



**POLITECNICO
DI MILANO**

**Open lecture Design of the other Things
Facoltà del design**

anno accademico '10-'11

Docente: **Stefano Maffei**

Cultori: **Massimo Bianchini | Ursula Borroni | Beatrice Villari**

EQUIPO

Report

**Gruppo A
27/10/10**

Marco De Rossi - Juan Sebastian Avila - Nima Fardi - Andrea Fuggini
Paolo Iannetti - Lorenzo Marzoli -Giacomo Ghellere

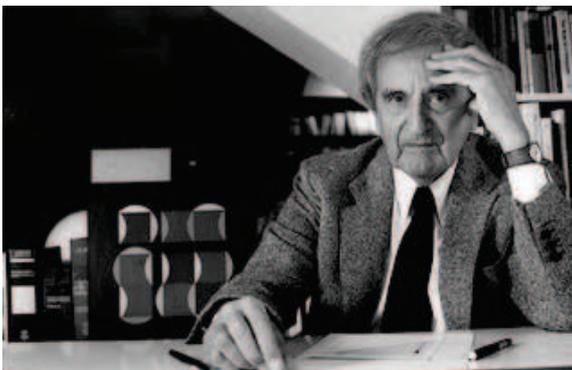
Design: a process between re-search and innovation

Nelle lezioni settimanali di Sintesi finale ci viene ricordato continuamente che la ricerca nel campo del design e del progetto in generale non è qualcosa che si pratica in maniera indipendente rispetto al processo progettuale, ma dev'essere una fase costante e duratura, una particolare sensibilità che ci appartiene e che ci contraddistingue sempre. A questo segue la lezione di Open Lectures su Design Research, riguardante appunto la ricerca di design.

Che cos'è dunque la ricerca per il design? Sicuramente la prima cosa da accettare è che è un ambito della cultura progettuale molto indagato, sul quale sono state espresse moltissime idee portando ad una sovrapproduzione ideologica sul tema, questo non ci facilita sicuramente, ma ci testimonia della pluralità di visioni che coesistono in un mondo vario e vasto come quello del design. Perché è così importante la ricerca di design? Sicuramente il valore fondamentale sta nella possibilità di produrre nuovo, quindi innovazione, magari capace di "scastrare" il mondo del design dallo stato di impasse nel quale da qualche anno è immerso.

La materializzazione di qualcosa che non c'è è un risultato molto ambito, specialmente negli ambiti del marketing o del successo personale. Il fascino della novità da sempre stimola le persone a mutare e a cercare nuove soluzioni in direzioni diverse.

Se chiedessimo a Thomas Maldonado la sua definizione di design, o comunque di concretizzazione di un nuovo "Individuo tecnico" ci direbbe che è il frutto di tante componenti "più precisamente, si allude tanto ai fattori relativi all'uso, alla fruizione e al consumo individuale o sociale del prodotto (fattori funzionali, simbolici o culturali) quanto a quelli relativi alla sua produzione (fattori tecnico-economici, fattori tecnico-costruttivi, fattori tecnico-sistemic, fattori tecnico-produttivi e fattori tecnico-distributivi)..."



Thomas Maldonado

Questa definizione ci da modo di comprendere che la creazione e la concretizzazione del nuovo è sicuramente una cosa complessa, che prescinde in maniera univoca dal sistema produttivo vigente. Il potere del contesto, la realtà nella quale siamo immersi ci contagia, ci influenza, per questo spesso la creazione di nuovo si deve riflettere attraverso scelte di mercati e sistemi alternativi, esistenti o immaginari, per riuscire a spezzare quella catena che ci porta sempre a pensare tutto in termine di merce e di profitto.

Questa catena immaginaria, che ci tiene con i piedi per terra ci limita.

Liberandocene, potremmo accedere allo sviluppo di nuove estetiche, di nuove oggettualità. Testimonianza reale sono ad esempio i mondi estetici diffusi nelle esperienze alternative al capitale, o semplicemente diversificate da esso, dai regimi comunisti, alle tribù indigene, alle tribù metropolitane che stanno ai margini praticando autoproduzioni, alle tribù virtuali.

E' chiaro che, citando questi esempi, dobbiamo parlare di marginalità, di nicchie e comunità chiuse, in quanto rifiutare di parlare con il linguaggio della merce e del profitto implica una interruzione totale delle relazioni con esso, per non venirne risucchiato, assorbito ed infine fagocitato.

Produrre il nuovo dunque, all'interno di questa società, si concretizza nelle ipotesi di negoziazioni e compromessi che si devono effettuare con diversi attori e diversi contesti, dall'impresa alla società, Partire dall'osservazione e dalla identificazione di modalità per la creazione del nuovo, da esempi già sopracitati che riguardano i metodi di consumo ai driver globali di innovazione come l'aumento della flessibilità, inteso come processo sociale trasversale (dal lavoro, alle abitudini alimentari, agli spostamenti).



Deutsche Demokratische Republik

In questi continui processi di ricerca, negoziazione e scelta, che già in modalità ed intensità diverse avvengono, assistiamo al proliferare delle merci, secondo la trasformazione che Pine definiva "Mass Customization".

Ciò avviene sotto i nostri occhi: il superamento di questo modello verso altri che si stanno delineando e si concretizzeranno (il consumo come forma espressiva della società), indicando come soluzione la "mass customization" che, funzionale all'uscita dalla crisi della "mass production", sarà nuovamente inadeguata.

Si identifica quindi nell'iperscelta non più un valore aggiunto ma un valore negativo, che trova una reale mancanza di innovazione nei prodotti e che, innescando nel consumatore l'idea che un prodotto valga l'altro, invalida gli sforzi dei reparti marketing.

(Tuttavia, accettando il sistema delle merci, non potremmo mai passare a forme di produzione e oggetti realmente alternativi, perchè possono nascere solo di fronte alla negazione dell'esistente)

Da questa situazione di stallo, dove le merci si sono "commoditizzate", possiamo vedere il design come motore di innovazione, capace di toglierci dall'impasse, parlando quindi di "Design Driven Innovation" e di "Design Research", strumenti-stampella finalizzati alla creazione del nuovo.

Il Designer dovrebbe quindi cercare di identificare i "valori" da veicolare e sui quali basare il progetto, frutto di precedenti fasi di ricerca, per creare interesse nel consumatore. Per affrontare il tema della Design research passiamo attraverso le teorie di alcuni dei grandi teorici riguardo questi ambiti, indagando e ricercando all'interno dell'ambito della formalizzazione del design come disciplina e della ricerca.

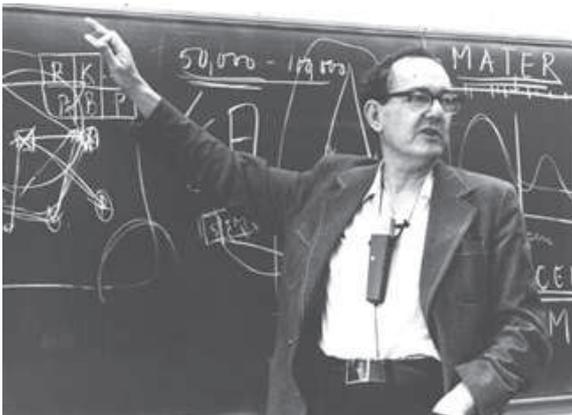


Ostalgie

Il premio nobel Herbert Simon esprime un passaggio interessante che riguarda i metodi di progettazione e gli studi sul design ne "Le scienze dell'artificiale." Egli ha proposto di utilizzare metodi scientifici per esplorare il mondo degli artefatti (quindi artificiale). Ha discusso riguardo il ruolo dell'analisi (osservazione) e della sintesi (fare) come un processo di creazione dell'artificiale che indaga il mondo con cui lui/lei entra in contatto.

Le idee di Simon hanno avuto un profondo impatto sui i metodi di progettazione, dividendo in due fazioni le emergenti comunità di studi sul design. Egli legittima l'uso di idee scientifiche da sovrapporre al design scatenando un dibattito interno riguardo al fatto che il design potrebbe/dovrebbe essere espresso e praticato come un tipo di scienza, riducendo quindi l'enfasi della intuizione.

Per Simon la produzione del nuovo è intesa come un processo di trasformazione di un situazione in una preferibile, successivamente implementata da Friedman, il quale afferma che, per concretizzare questa trasformazione il designer deve essere consapevole del modo e del perchè lo fa, valicando l'ipotesi di una scelta e di una decisione ad una dimensione predittiva, che include la navigazione del mondo dell'inesistente o del non ancora esistente, tramite lo strumento di controllo della creazione e applicazione di teorie. Friedman inoltre introduce il concetto di scopo comune, verso il quale la ricerca e la progettazione si devono orientare.



Herbert Simon

Il premio nobel Herbert Simon esprime un passaggio interessante che riguarda i metodi di progettazione e gli studi sul design ne "Le scienze dell'artificiale." Egli ha proposto di utilizzare metodi scientifici per esplorare il mondo degli artefatti (quindi artificiale). Ha discusso riguardo il ruolo dell'analisi (osservazione) e della sintesi (fare) come un processo di creazione dell'artificiale che indaga il mondo con cui lui/lei entra in contatto.

Le idee di Simon hanno avuto un profondo impatto sui i metodi di progettazione, dividendo in due fazioni le emergenti comunità di studi sul design. Egli legittima l'uso di idee scientifiche da sovrapporre al design scatenando un dibattito interno riguardo al fatto che il design potrebbe/dovrebbe essere espresso e praticato come un tipo di scienza, riducendo quindi l'enfasi della intuizione.

Per Simon la produzione del nuovo è intesa come un processo di trasformazione di un situazione in una preferibile, successivamente implementata da Friedman, il quale afferma che, per concretizzare questa trasformazione il designer deve essere consapevole del modo e del perchè lo fa, valicando l'ipotesi di una scelta e di una decisione ad una dimensione predittiva, che include la navigazione del mondo dell'inesistente o del non ancora esistente, tramite lo strumento di controllo della creazione e applicazione di teorie. Friedman inoltre introduce il concetto di scopo comune, verso il quale la ricerca e la progettazione si devono orientare.



Ken Friedman

Il dibattito in corso riguardo che cosa sono la design research e la scienza della progettazione è stato e continua ad essere scandito da Nigel Cross. La sua tesi è che il design non è una scienza, ma è un settore che è alla ricerca di "indipendenza intellettuale". Egli vede le discussioni riguardo i metodi di progettazione degli anni 60 come un modo per integrare metodi oggettivi e razionali nella pratica del design. Il metodo scientifico è stato preso in prestito come un quadro, e il termine "design science" è stato coniato nel 1966 alla seconda conferenza sul metodo di progettazione, incentrato su un approccio sistematico alla pratica del design. Cross ha definito la "design science" come un modo per creare un corpo di lavoro per migliorare la comprensione sia dei metodi di progettazione, sia, soprattutto, del fatto che tali metodi non devono essere una scelta binaria tra scienza e arte.

Per Buckminster Fuller, il processo, denominatore comune di questi pensatori, si concretizza nella forma di un "event flow", diviso in due parti : una personale di "ricerca" e una di generalizzazione e concretizzazione, necessaria alla materializzazione pratica dell'idea.

La fase della teleologia (intesa come la finalità di un oggetto o di un azione) deve guidare le fasi iniziali, nel quale il progettista concepisce, come in un'atto di creazione ex nihil, l'idea.

Il designer, quindi, dev'essere prima di tutto un Teleologo.

Nell'adiacente campo della conoscenza del design apriamo e riceviamo dal corpus teorico un'infinità di parentesi e spunti, tra cui quelli di Archer: la definizione di una " Terza area", rappresentante la conoscenza pratica, composta da Sensibilità, Invenzione e Convalida, disposti ai vertici di un triangolo, tra le Scienze Sociali e le Scienze Scientifiche.



Buckminster Fuller

Questa terza area, si comporta come un ibrido delle precedenti, mantenendo tuttavia una sua autonomia ma prendendo, ad esempio dal mondo della scienza, il concetto di ricerca nella sua dimensione di validazione applicativa.

Questa generale panoramica sulla lezione evidenzia due macrotemi assolutamente connessi: la produzione del nuovo e il corpus teorico riguardante la Design Research. Una lettura in questi termini del mondo del design è sicuramente interessante, in un panorama dove il design fatica a generare modelli e risposte alle sempre più frequenti domande che la società ci pone, a volte inconsapevolmente.

Più che fornirci risposte chiare, ci pone delle linee guida, degli spunti che ci fanno pensare ad aspetti teorici ma anche pratici, richiamandoci anche la volontà di saper farci interrogare sapientemente, volontà perseguita dal Critical Design approach.

"Le opinioni nuove sono sempre sospette e in genere contrastate, per nessun'altra ragione all'infuori del fatto che non sono già comuni" (John Locke)



Bruce Archer

Approfondimenti :
Ostalgie: <http://it.wikipedia.org/wiki/Ostalgie>
Autoproduzione: <http://www.lowneed.net/wiki/autoproduzione/index.php/Autoproduzione>