

Modernità e declino: il design senza committenza / Modernity and decline: design without customer

Original

Modernità e declino: il design senza committenza / Modernity and decline: design without customer / Lerma, B.. - In: DIID. DISEGNO INDUSTRIALE INDUSTRIAL DESIGN. - ISSN 1594-8528. - STAMPA. - 64:(2018), pp. 86-94.

Availability:

This version is available at: 11583/2721402 since: 2022-03-20T19:12:49Z

Publisher:

LISt Lab

Published

DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)



diid

disegno industriale › industrial design

Design after Modernity

Elisabetta Benelli
Lucilla Calogero
Manuela Celi
Federica Dal Falco
Annalisa Di Roma
Elena Maria Formia
Angela Giambattista
Denver Hendricks
Lorenzo Imbesi
Carla Langella
Francesca La Rocca
Beatrice Lerma
Giuseppe Losco
Viktor Malakuczi
Ezio Manzini
Tonino Paris
Maria Antonietta Sbordone



Design after Modernity

diid
disegno industriale | industrial design
Quadrimestrale

Fondata da | Founded by

Tonino Paris
Registrazione presso il Tribunale di Roma 86/2002 del 6 Marzo 2002

N°64/18
Design after Modernity

ISSN
1594-8528

ISBN
9788832080094

Anno
XVI

Direttore | Editor In-Chief
Tonino Paris

Comitato Direttivo | Editors Board
Mario Buono, Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Francesca La Rocca, Giuseppe Losco, Sabrina Lucibello

Comitato Scientifico | Scientific Board
Andrea Branzi
Politecnico di Milano | Milano (Italy)
Bruno Siciliano
Università degli Studi di Napoli Federico II | Napoli (Italy)
Stefano Marzano
Founding DEAN, THINK School of Creative Leadership | Amsterdam (Netherlands)
Sebastián García Garrido
Universidad de Málaga | Malaga (Spain)

Comitato Editoriale | Editorial Advisory Board
Luca Bradini, Carlo Vannicola, Sonia Capece, Enza Migliore, Chiara Scarpitti, Andrea Lupacchini, Federico Oppedisano, Lucia Pietroni, Carlo Vinti

Redazione | Editorial Staff
Roma
Zoe Balmas, Alex Coppola, Marta Laureti, Xu Li, Orkide Mossaffa, Alessio Paoletti, Masha Zolotova
Napoli
Francesca Cascone, Veronica De Salvo, Giovanna Giugliano, Elena Laudante
Camerino
Mauro Amurri, Giuseppe Carfagna, Daniele Galloppo, Jacopo Mascitti, Davide Paciotti

Progetto grafico | Graphic Layout
Zoe Balmas

Curatori | Guest Editors diid 64
Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Sabrina Lucibello

Index

Editorial

Time is out of joint. O cursed spite, that ever I was born to set it right > Tonino Paris 5

Think

Design and the Methamorphosis of Modernity > Lorenzo Imbesi 14

Brilliant and precarious > Francesca La Rocca 22

The distinctive features of modernity in design culture > Giuseppe Losco 31

A collective design intelligence premises for a new civilization
> Ezio Manzini 40

Think gallery 48

Make

Design as material and cultural facilitator for sharing and access > Lucilla Calogero 62

The metaphysical aspect of the object in modernity > Elisabetta Benelli 70

Materials after modernity: dystopian glances of the future as an inspiration
for new material experiences > Manuela Celi, Valentina Rognoli 78

Modernity and decline: design without customer > Beatrice Lerma 86

Computational approaches to the modernist values > Viktor Malakuczi 95

Of substance and sense. The dischronique contemporaneity of design and fashion
> Maria Antonietta Sbordone 103

Make gallery 112

Focus

Back to the Future. Time and futures studies in the contemporary, design-driven
approach to innovation > Flaviano Celaschi, Elena Maria Formia, Carlo Franzato 126

Bodies, design, posthuman. Modernity, again? > Federica Dal Falco 134

The complexity of the product: between function and user experience > Annalisa Di Roma 142

Are we (still) Human? > Angela Giambattista 149

Design and science: traces of a new modernity > Carla Langella 155

Focus gallery 164

Maestri

Ettore Sottsass literate. Fragments > Tonino Paris 177

Modernity and decline: design without customer

The economic crisis that has struck Western countries in the past few years has caused a considerable weakening of the entrepreneurial power of businesses: this aspect may be considered a characteristic of Modernity that designers are called to deal with. The crisis has led to a decline of the traditional role of *customer* in the design sector. The latter has responded to the new situation by creating new work and design methods, such as *Exploring Design* and *Advanced Design (ADD)*. With the *Exploring Design* method, developed and tested within an undergraduate degree course, the absence of a customer allows the (young) designers to explore much broader research fields, and to identify new markets and areas of implementation for which design may be a sparkplug of innovation, technology, and future meaning. This article presents the development results achieved by the *Exploring Design* laboratory work in the past 6 years, and uses them to describe the most recent trends, taking into account the various fields of implementation (communication, food, interior design, etc.), as well as target markets and potential new commissioned work, thus formulating an interpretation of new Modernity that in turn generates questions and perspectives on the transformation of design.

[design-driven innovation, crisis, exploration design, postmodernity, future]

Beatrice Lerma

Assistant Professor, Politecnico di Torino
> beatrice.lerma@polito.it

Modernity and design: the decline of the customer role

The presence, entrepreneurial strength, and the role of the customer in the world of design have been severely put to the test by the economic crisis that has struck Western countries in the past few years. Design itself has responded to this by creating new work and development methods with the ability to define new design forms.

The crisis that has distinguished our country's economy was the interpretation key to the exhibition *Il design italiano oltre le crisi. Autarchia, austerità, autoproduzione* (Italian design beyond the crisis. Autarchy, austerity, self-production) organized by the Triennale Design Museum of Milan in 2014-2015 and curated by Beppe Finessi. The idea behind the exhibition was that the crisis may turn into a source of inspiration to define new design solutions. The art show has analysed if and how Italian design in a society burdened by the crisis has "been able to transform conditions and limitations generated into just as many opportunities" (Dal Falco, 2014). The time periods examined in the exhibition – the 1930s, the 1970s, and the 2000s – are characterized by autarchy, austerity, and self-production respectively. In the 1930s, marked by a market closure, Italy used its internal resources at best, also developing new materials such as rayon and. In the Seventies, consumerism reached a halt and gave way to social uprising and strikes; this made a mark in the world of design, which criticized the mass consumerism, in favour of a radical design renewal and avant-gardism. In the era of new Modernity – the 2000s – the creative response to a period of particularly strong economic decline has been self-production. The three historical periods analysed have highlighted how – even through crisis – design is always able to find answers, thanks to its flexibility and plasticity. Moreover, design has recently started taking on a different role in the relationship with customers compared to the *traditional* one (Deserti & Rizzo, 2014): today, it is not only able to turn the requests and demands of clients into projects and products, but is also growingly capable of defining and presenting new fields of research.

Design as an innovation tool

Design thus has the ability to transform the crisis into a resource and starting point for innovation and creativity, by means of methods recently developed by researchers and experts. Three design methods to define new project opportunities, process innovations, and product innovations – useful for designers and especially for businesses – will be compared hereinafter. Such methods have the strong common denominator of defining innovative solutions through the analysis of a broad topic or context, without a specifically commissioned request.

Exploring Design

In the context of the degree in *Design and Visual Communication* at the Politecnico di Torino, the interdisciplinary design laboratories have a sequential order from the first to the third year, following an educational method that teaches students to design by answering the following questions: *how? what? and where?*

The question *where? (to design)* has grown popular due to the decline of the customer's role: the designer-explorer, trained at the *Exploring Design* laboratory, analyses new design research fields, by broadening the horizon of innovation, shy of a specifically commissioned request, and investigating new sectors, new attitudes, new technology, and new points of reference. Throughout the laboratory experience, students explore general topics such as light, sound, and fire, in order to define new design solutions: the topics are dealt with by means of a transversal observation of case studies involving products, semi-finished goods, and materials giving life to innovative solutions.

In the initial exploration phase, the student is free from restrictions, also in relation to the feasibility of a product or service design. The meta-field is broken down into sub-fields, and rearranged according to different interpretation methods within the so-called *Scenario*, information, references, and data defining the context of the design operation (*i.e.* the Scenario for the Light topic may involve: projection, light transport, reflection, light and colour effects, translucency, etc.), and of material shared by all students. The formulation of the Scenario gives life to the *project pre-concepts*, which are also part of the material shared.

Once the students define their own project brief among the many available, they move on to the development of a design proposal, defining its market impact, the related cost estimate, the possible customers, and the production developments.

Advanced Design

Advanced Design (ADD) is a branch of design that uses *traditional* design methods to create long-term projects for an innovative, distant future. Recently, according to Celaschi (2015), ADD has focused its attention on projects that are not imposed by a specific client, but are purely carried out in the pursuit of new innovation inputs. As for *Exploring Design*, *Advanced Design* does not involve the *classic* figure of a customer requesting a specific project.

The aim of ADD is to create new design environments, new products, new manufacturing processes, and new markets, in the scope of continuous innovation and research. The main phases of *Advanced Design* may be summarized as follows: a launch and briefing phase, which may be either general and vague, or very specific and detailed; a contextual research phase, in order to define the limits and restrictions of the design activity; a *bluesky* research phase (Deserti, 2010), for the drafting of a map of suggestions, and opportunities useful to the project development; a definition of Scenarios (the description – by means of graphs and maps – of the possible innovation pathways), and thus the development of concept designs and design solutions.

Design Thinking

Design Thinking defines a problem solving-based design model, subdivided in different steps: problem identification (*emphasize*), context definition (*define*), outlining of possible solutions (*ideate*), prototyping (*prototype*), product validation (*test*), and solution implementation in practice (*implement*). The method is applied

more and more frequently not only to design, but also to new business models or in the creation/organization processes involving start-up companies. *Design Thinking* allows the involvement of workers themselves in the production process innovation, creation, and change: the model has indeed been adopted as a working method by some of the most prominent companies worldwide.

The three above described methods are easily compared and present a series of common elements. The aim of this article is to focus on *Exploring Design*, by presenting the results of the homonymous 3rd year laboratory module included in the *Design and Visual Communication* degree from 2012/13 to 2017/18. A final analysis of the projects presented will highlight how, in 6 years of *Exploring Design* lab work, students in the various classes have dealt with non-commissioned design and the related meta-fields presented, and their different interpretations in terms of areas of implementation, target markets, and customer typology. The long-term objective is thus a more in-depth comparison between the three methods, and thus a multicentric assessment of the results recorded upon implementation of each.

The Exploring Design laboratory: 2012/13-2017/18

The laboratory involved three fields: Design, New Materials for Design, and Economic Evaluation of the Project. The common aim is to assess the *explorative* design topics of the meta-fields, dedicated to both the product and the graphic/virtual design. The three fields work together in the definition of design proposals, as well as the analysis of their functional, physical/technological, economic, and innovative impact.

Thanks to the participation in the lessons by external experts (in subjects related to the meta-fields, such as materials science, innovation acoustics, fire resistance, etc.), designers, craftsmen, and cognitive ergonomists, the meta-fields dealt with in the lab are examined in depth, and the experts help shed light on the possible sub-categories of the common Scenario grid.

The topics dealt with in the past years and projects developed by the students are briefly outlined hereinafter.

Light. The material-light interaction

The topic chosen for the 2012-13 academic year *Exploring Design* laboratory was *Light. The material-light interaction*. 160 students created about 50 design proposals. The topic has been dealt with and interpreted in terms of different categories, including: light transport, reflection, light and colour effects, light as energy/speed/movement light as a sculptor, light as a sound, *non-light*, etc.

The concept designs included: board games to be played in the dark; mutating curtains allowing a *controlled* passage of light with the use of photosensitive materials (metals); modern Venetian blinds casting shadows inspired by those cast in nature, to form new domestic spaces; etc.

I am the way I sound. Designing sounding objects

The theme chosen for the 2013-14 academic year was sound: *I am the way I sound* (the Italian title is a sibilant wordplay: *Sono come Suono*). *Designing sounding objects*. The first phase of the laboratory involved an exploration of the Scenarios identified as a first step for the analysis of the broadened meta-field: the students were offered a series of Scenarios (designed sound, process sound, non-sound, recreated sound, (technological sound, sound and places, sound as an energy, emotional sound, etc.). Once again, about 50 quite different proposals were developed: a music box to make bicycles *play music*; a harmonica for electric cars; systems to listen to the *history* of products; websites to hear the sounds of the world from the *comfort* of your home; furniture to decrease and raise awareness on the topic of noise pollution; and outdoor equipment or food-related products for which sound or the absence of sound is a main design specification.

Surfaces and Beyond

The topic of the 2014-15 academic year laboratory work was an investigation on the design opportunities of surfaces. *The Surfaces and Beyond* theme was examined in depth, with a strong *focus* on the issues emerged in design related to the field: from the identity of surfaces and their ability to interact with man and the environment, to the value of imperfection and decoration today. The lab involved 170 students, who have developed a Scenario branching out in 13 different research paths and giving life to about 40 design proposals. for new active, smart surfaces able to communicate their *more interactive* or *more sustainable* nature or even proposals more focused on the reuse of company waste, and more *digital* designs also inspired by best practices of the past (*i.e.* the 1970s *Decorattivo*).

Dematerialization. Less is more (?)

The reflection on a dematerialization process, which involves numerous fields of production and has deeply changed – in the past few years – our relationship with a large amount of everyday objects has been presented to 150 students in order to design a semi-finished good/graphic design/service with the process of dematerialization as a key element, though never forgetting the *material* side of the artefact (even by simply mentioning it), so as to increase the added value of the interface with the product/service. The Scenario branched out in 12 research paths, resulting – among others – from the following reflections: dematerialization as a function of time, which alters the characteristics of products; sensory dematerialization, which makes certain products appear different to what they really are; and dematerialization of locations and spatial references. The students presented about 40 design proposals, all quite diverse in terms of the topics analysed within the Scenario: dematerialization of house furniture, making it portable for travel purposes; apps to visit or get to know distant countries with the help of new *tour guide* friends contacted online

Light and Matter

The theme of the 2016-17 academic year laboratory work was a reflection on the relationship between Light and Matter. The field had already been covered in previous years and has been purposely proposed once again by the course coordinators, in order to observe how the same topic may produce different, unique, and up-to-date results every time it is dealt with, by using the *Exploring Design* method. The students developed about 25 design proposals, all very different, which included: museum tours with interactive *brochures* offering a great quantity of bonus information to the visitors; origami and kirigami lampshades designed to renew existing light sources and play with them through DIY solutions; emergency lights that only turn on during an earthquake, etc.

Fire, Fire!

The final academic year was dedicated to a reflection on the *fire* element interpreted in all its facets, namely as a form of energy or heat, a tool for the processing and transformation of materials, a defence tool, a danger signal, etc. Students developed about 40, quite diversified design proposals including, by way of example: tasting fire; the creation of portable and personal fire (and smoke) protection systems for small domestic accidents; jewels that narrate the tragedy of forest fires which have lacerated the Turin valleys in the autumn of 2017; packaging for food and wine products, where fire becomes an essential manufacturing tool; and pans able to use the maximum heat energy fire can provide.

Final interpretations: project trends

The design explorations concerning the aforementioned topics have given life to a *corpus* of around 200 projects, distributed in a range between 25 and 45 projects per year, functional to the total number of students who have attended the module and the size of the workgroups.

This project *heritage* was analysed through a number of interpretations as listed hereunder, in order to enable a critical retrospective of the projects, and to demonstrate their general trends.

Interpretation by field of implementation

An initial interpretation of the projects is related to their distribution among different fields of implementation. In order to do this, we have considered – as a reference – the classification by topic presented by ADI (Italian industrial design organization):^[1] design for living, design for the individual, design for mobility, design for the food and wine industry, design for work, design of materials and technological systems, design for communication, exhibition design, service design, social design, corporate research. Given their transversal relationship with all the topics presented, interior design and design for the individual once again prove to be the most common areas focused on in projects throughout the years, coherently with the *traditional* challenges of design.

Themes including the exploration of the world of surfaces or dematerialization have allowed a specific in-depth analysis of the world of materials, technological systems, and service design, with a wide range of projects concerning innovative, communicative, and active materials, services, and technology, as well as apps and other services facilitating the sharing of goods and spaces (including clothes, study halls, etc.). Looking closer at the projects, it is worth noticing that certain laboratory subjects (the investigations on sound and fire) have, more than others, smoothed the way for a homogenous distribution of projects among the different fields of implementation, as a further proof of the value of *Exploring Design* as a method for intentional differentiation of project proposals. Finally, it may be observed how the direct comparison between results obtained upon presenting a very similar topic twice – with a 5-year gap (*Light. The material-light interaction* and *Light and matter*) – sees the second edition less oriented towards design for the individual and more focused on communication and social design.

Interpretation by age range and target market of the projects

Another possible and quite common interpretation – though quite broad and often legitimately contested – is based upon the subdivision by age range. In this case, the interpretation may consider a comparison between projects specifically designed for children, adults, and the elderly. This interpretation marks a net disproportion among target markets of the projects analysed, in favour of adult users. The tendency may be motivated by the need (and an obstacle to the project, in the eyes of the student) to involve ad hoc experts when designing for *special* users such as children or the elderly. Nonetheless, this interpretation must be handled with care, keeping in mind that the cornerstone all projects were asked to consider is inclusive design/design for all.

Interpretation by customer type

The third interpretation initiates a reflection on the evolution of customer type, identified by students in their projects by using the *Exploring Design* method. The student projects followed the concept of design *without customer* – that sees the designer working for the ideal customer, able to satisfy new market needs and make the concept presented by the designer-explorer/navigator profitable (Germak & De Giorgi, 2008) – though most of the projects were in any case designed hypothesizing customers in the industrial world. Nevertheless, the trend changed over the years, and – also due to the topics chosen – we have witnessed a growth in projects prone to self-funding, self-production, a start-up structure, and a DIY approach, facilitated by open-source platforms, apps, and bottom-up proposals. Self-production, a pillar of the 2000s as described earlier in the document, thus found space in the student design proposals, more open to alternative forms of production in later years.

The latter trend indeed projects us – even more than the previously described trends – towards an era of post-Modernity, and gives rise to questions and perspectives on the evolution of forms of design, strictly linked to the mutations of industry and technology.

Conclusions: design for a new Modernity

The *Exploring Design* approach and, more in general, the concept of *design without customer*, are particularly interesting in that they enable the creation of new design solutions and innovative products/services responding to the needs, uses, situations, and target markets that are currently not satisfied. The lack of push from a traditional customer – also declining as a result of the economic crisis – allows designers to deal with the Modernity aspect energetically and at the same time with great precision. New Modernity must not be interpreted in a negative sense, but as an evolution of design methods: for designers, the new Modernity also offers new challenges – as seen in *Advanced Design* with its slow process – in which they are asked to introduce an innovation that may be not only ameliorative, but radical, in order to reform culture, values, and the meaning of products, services, and business models.

A further comparison between the *Exploring Design* method and the *Design Thinking* and *Advanced Design* methods – applied throughout the Design degree modules – will allow an observation of the *design without customer* trends, the most common fields of implementation, the hypothesized technological evolutions, the target markets investigated and yet to be investigated, and the customer types envisaged and sought after by tomorrow's designers, in order to formulate a clear interpretation of the new Modernity.

[1] <http://www.adi-design.org/ambiti-tematici.html> (consulted on May 18th 2018).

References

- > Celaschi, F. (2015). AdvanceDesign Points of View. In M. Celi (cur.), *Advanced Design Cultures. Long-Term Perspective and Continuous Innovation* (pp. 3-17). Basel, Switzerland: Springer International Publishing.
- > Dal Falco, F. (2014). Materiali e tipi autarchici. La cultura del prodotto tra industria e artigianato nell'Italia dei primi anni quaranta. In *AIS Design*, 4. Disponibile da <http://www.aisdesign.org/aisd/materiali-e-tipi-autarchici-la-cultura-del-prodotto-tra-industria-e-artigianato-nellitalia-dei-primi-anni-quaranta>
- > Deserti, A. (2010). Mappe dell'Advance Design. In M. Celi (cur.), *AdvanceDesign: Visioni, percorsi e strumenti per predisporre all'innovazione continua* (pp. 47-64). Milano: McGraw-Hill.
- > Deserti, A. & Rizzo, F. (2014). Design and the cultures of enterprises (pp. 36-56). In *Design Issues*, 30(1).
- > Germak, C. & De Giorgi, C. (2008). Exploring Design. In C. Germak (cur.), *Man at the centre of the project: design for a new humanism* (pp. 53-70). Torino: Umberto Allemandi.

The monographic issue of **diid** with the title *Design After Modernity*, is offering a reflection around the idea of modernity and its relevance in relation to the issues of Design, while opening the discussion on the reconstruction and the rearrangement of our time, beyond the nostalgia for a past that could become a shelter to escape from a future that presents itself as uncertain, if not as a threat.

After the great collective projects, the idea of progress seems privatized into an omnivorous present and opens to a number of questions: what is the destiny of the project in a time that renounces to the progressive development of its history? If the design project is the representation of our material culture, what are the forms that can still explain a collective project?

Design After Modernity is investigating the relevance of modern Design and its contemporary expressions in the design project. Rephrasing Hamlet, who claims "Time is Out of joint" after meeting the ghost of his father: if our time is unhinged: "that I was born to put it back on track?"
Is Design able to restore a collective idea of future?

Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Sabrina Lucibello





diid

disegno industriale › industrial design

Design after Modernity

Elisabetta Benelli
Lucilla Calogero
Manuela Celi
Federica Dal Falco
Annalisa Di Roma
Elena Maria Formia
Angela Giambattista
Denver Hendricks
Lorenzo Imbesi
Carla Langella
Francesca La Rocca
Beatrice Lerma
Giuseppe Losco
Viktor Malakuczi
Ezio Manzini
Tonino Paris
Maria Antonietta Sbordone



Design after Modernity

diid
disegno industriale | industrial design
Rivista quadrimestrale

Fondata da
Tonino Paris
Registrazione presso il Tribunale di Roma 86/2002 del 6 Marzo 2002

N°64/18
Design after Modernity

ISSN
1594-8528

ISBN
9788832080087

Anno
XVI

Direttore | Editor In-Chief
Tonino Paris

Comitato Direttivo | Editors Board
Mario Buono, Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Francesca La Rocca, Giuseppe Losco, Sabrina Lucibello

Comitato Scientifico | Scientific Board
Andrea Branzi
Politecnico di Milano | Milano (Italy)
Bruno Siciliano
Università degli Studi di Napoli Federico II | Napoli (Italy)
Stefano Marzano
Founding DEAN, THINK School of Creative Leadership | Amsterdam (Netherlands)
Sebastián García Garrido
Universidad de Málaga | Malaga (Spain)

Comitato Editoriale | Editorial Advisory Board
Luca Bradini, Carlo Vannicola, Sonia Capece, Enza Migliore, Chiara Scarpitti, Andrea Lupacchini, Federico Oppedisano, Lucia Pietroni, Carlo Vinti

Redazione | Editorial Staff
Roma
Zoe Balmas, Alex Coppola, Marta Laureti, Xu Li, Orkide Mossaffa, Alessio Paoletti, Masha Zolotova
Napoli
Francesca Cascone, Veronica De Salvo, Giovanna Giugliano, Elena Laudante
Camerino
Mauro Amurri, Giuseppe Carfagna, Daniele Galloppo, Jacopo Mascitti, Davide Paciotti

Progetto grafico | Graphic Layout
Zoe Balmas

Curatori | Guest Editors diid 64
Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Sabrina Lucibello

Indice

Editorial

Time is out of joint. O cursed spite, that ever I was born to set it right > Tonino Paris 5

Think

Il design e le metamorfosi della modernità > Lorenzo Imbesi 14

Brillante e precario > Francesca La Rocca 22

I caratteri distintivi della modernità nella cultura del design > Giuseppe Losco 31

Un'intelligenza progettuale collettiva. Premesse per una nuova civilizzazione
> Ezio Manzini 40

Think gallery 48

Make

Design come facilitatore delle logiche di condivisione e accesso > Lucilla Calogero 62

L'aspetto metafisico dell'oggetto nella modernità > Elisabetta Benelli 70

I materiali dopo la modernità: visioni distopiche di futuro come un innesco per
nuove esperienze materiche > Manuela Celi, Valentina Rognoli 78

Modernità e declino: il design senza committenza > Beatrice Lerma 86

Approcci computazionali ai valori del Modernismo > Viktor Malakuczi 95

Di materia e di senso. La contemporaneità discronica del design e della moda
> Maria Antonietta Sbordone 103

Make gallery 112

Focus

Ritorno al futuro. Il fattore tempo e i futures studies nell'approccio design-driven
all'innovazione > Flaviano Celaschi, Elena Maria Formia, Carlo Franzato 126

Corpi, design, post umano. Modernità, ancora? > Federica Dal Falco 134

La complessità tra funzione ed esperienza d'uso del prodotto > Annalisa Di Roma 142

Are we (still) Human? > Angela Giambattista 149

Design e scienza: tracce di una nuova modernità > Carla Langella 155

Focus gallery 164

Maestri

Ettore Sottsass letterato. Frammenti > Tonino Paris 177

Modernità e declino: il design senza committenza

La crisi economica che negli ultimi anni ha colpito i paesi occidentali ha prodotto un importante indebolimento del potere imprenditoriale delle aziende: questo aspetto può essere considerato una caratteristica della modernità che i designer devono affrontare. La crisi ha prodotto un declino del ruolo tradizionale del *committente* nei settori del design. Quest'ultimo ha saputo rispondere a questa nuova situazione generando nuovi metodi di lavoro e di progettazione, come ad esempio *l'Exploring Design* e *l'Advance Design (ADD)*. Nel metodo dell'*Exploring Design*, sviluppato e sperimentato all'interno di un Corso di Laurea di primo livello, l'assenza del committente consente ai (giovani) progettisti di indagare ambiti di ricerca molto ampi e di identificare nuovi mercati e nuovi settori di applicazione in cui il design può essere generatore di innovazione, tecnologie e significati futuri. L'articolo presenta i risultati progettuali del Laboratorio di *Exploring Design* degli ultimi sei anni e descrive, attraverso essi, le tendenze più recenti, considerando i vari campi di applicazione (comunicazione, cibo, *interior*, ecc.), i *target* e le possibili nuove committenze, per una lettura della nuova modernità che apre interrogativi e prospettive sulla trasformazione del design.

[design-driven innovation, crisi, design dell'esplorazione, postmodernità, futuro]

Beatrice Lerma

Ricercatore, Politecnico di Torino
> beatrice.lerma@polito.it

Modernità e design: il declino del ruolo del committente

La presenza, la forza imprenditoriale e il suo ruolo di committenza del mondo del design sono state messe a dura prova dalla crisi economica che ha investito i paesi occidentali negli ultimi anni. A questa condizione il design stesso ha saputo rispondere generando nuove modalità di lavoro e progettazione atte a definire nuove forme del design.

La crisi che ha caratterizzato la nostra economia è stata la chiave di lettura della mostra *Il design italiano oltre le crisi. Autarchia, austerità, autoproduzione* organizzata dalla Triennale Design Museum nel 2014-2015 a cura di Beppe Finessi. L'idea alla base della mostra è che la crisi possa trasformarsi in spunto e stimolo per trovare e definire nuove soluzioni progettuali. La mostra ha analizzato se e come il design italiano ha "saputo trasformare i vincoli, le costrizioni e i limiti generati dalla crisi in altrettante opportunità" (Dal Falco, 2014). I periodi analizzati nella mostra, gli anni trenta e settanta del Novecento e gli anni Duemila, sono caratterizzati, in accordo con il titolo della mostra, rispettivamente dall'autarchia, dall'austerità e dall'autoproduzione. Negli anni trenta, contraddistinti da una chiusura dei mercati, sono state sfruttate al massimo le risorse interne della Nazione, e sono state sviluppati nuovi materiali, quali il Raion e il Lanital. Gli anni settanta hanno visto la fine del consumismo più diffuso a favore di fermenti sociali e proteste dei lavoratori. Ciò ha lasciato un segno nel mondo del design, critico verso il consumismo di massa, e ha favorito di un radicale rinnovamento del progetto, attraverso le avanguardie Radicali. Nella nuova modernità, quella degli anni Duemila, è l'autoproduzione la risposta creativa a un periodo contraddistinto da una particolare congiuntura economica. I tre periodi analizzati hanno evidenziato come, anche durante la crisi, il design sappia trovare sempre risposte, grazie alla sua flessibilità e fluidità. Il design ha inoltre recentemente iniziato a rivestire ruoli diversi da quelli *tradizionali* nel rapporto con la committenza (Deserti & Rizzo, 2014): non è solo capace a trasformare le richieste e le esigenze del committente in progetti e prodotti, ma è sempre più in grado di definire e proporre nuovi ambiti di ricerca.

Il design come strumento per innovare

Il design dunque è capace di trasformare la crisi in risorsa e spunto per l'innovazione e la creatività, attraverso alcuni metodi, recentemente messi a punto da studiosi ed esperti. Di seguito saranno brevemente messi a confronto tre metodi di progettazione sviluppati al fine di definire nuove opportunità di progetto, innovazioni di processo e di prodotto, utili ai designer e, soprattutto, alle imprese. Tali metodi sono in particolare accomunati dalla capacità di portare alla definizione di soluzioni innovative attraverso l'analisi di un tema ampio o di un contesto, senza una domanda specifica da parte del committente.

L'Exploring Design

All'interno del Corso di Laurea in *Design e Comunicazione Visiva*, del Politecnico di Torino, i laboratori progettuali metodologici interdisciplinari si sviluppano dal primo al terzo anno, seguendo la metodologia formativa con cui gli studenti impa-

rano a progettare rispondendo alle domande progettuali *come fare? che cosa fare? e dove fare?*

La domanda *dove fare?* si è maggiormente diffusa a causa della flessione del ruolo della committenza: il designer esploratore, formato all'interno del Laboratorio di Design dell'Esplorazione, analizza nuovi ambiti di ricerca progettuale, ampliando l'orizzonte dell'innovazione, senza una committenza specifica, indagando nuovi settori, nuovi atteggiamenti, nuove tecnologie e nuovi riferimenti. All'interno del Laboratorio si indagano ambiti allargati quali ad esempio la luce, il suono, il fuoco, al fine di definire nuove soluzioni progettuali: gli ambiti sono affrontati attraverso una lettura trasversale di casi studio di prodotti e materiali da cui sono nate soluzioni innovative.

Nella prima fase dell'esplorazione lo studente è libero da vincoli, anche relativi alla fattibilità del progetto di un prodotto o servizio: il meta-ambito viene analizzato in sotto-ambiti e organizzato secondo diverse modalità di lettura nello Scenario, informazioni, riferimenti e dati che definiscono il contesto in cui si opererà progettualmente (per esempio, per il tema Luce: proiettare, far passare la luce, fluorescenza e fosforescenza, trasportare la luce, riflessione, giochi di luce e di colore, vedo non vedo, ecc.), massa critica di materiale che tutti gli studenti condividono; dall'elaborazione dello Scenario di riferimento sono generati i *Pre-Concept* di progetto, anch'essi facenti parte dei materiali condivisi da tutti gli studenti.

Una volta individuato, tra i molti possibili, il proprio *brief* di progetto, gli studenti procedono con lo sviluppo della proposta progettuale definendone le ricadute sul mercato, la stima economica, i possibili committenti e gli sviluppi produttivi.

L' Advance Design

La disciplina dell'*Advance Design* (ADD) è una branca del design che utilizza gli strumenti e i metodi del design *tradizionale* a favore di progetti a lungo termine, destinati ad un futuro lontano. Recentemente, d'accordo con Celaschi (2015), l'ADD ha focalizzato la sua attenzione su progetti che non sono dettati da un cliente specifico ma sono destinati alla ricerca di nuovi stimoli di innovazione. Come per l'*Exploring Design*, anche per l'*Advance Design* non esiste un committente, non vi è una figura *classica* che richiede uno specifico progetto.

Obiettivo dell'ADD è la creazione di nuovi ambiti di progetto, nuovi prodotti, nuovi processi produttivi, nuovi mercati di distribuzione per la ricerca e la definizione di un'innovazione continua. Le fasi principali dell'*Advance Design* possono essere così riassunte: una fase di avvio, di *briefing*, ampio e poco focalizzato, oppure, al contrario, molto specifico e approfondito. A esso segue una fase di ricerca contestuale, al fine di definire i limiti e i vincoli dell'attività progettuale, e una fase di ricerca *blue sky* (Deserti, 2010), per la costruzione di una mappa delle suggestioni e opportunità utili allo sviluppo del progetto. A esse segue la definizione degli Scenari (descrizione attraverso grafici e mappe delle possibili strade dell'innovazione) e quindi lo Sviluppo dei *Concept* e delle Soluzioni Progettuali.

Design Thinking

Il *Design Thinking* definisce un modello progettuale di *problem solving*, organizzato in differenti fasi: identificazione del problema (*emphatize*), definizione del contesto (*define*), delineazione di possibili soluzioni (*ideate*), prototipazione (*prototype*), validazione del prodotto (*test*) e implementazione della soluzione applicata (*implement*). Il metodo è applicato sempre più frequentemente non solo al design, ma anche in nuovi modelli di *business* o nei processi di ideazione e organizzazione di *startup*. Il *Design Thinking* permette di coinvolgere i lavoratori all'interno del processo di innovazione, di creazione e nei cambiamenti dei processi produttivi: il modello è infatti stato adottato come metodo lavorativo in alcune delle aziende più importanti del mondo.

Le tre metodologie sono confrontabili e presentano diversi elementi in comune. Obiettivo di questo articolo è focalizzare l'attenzione sul metodo dell'*Exploring Design* presentando i risultati del Laboratorio omonimo, del 3° anno, del Corso di Laurea in *Design e Comunicazione Visiva*, dall' a.a. 2012/'13 all'a.a. 2017/'18. L'analisi finale dei progetti risultanti dai diversi corsi metterà in risalto differenti letture, quali quelle per ambiti applicativi, per *target* e per tipo di committenza, delineando come nei sei anni del Laboratorio il Design senza committenza e i meta-ambiti proposti agli studenti siano stati affrontati. Obiettivo a lungo termine è quindi un confronto maggiormente approfondito tra i tre metodi presentati e quindi un raffronto multicentrico tra i risultati raccolti da ciascuno di essi.

Il laboratorio di Exploring Design: dal 2012/13 al 2017/18

Tre sono le discipline coinvolte nel Laboratorio: Design, Nuovi Materiali per il Design e Valutazione Economica del Progetto. Obiettivo comune è affrontare tematiche progettuali *esplorative* di meta-ambiti, dedicate sia al prodotto sia al progetto grafico-virtuale. Le tre discipline collaborano per la definizione delle proposte progettuali, per valutarne l'impatto funzionale, materico-tecnologico, economico, l'apporto innovativo.

I meta-ambiti oggetto dell'esercitazione di Laboratorio sono sempre approfonditi anche grazie al supporto di esperti esterni (di materiali, innovazione, discipline specifiche dedicate ai meta-ambiti oggetto delle esercitazioni, quali, ad esempio, acustica, resistenza al fuoco, ecc.), progettisti, artigiani ed ergonomi cognitivi che intervengono a lezione con l'obiettivo di mettere in luce i possibili sotto-ambiti secondo cui strutturare la griglia dello Scenario comune e di approfondire le tematiche oggetto dei percorsi progettuali identificati nel Laboratorio.

Di seguito sono riportate brevemente le tematiche affrontate in questi anni e i progetti sviluppati dagli studenti.

La Luce. Interazione materiali-luce

Per l'esercitazione dell'a.a. 2012/'13 del Laboratorio di *Exploring Design* il tema prescelto è stato *La Luce. Interazione materiali-luce*. 160 studenti hanno elaborato

circa cinquanta proposte progettuali. La tematica è stata affrontata e letta attraverso differenti categorie, quali: trasportare la luce, riflessione, giochi di luce e di colore, luce come energia-velocità-movimento, luce come scultore, luce come suono, *non luce*, ecc.

Alcune delle proposte progettuali sono relative a giochi da tavola da utilizzare al buio, tende mutanti che consentono un passaggio *controllato* della luce grazie all'utilizzo di materiali (metalli) fotosensibili, veneziane moderne che proiettano ombre ispirate a quelle presenti in natura per scolpire spazi domestici, ecc.

Sono come Suono. Progettare oggetti sonori

Il tema scelto per l'esercitazione dell'a.a. 2013/'14 è il suono: *Sono come Suono. Progettare oggetti sonori*. La prima fase del laboratorio ha visto un'esplorazione degli scenari individuati come primo passo per l'analisi del meta-ambito allargato (suono progettato, suono di processo, non suono, suono tecnologico, suono e luoghi, suono come energia, suono emotivo, ecc.).

Sono state elaborate una cinquantina di proposte progettuali molto differenti: dal carillon per *far suonare* le biciclette e l'armonica per le auto elettriche, a sistemi per ascoltare la *storia* dei prodotti, a siti web per udire i suoni del mondo direttamente a casa propria, a complementi d'arredo per ridurre e sensibilizzare al tema dell'inquinamento acustico, a prodotti per l'*outdoor* o per il *food* dove il suono/non suono è il principale requisito di progetto.

Superfici e Oltre

Il tema dell'esercitazione dell'a.a. 2014/'15 è l'indagine delle possibilità progettuali applicate all'ambito *Superfici*. Tema approfondito dedicando particolare attenzione a problematiche quali la questione dell'identità delle superfici, le loro capacità di interagire con l'uomo e l'ambiente, fino al valore dell'imperfezione e della decorazione oggi. Il laboratorio ha visto coinvolti 170 studenti che hanno elaborato uno Scenario articolato in 13 possibili linee di ricerca e quindi finalizzato il lavoro in circa 40 proposte progettuali dedicate alla creazione di nuove superfici attive, *smart*, in grado di comunicare la loro nuova natura *più interattiva* o *più sostenibile*, fino alle proposte più attente alla valorizzazione degli scarti delle lavorazioni o più *digitali* che prendono anche spunto da colte esperienze del passato (il Decorativo degli anni settanta del Novecento).

Dematerializzazione. Less is more (?)

La riflessione sul processo di *Dematerializzazione* che interessa molti ambiti della produzione e che ha profondamente variato, negli ultimi anni, il nostro rapporto con un grande numero di oggetti della vita quotidiana è stato proposto a 150 studenti al fine di progettare un semilavorato/prodotto/prodotto grafico/servizio nel quale il processo di dematerializzazione fosse protagonista, senza dimenticare però il lato *materiale* dell'artefatto (eventualmente anche solo alludendovi), in

modo da aumentare il valore aggiunto dell'esperienza con il servizio-prodotto stesso. 12 le linee di indagine dello Scenario emerse da queste riflessioni tra le altre: la questione della dematerializzazione in funzione del tempo che altera le caratteristiche dei prodotti; la dematerializzazione sensoriale per cui alcuni prodotti non appaiono per quello che sono; la dematerializzazione dei luoghi e dei riferimenti degli spazi, ecc. Circa 40 le proposte progettuali, molto diversificate per i temi analizzati nello Scenario stesso, dedicate, ad esempio, a dematerializzare mobili di casa, in modo da poterli portare con sé in viaggio; app per visitare o conoscere da casa paesi lontani con il supporto di nuovi amici *ciceroni* contattati in rete.

Luce e materia

Nell'a.a. 2016/'17 oggetto dell'esercitazione è la riflessione sulla relazione fra *Luce e Materia*, ambito che era già stato oggetto di un'esplorazione di progetto, e che è stato volutamente riproposto dalla docenza per riflettere su come lo stesso tema possa dare risultati di volta in volta originali e sempre attuali, utilizzando la metodologia dell'*Exploring Design*. Gli studenti hanno elaborato circa 25 proposte progettuali, molto diversificate fra loro dedicate, ad esempio, a guidare le visite nei musei con *brochure* evolute in grado di far scoprire informazioni in più al visitatore, paralumi origami e kirigami per rinnovare sorgenti luminose pre-esistenti e giocare con la luce con soluzioni fai-da-te, luci di emergenza che si attivano solo in caso di terremoto, ecc.

(Al) Fuoco!

L'ultimo anno accademico è stato dedicato alla riflessione sulle potenzialità dell'elemento *fuoco* letto in tutte le sue sfaccettature, come energia, calore, strumento per lavorare e trasformare i materiali, strumento di difesa, pericolo, ecc.

Gli studenti hanno elaborato circa 40 proposte progettuali dedicate, ad esempio, a degustare il fuoco, realizzare sistemi di protezione dal fuoco (e dal fumo) portatili e personali, per piccoli incendi domestici, e ancora, gioielli che raccontano la tragedia degli incendi boschivi che hanno martoriato le valli torinesi nell'autunno 2017, *packaging* per prodotti enogastronomici nei quali il fuoco è elemento fondamentale nella preparazione, pentole per sfruttare al massimo la potenza riscaldante del fuoco.

Lettura finale: il trend dei progetti

Le esplorazioni progettuali dei temi elencati nella sezione precedente hanno dato vita ad un *corpus* totale di circa 200 progetti, suddivisi in un numero variabile da 25 a 45 progetti all'anno, in funzione del numero totale di studenti che hanno frequentato il corso e della numerosità dei gruppi di lavoro stessi.

Questo *patrimonio* di progetti è stato analizzato secondo alcune possibili chiavi di lettura di seguito elencate, al fine di permetterne un'osservazione retrospettiva critica, e visualizzarne degli andamenti di massima.

Letture per ambiti applicativi

Una prima lettura possibile è legata alla distribuzione dei progetti secondo diversi ambiti applicativi. Per fare ciò, è stata presa come riferimento la categorizzazione degli ambiti tematici proposta dall'Associazione per il Disegno Industriale (ADI):^[1] design per l'abitare, design per la persona, design per il comparto enogastronomico, design per la mobilità, design per il lavoro, design dei materiali e dei sistemi tecnologici, design per la comunicazione, *Exhibition Design*, design dei servizi, design per il sociale. Trasversalmente a tutti i temi proposti, il design per l'abitare ed il design per la persona si confermano essere le applicazioni più frequentate dalla maggior parte dei progetti nel corso degli anni, coerentemente con le sfide più *tradizionali* del design. Tematiche quali l'esplorazione nel mondo delle superfici o della dematerializzazione hanno consentito un affondo specifico rispettivamente nel mondo dei materiali e dei sistemi tecnologici e in quello del design dei servizi, dovuti alla numerosità dei progetti di nuovi materiali o di superfici o sistemi tecnologici evoluti, più comunicativi, attivi, e di app e nuovi servizi in grado di implementare la condivisione di beni e spazi quali, ad esempio, vestiti, sale studio, ecc. Sempre da questa lettura si evince come alcuni temi (l'esplorazione sui temi di suono e fuoco) più di altri abbiano permesso una distribuzione omogenea dei progetti fra i differenti ambiti applicativi, a riprova della validità del metodo di esplorazione come strumento per differenziare e far volutamente divergere le proposte progettuali. Infine il confronto diretto tra risultati ottenuti a partire dallo stesso tema riproposto in chiave molto simile a cinque anni di distanza vede nella seconda edizione meno frequentate le applicazioni del design per la persona a favore del design per la comunicazione e del design sociale.

Letture per fasce d'età dei destinatari del progetto

Una seconda lettura possibile e molto frequente, seppur di massima e – giustamente – spesso messa in discussione, è data da una suddivisione per fasce d'età. In questo caso, il *taglio* possibile potrebbe vedere a confronto progetti esplicitamente pensati per l'infanzia, per l'età adulta e per la vecchiaia. Questa lettura evidenzia una sproporzione netta fra destinatari dei progetti analizzati, a favore del pubblico di fascia adulta. Questa tendenza è motivabile riflettendo sulla necessità (che può essere letta come un ostacolo progettuale dallo studente) di coinvolgere esperti *ad hoc* per fasce di destinatari *particolari*, quali ad esempio i bambini o gli anziani. Complessivamente si può comunque affermare che questa lettura debba essere accolta con sguardo attento, tenendo a mente il caposaldo del *design for all*, inclusivo, al quale è richiesto che tendano tutti i progetti del corso.

Letture per tipo di committenza

La terza lettura proposta stimola una riflessione sull'evoluzione del tipo di committente identificato applicando il metodo dell'*Exploring Design*. Coerentemente con il concetto di design *senza committenza* che prevede di trovare il giusto committente, qualora ve ne sia uno, in grado di soddisfare nuovi bisogni nati dal mercato e rendere

operativo il progetto del designer-esploratore/navigante (Germak & De Giorgi, 2008), la maggior parte dei progetti in questi anni si è orientata verso nuovi committenti pur sempre appartenenti al mondo dell'industria, seppur secondo un *trend* lievemente in calo. Negli ultimi anni infatti, complici probabilmente anche le tematiche scelte, assistiamo a una crescita di presenza di progetti in grado di auto-sostentarsi, auto-prodursi, di configurazioni in *start-up*, oltre che in progetti in cui spicca un approccio DIY (*Do It Yourself*), agevolato da piattaforme *open source*, app, proposte dal basso. L'autoproduzione, che caratterizzata gli anni Duemila, come riportato nel paragrafo 1, trova dunque corrispondenza nelle proposte progettuali degli studenti, negli ultimi anni sempre più rivolte ad altre tipologie di produzione. Proprio quest'ultima tendenza, forse più di quelle emerse ai punti precedenti, ci proietta nella postmodernità e apre degli interrogativi e delle prospettive sull'evoluzione delle forme del design, in stretta relazione con le trasformazioni dell'industria e della tecnologia.

Il design per la nuova modernità

L'approccio dell'*Exploring Design* e, più in generale, del design senza committenza risultano di particolare interesse in quanto capaci di delineare nuove soluzioni progettuali, prodotti o servizi innovativi rispondenti a bisogni, utilizzi, situazioni o *target* al momento non soddisfatti. La mancanza della forza della committenza tradizionale, in flessione a causa della crisi economica, permette ai designer di affrontare questo aspetto della modernità con forza e allo stesso tempo con rigore.

La nuova modernità non deve essere letta negativamente ma come un'evoluzione di modi di progettare: per il designer la nuova modernità presenta nuove sfide da affrontare anche, come insegna l'*Advance Design*, con tempi lunghi, per introdurre un'innovazione che non sia solo incrementale ma che sia radicale, per riformare la cultura, i valori e il significato di prodotti, servizi e modelli di *business*.

Un ulteriore confronto del metodo dell'*Exploring Design* con i metodi del *Design Thinking* e dell'*Advance Design*, applicate all'interno dei corsi di laurea in Design, permetterà di analizzare quali sono le tendenze del design senza committenza, quali gli ambiti di applicazione maggiormente frequentati, quali le innovazioni tecnologiche ipotizzate, quali i *target* indagati e da indagare, e quali le committenze ipotizzate e desiderate dai progettisti di domani, per un'approfondita lettura della nuova modernità.

^[1] <http://www.adi-design.org/ambiti-tematici.html> (consultato il 18 maggio 2018).

References

- > Celaschi, F. (2015). *AdvanceDesign Points of View*. In M. Celi (cur.), *Advanced Design Cultures. Long-Term Perspective and Continuous Innovation* (pp. 3-17). Basel, Switzerland: Springer International Publishing.
- > Dal Falco, F. (2014). *Materiali e tipi autarchici. La cultura del prodotto tra industria e artigianato nell'Italia dei primi anni quaranta*. In *AIS Design*, 4. Disponibile da <http://www.aisdesign.org/aisd/materiali-e-tipi-autarchici-la-cultura-del-prodotto-tra-industria-e-artigianato-nellitalia-dei-primi-anni-quaranta>
- > Deserti, A. (2010). *Mappe dell'Advance Design*. In M. Celi (cur.), *AdvanceDesign: Visioni, percorsi e strumenti per predisporre all'innovazione continua* (pp. 47-64). Milano: McGraw-Hill.
- > Deserti, A. & Rizzo, F. (2014). *Design and the cultures of enterprises* (pp. 36-56). In *Design Issues*, 30(1).
- > Germak, C. & De Giorgi, C. (2008). *Exploring Design*. In C. Germak (cur.), *Man at the centre of the project: design for a new humanism* (pp. 53- 70). Torino: Umberto Allemandi.

Il numero monografico di **diid** con il titolo *Design After Modernity*, propone una riflessione sul tema della modernità e della sua attualità in rapporto alle questioni del progetto di Design, aprendo il dibattito sulla ricomposizione e la ri-articolazione del nostro tempo, oltre la nostalgia verso un passato che potrebbe diventare un rifugio e per fuggire da un futuro che si presenta come incerto, se non come minaccia.

Dopo i grandi progetti collettivi, l'idea di progresso si privatizza in un presente onnivoro e apre una serie di questioni: quale è il destino del progetto in un tempo che rinuncia allo sviluppo progressivo della storia? Se il progetto dell'artificiale è la rappresentazione della nostra cultura materiale, quali sono le forme che riescono a interpretare ancora un progetto collettivo?

Design After Modernity intende indagare sull'attualità del progetto moderno e le sue espressioni contemporanee nel progetto di Design. Chiosando Amleto, che esclama "Time is Out of joint" dopo aver incontrato il fantasma del padre, se il nostro tempo è scardinato: "che proprio io sia nato per rimetterlo in sesto?" Sarà il Design a ricostruire un'idea collettiva di futuro?

Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Sabrina Lucibello

