire gli *scarti* reimmettendoli come input alla base di nuove fasi in altre produzioni, in collaborazione con l'ingegneria chimica e gestionale<sup>20</sup>.

Approccio sistemico, inclusione sociale e contributo al riscatto dal disagio, educazione al consumo delle merci e all'alimentazione, miglioramento del benessere della persona e dell'ambiente, comunicazione e informazione democratica, fruizione culturale e accessibilità, evoluzione dei materiali e umanizzazione delle tecnologie sono solo alcuni dei temi di innovazione che in questo ultimo decennio caratterizzano la ricerca in *design* della scuola politecnica torinese. Nel 2008, a cura di chi scrive e con il contributo di tutta la scuola di design esce *Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo* che raccoglie saggi critici ed esperienze sul nuovo paradigma antropocentrico che contraddistingue l'approccio politecnico.

E proprio a queste tematiche alcuni ricercatori della nostra scuola dedicano oggi esplorazioni puntuali, qui raccolte nella seconda e terza parte di questo numero monografico.

#### Note

<sup>1</sup> Traduzione da [https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/design\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/design_en).

<sup>2</sup> Un fenomeno che si riscontra a tutte le scale, dall'internazionale alla locale, le cui ragioni sono spiegate in: Cristina Amitrano, Ali Filippini, Claudio Germak, Giovanna Segre, *Economia del Design in Piemonte*, Circolo del Design, Torino 2022. Anche in versione open access <https://mira.circolodeldesign.it/ricerche/economia-del-design-in-piemonte-2022>.

- <sup>3</sup> Flaviano Celaschi, *Il design come mediatore di saperi*, in Claudio Germak (a cura di), *Uomo al centro del progetto*, Allemandi, Torino 2008, p. 23.
- <sup>4</sup> Nella declaratoria ministeriale italiana del settore scientifico disciplinare Disegno Industriale (in parte rinominato Design) il riferimento all'evoluzione della disciplina è esplicito: «La natura di tale prodotto (dai beni d'uso e strumentali ai beni di consumo e durevoli, agli artefatti comunicativi, relazionali, interattivi, alle strutture relazionali e di servizio) e la sua complessità (dai materiali e semilavorati ai beni intermedi, ai componenti, ai prodotti finali, fino ai sistemi integrati di prodotto, comunicazione, servizio) declinano altrettanti metodi e tecniche della progettazione come prassi interdisciplinare, che interagendo con i diversi settori merceologici e produttivi, determinano ambiti di ricerca specifici in continua evoluzione».
- <sup>5</sup> F. Celaschi, *Il design come mediatore di saperi* cit., p. 19.
- <sup>6</sup> Renato De Fusco, *Filosofia del design*, Einaudi, Torino 2012, pp. 16-20.
- <sup>7</sup> Oriol Bohigas, *Design: processo e funzione*, in «Op.cit.» n. 24, maggio 1972, pp. 27-45.
- <sup>8</sup> Assist Consulting, *L'economia design related in Piemonte*, CCIAA Torino, 2007.
- <sup>9</sup> Andrea Mecacci, *Estetica e design*, il Mulino, Bologna 2012, pp. 181-183.
- <sup>10</sup> R. De Fusco, *Filosofia del design* cit., pp. 127-132.
- <sup>11</sup> Si veda in particolare l'edizione integrata nel 1991 di Tomás Maldonado, *Disegno industriale un riesame*, Universale economica Feltrinelli, Milano 2008.
- <sup>12</sup> F. Celaschi, *Il design come mediatore di saperi* cit., p. 23-27.
- <sup>13</sup> Claudio Germak, *Design per lo sviluppo e il progresso. Il contributo della ricerca di design e del design di ricerca*, in *100 anni dal Bauhaus. Le prospettive della ricerca in Design*, atti dell'Assemblea Annuale della Società Italiana di Design (Ascoli Piceno, 13-14 giugno 2019), SID Società Italiana di Design, ottobre 2020.
- <sup>14</sup> Alberto Meda, *Industrial design*, in «Inventario. Tutto è progetto», n. 15, ottobre 2020, pp. 97-99.
- <sup>15</sup> Augusto Morello (1928-2002) chimico e poi teorico del design, design manager in Olivetti e La Rinascente, tra i più noti promotori del design italiano, ha diretto la rifondazione della rivista «Stileindustria» e ricoperto diversi ruoli istituzionali tra cui quello di Presidente della Triennale di Milano e dell'Adi (l'Associazione per il disegno industriale).
- <sup>16</sup> Giuseppe Lotti (a cura di), *Interdisciplinary Design. Progetto e relazioni tra saperi*, DIDA Dipartimento di Architettura dell'Università degli Studi di Firenze, Firenze 2016, p.33-34.
- <sup>17</sup> Alberto Bassi, *Design contemporaneo. Istruzioni per l'uso*, il Mulino, Bologna 2017, pp. 120-121.
- <sup>18</sup> Le metodologie di progettazione esigenziale ibridano le teorie compositive per componenti di produzione industrializzata di Giuseppe Ciribini, anche lui insegnante di sistemi costruttivi al Politecnico di Torino e quelle sulla "sintesi della forma" e del "linguaggio dei pattern" elaborate tra gli anni '60 e '70 da Christopher Alexander, architetto e teorico del design.
- <sup>19</sup> Luigi Bistagnino, *Il guscio esterno visto dall'interno. Design per componenti in un sistema integrato*, CEA, Rozzano 2008.
- <sup>20</sup> Luigi Bistagnino, *Design sistemico. Progettare la sostenibilità produttiva e ambientale*, Slow Food, Bra 2009.