POLITECNICO DI TORINO
Repository ISTITUZIONALE

Meta-artigianato e design da collezione. Nuovi scenari di promozione, commercializzazione e consumo nella transizione digitale.

Original
Meta-artigianato e design da collezione. Nuovi scenari di promozione, commercializzazione e consumo nella transizione digitale.
Meta-craftsmanship and collectable design. New scenarios of promotion, marketing and consumption in the digital transition, / Germak, Claudio; Gabbatore, Stefano; Abbate, Lorenza. - ELETTRONICO. - (2023), pp. 295-302. (Intervento presentato al convegno Design Intorno tenutosi a Alghero nel 4-5 luglio 2022).

Availability:
This version is available at: 11583/2976165 since: 2024-01-31T08:02:12Z

Publisher:
SID Società Italiana di Design

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)

12 October 2024

SID Società Italiana di Design
Italian Design Society

DesignIntorno

Atti della Conferenza annuale della Società Italiana di Design

A cura di
Nicolò Ceccarelli
Marco Sironi

Alghero, 4 e 5 luglio 2022

SID Società Italiana di Design
Italian Design Society

DesignIntorno

Atti della Conferenza annuale della Società Italiana di Design

A cura di
Nicolò Ceccarelli
Marco Sironi

Alghero, 4 e 5 luglio 2022

SID Società Italiana di Design
Italian Design Society

Consiglio direttivo

presidente
Raimonda Riccini

vice presidente
Daniela Piscitelli

segretario
Giuseppe Di Bucchianico

consiglieri
Niccolò Casiddu
Lorenzo Imbesi
Pier Paolo Peruccio
Lucia Pietroni
Lucia Rampino
Maurizio Rossi

DesignIntorno

Atti della Conferenza annuale della Società Italiana di Design
A cura di
Nicolò Ceccarelli
Marco Sironi

Progetto grafico e impaginazione
laboratorio *animazionedesign*, Dadu, Alghero
Marco Sironi, Viola Orgiano, Roberta Ena, Paola Dore

Copyrights
CC BY-NC-ND 3.0 IT
È possibile scaricare e condividere i contenuti originali a condizione che non vengano modificati né utilizzati a scopi commerciali, attribuendo sempre la paternità dell'opera all'autore.

dicembre 2023
Società Italiana di Design, Venezia
societaitalianadesign.it

ISBN 9788894338072

Indice

#OUVERTURE

p. 9 **Dell'intorno. O dell'insieme aperto**
R. Riccini

11 **Introduzione**
N. Ceccarelli, M. Sironi

13 **Intorno a "Design Intorno"**
N. Ceccarelli

16 **Cartoline da Alghero**
M. Sironi

21 **Cercare e trovare un maestro**
M. Brusatin

27 **Speculations**
Pete Thomas

#INTERMEZZO / per Stefano Asili

#TRACK 1 : *fare* esperienza

41 **Riancorarsi al territorio: il progetto come "campo relazionale" e ambiente interattivo**
L. Decandia

/ progetti

46 **Design per il paesaggio naturale. Strategie di interazione semiotica tra uomo e ambiente**
V. P. Bagnato

53 **HMI design for a self-driving car. Integrated communication between the urban environment and a vehicle**
F. Caruso, V. Arquilla, F. Gaetani, F. Brevi

66 **Forme della tipografia nello spazio pubblico. Lettering urbano a Venezia**
P. L. Farias, E. Bonini, Lessing, F. Bulegato

77 **MEET. Multifaceted Experience for Enhancing Territories**
A. Bosco, S. Gasparotto

87 **Quartieri sani e inclusivi. Il design per lo sviluppo di strategie e scenari progettuali per città prossime e in salute e per l'invecchiamento attivo della popolazione**
S. Viviani, D. Busciantella Ricci

95 **Scenari e strumenti per XR senza visore. Un sistema gestionale per installazioni immersive museali, fuori dalla bolla**
V. Malakuczi

106 **Gli spazi e i tempi della fabbricazione digitale. L'impresa Maker nella Regione Lazio e il rapporto con il territorio**
L. D'Elia

115 **SiRobotics. Progettazione HCD di un robot umanoide assistenziale**
C. Porfirione, F. Burlando

/ idee

p. 125 **Design Sistemico per la Civiltà dell'Acqua**
C. Padula

133 **EMPS. Exhibit museale per la pre-diagnostica posturale e la promozione della salute**
G. Nichilò, G. Pontillo

139 **SWAPHYPE. Servizio compensatore di pratiche di riuso**
C. Olivastri, G. Tagliasco, X. Ferrari Tumay, D. Schillaci

146 **Tipografia italiana e *paulistana* dei primi del '900. Proposta di un archivio aperto per una comparazione di documenti**
F. Mariano Cruz Pereira, E. Lessing, P. Farias

153 **Geografie, relazioni e ritual personas. Strategie e strumenti di progettazione partecipata per l'heritage made in italy**
F. Delprino, L. Parodi, O. Tonella, S. Pericu

#TRACK 2 : *intrecciare* saperi

/ progetti

166 **Intessere reti di territorio: esperienze di dialogo con l'intorno, tra digitale e formazione**
I. Fiesoli, E. D'Ascenzi, D. de Spirito, M. Sottani

179 **Archivio e direttore creativo. Heritage come progettazione**
D. Colussi

186 **Smart & green design. Per un arredo urbano interspecie**
A. Morone, I. Caruso, S. Parlato, S. Iole, G. Nicolau Adad

198 **Meta 4.0. Possibilità e potenzialità della progettazione 4.0**
L. Casarotto, P. Costa, A. de Feo

208 **Design con il Mediterraneo. Progettare in un nuovo intorno.**
M. Marseglia, F. Cantini, E. Matteucci, M. Vacca, A. Tanzini

219 **Produzione additiva per il merchandising museale. Prospettive progettuali nella valorizzazione del patrimonio**
I. Caputo, M. Oddone

228 **SPHead. Smart Personal Health-care Devices. Soluzioni integrate per il monitoraggio dello stato di salute degli anziani nelle RSA**
A. Giambattista, L. Di Lucchio, C. Gironi

237 **Moowe. Un servizio inclusivo per l'orientamento di persone con disabilità visive a Venezia**
M. Manfroni, C. M. Priola, L. Casarotto, P. Costa

248 **Inter-connessioni urbane. Rigenerazione di spazi dimenticati all'interno del Comune di Borgo San Lorenzo (FI)**
F. Armato, P. Bagheri Moghaddam, M. Corti, L. Petrini

257 **L'identità svelata. Il design narrativo e lo spazio urbano**
S. Follesa, P. Yao, A. Cheng

/ idee

267 **Design per la sostenibilità socio-ambientale come medium culturale per lo scaling-out dell'agroecologia**
M. Manfra

p. 272 **Circular Made in Italy.**
Una strategia di Design per un'innovazione sostenibile di identità e cultura materica dei territori nazionali a partire da scarti
F. Papile, L. Trebbi, V. Coraglia, T. Leone, F. Cantini

280 **Color Hub.**
Riscoprire la tradizione tintoria attraverso una visione cross-settoriale
A. Pereno

287 **Promuovere la cultura della sostenibilità.**
Design Sistemico per uno sviluppo territoriale sostenibile, in sinergia con il Distretto UNESCO
A. Aulisio

295 **Meta-artigianato e design da collezione.**
Nuovi scenari di promozione, commercializzazione e consumo nella transizione digitale
S. Gabbatore, L. Abbate, C. Germak

303 **Tessuti riciclati sostenibili basati sulle tende beduine tradizionali**
G. M. Cito, O. Alazhari

315 **Il gioiello 4.0.**
Gli impatti dell'artigianato tecnologico nel distretto orafo vicentino
E. Cunico

323 **230 Miglia Blu.**
Disegnare un legame lungo 230 miglia passando dal mare
L. Inga

333 **Intercultural craft.**
Progettare un ponte tra le conoscenze e le culture tradizionali
M. Vacca, F. Ballerini

343 **I "Cadernos de refêrencias" di Hudinilson Jr.**
Una proposta di rimediazione digitale
S. Rossi

#TRACK 3 : *generare* conoscenza

352 **Generare conoscenza: partecipazione, progettazione e terza missione**
A. Calosci

/ progetti

357 **Innovare lo scenario della pubblicazione scientifica in design.**
Progettare "living publications"
E. Lupo

370 **Polemica e design.**
Il dissenso nella pratica critica e come pratica progettuale
I. Patti

378 **Aura educational tool.**
Design per l'insegnamento attivo di tecnologia e sostenibilità
A. Morone, I. Caruso, S. Parlato, I. Sarno, G. N. Adad

388 **Design for Social Impact.**
Riflessioni in itinere sull'esperienza didattica di un laboratorio interdisciplinare sui temi del design per l'impatto sociale
C. Campagnaro, V. Bosso

400 **Progettazione e riciclo di imballaggi cellulosici.**
Aumentare la consapevolezza dei designer di imballaggio sul loro ruolo nella progettazione in una prospettiva di economia circolare
R. Santi, A. Marinelli, F. Papile, B. Del Curto

408 **Turning Design Research to Care.**
Ricerca sperimentale per la progettazione di una educazione sostenibile e inclusiva
A. Pollini, G. A. Giacobone

p. 417 **Design Education per l'Economia Circolare.**
Approccio co-disciplinare nell'acquisizione di hard e soft skills
S. Barbero

426 **Il laboratorio Living Hub.**
La tecnica della simulazione al servizio del progetto HCD
I. Nevoso, A. Vacanti

436 **Good Plastic.**
Strumenti per l'innovazione sostenibile e la comunicazione dei prodotti in materiali polimerici
P. Costa, L. Badalucco, L. Casarotto

445 **Databook design per fare innovazione.**
Uno strumento di ricerca e analisi per attivare progettualità sostenibili
S. Cretaio, S. Degiacomi, L. Moiso, C. Marino, C. Remondino, P. Tamborrini

456 **Pensiero, Produzione ed Educazione Responsabili.**
Il progetto di Winter School internazionale
L. Succini, E. Formia, V. Gianfrate, E. Ciravegna, R. M. León Morán

466 **Progettare per la società liquida.**
Uno sguardo verso una differente prospettiva human-centered
G. Mincolelli, F. Petrocchi, S. Imbesi, M. Marchi, G. A. Giacobone

/ idee

476 **Interior design come piattaforma collaborativa.**
Uno spazio data-driven per la conoscenza condivisa sulle risorse materiali
L. Calogero, M. De Chirico, A. de Feo

485 **Soluzioni sostenibili per il design digitale.**
Sensibilizzare sull'impatto ambientale del web attraverso l'info-design
S. Melis, D. Murgia, P. Dore

497 **"Rin/tracciare" la rete della vita.**
Tecnologia ed ecologia verso bio-futuri preferibili
C. Rotondi

506 **Design per le Comunità.**
Strumenti di comunicazione collaborativi per il progetto sociale di prossimità al rione Sanità di Napoli
I. Caruso, S. Parlato, I. Sarno, G. Nicolau Adad

516 **Your Only Thing Is Space.**
Le interfacce digitali come dispositivi di potere sui luoghi: un framework di ricerca
M. Ciaramitaro

524 **Patient-Centered Data.**
Analisi e visualizzazione di dati patient-centered per la comunicazione medico/scientifica
R. Angari

534 **Gender-complexity by design.**
Decostruire il binarismo di genere attraverso il design di packaging innovativ e sostenibili
C. Marino, C. Remondino

542 **Trouble #1. Design history.**
A new sight on design through gender studies and intersectionality
S. Iebole, V. Piras, L. Chimenz

551 **Complex and Multidisciplinary Identities.**
Nuovi processi per la costruzione di identità complesse e democratiche
A. Liçaj, D. Giorgetta

#FINALE / album della Conferenza 2022

Meta-artigianato e design da collezione

Nuovi scenari di promozione, commercializzazione e consumo nella transizione digitale

Lorenza Abbate
lorenza.abbate@polito.it

Stefano Gabbatore
stefano.gabbatore@polito.it

Claudio Germak
claudio.germak@polito.it

Dipartimento di Architettura e Design, Politecnico di Torino

Il metaverso, nell'accezione data da Neal Stephenson nel romanzo cyberpunk *Snow crash* (1992) di "spazio tridimensionale ad interazione digitale", comincia a rappresentare un'opportunità per mostrare e raccontare una determinata opera o prodotto senza necessariamente procedere alla sua realizzazione fisica, oppure all'opposto tradurre in digitale ciò che è fisico attraverso un'operazione di reverse engineering. L'entusiasmo per il metaverso ha motivazioni diverse, ma tutte comportano una forte inclusione del consumatore: sul piano funzionale consentono di valutare a distanza le proprietà dimensionali, cognitive ed espressive di un prodotto, mentre sul piano emozionale, aspetto che maggiormente interessa questa idea di ricerca, sono in grado di innescare nuovi processi di fruizione partecipata del prodotto/opera. Pertanto, è obiettivo dell'idea di ricerca comprendere le modalità con le quali l'artigianato tradizionale e quello digitale possano collaborare in un prossimo futuro per trovare nuovi strumenti per ampliare la promozione, la vendita e la dimensione del valore delle proprie opere usufruendo dello spazio virtuale del metaverso. Nel modello simbolico di Fig.1 le due torri dell'artigianato tradizionale e digitale sono osservatori virtuali di un metaverso qui rappresentato da layer trasparenti come spazio virtuale della collaborazione tra questi due mondi.

The metaverse, in the meaning given by Neal Stephenson in the cyberpunk novel Snow crash (1992) of "three-dimensional space with digital interaction", begins to represent an opportunity to show and tell a specific work or product without necessarily proceeding to its physical realization, or on the contrary, translating what is physical into digital through a reverse engineering operation. The enthusiasm for the metaverse has different motivations, but all of them involve a strong inclusion of the consumer: on the functional level they allow to evaluate at a distance the dimensional, cognitive and expressive properties of a product, while on the emotional level, an aspect that most interests this idea of research, are able to trigger new processes of participatory use of the product/work. Therefore, it is the objective of the research idea to understand the ways in which traditional and digital craftsmanship can collaborate in the near future to find new tools to expand the promotion, sale and dimension of the value of one's works by taking advantage of the virtual metaverse space. In the symbolic model of Fig.1, the two towers of traditional and digital craftsmanship are virtual observers of a metaverse represented here by transparent layers as a virtual space of collaboration between these two worlds.

Parole chiave:
meta-artigianato, artigiano artista, designer artigiano, metaverso.

Introduzione

Quando si parla di artigianato ad alto contenuto artistico e di design da collezione, il riferimento primo è alla figura dell'artigiano/designer demiurgo, protagonista dell'intera attività creativa, dall'intuizione alla commercializzazione del prodotto (Sennet, 2008). Con questa visione, diverse ricerche hanno cercato di comprendere le modalità e gli strumenti più adatti per mettere in evidenza il valore di un lavoro unico ed autentico, frutto di competenze e tecniche antiche e di raffinato impiego di materiali locali. Motivo per cui la comunicazione e promozione dell'opera artistica, ivi comprendendo anche le forme di arte/design, è diventata una missione del design di servizio e strategico, nel tentativo di conciliare due dimensioni di segno opposto, locale e globale (De Giorgi & Germak, 2008). Da qui la possibile mediazione di queste due dimensioni in un approccio glocale (Bauman, 2005), capace di conservare l'identità dei manufatti prodotti in locale ma anche esportabili sul piano internazionale (Foglio, 2004). Nel tempo questa visione, a partire dagli anni duemila, è stata supportata da numerose iniziative istituzionali e corporative come mostre e fiere specializzate che operano alle diverse scale e in diversi luoghi anche lontani

SID Società Italiana di Design
Italian Design Society

dal territorio di genesi, dai portali web dell'artigianato fino alle attuali vetrine digitali nel metaverso per collezioni di alto valore espressivo. Anche l'industria, in particolare quella del lusso, ha fatto e sta facendo la sua parte, adottando artigiani di eccellenza per valorizzare le proprie collezioni attraverso prodotti capaci di narrare la tradizione e le competenze di territori lontani (Micelli, 2016).
Tuttavia, la sopravvivenza dell'artigianato artistico e del design da collezione, come realtà non solo culturali ma anche economiche, necessita di nuove prospettive di valorizzazione, promozione diffusa, commercializzazione e modalità di consumo alternative. Alcune ancora fortemente legate al territorio e pertanto all'attrazione turistica che rappresentano, altre invece orientate all'uso delle reti per la promozione e commercializzazione dei prodotti/opere. Due modalità che vedremo ancora convivere a lungo e che costituiscono l'obiettivo di indagine di questa "idea di ricerca".

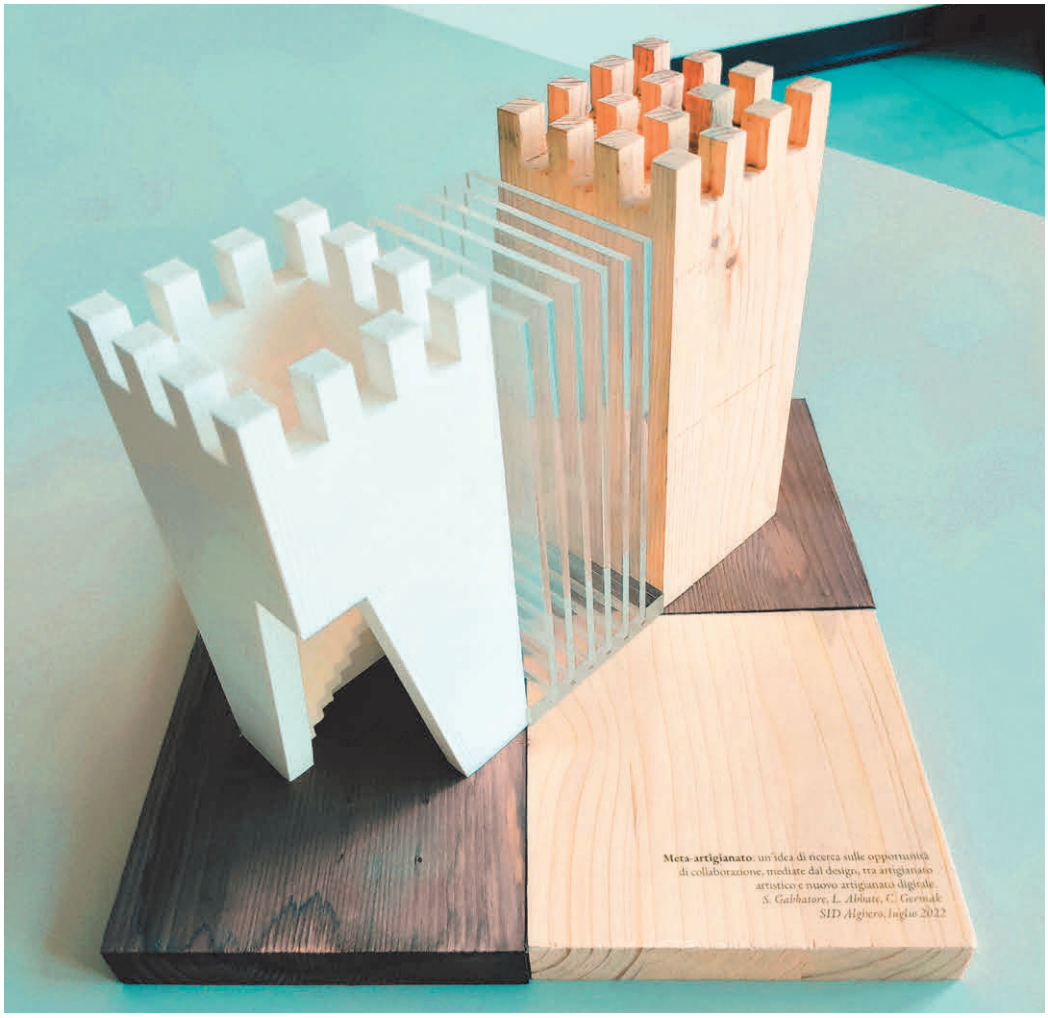

Fig. 1 - Modello simbolico di una scacchiera virtuale sulla quale si gioca la collaborazione nel metaverso tra le torri che rappresentano l'artigianato tradizionale e quello digitale.

Quale artigianato?

L'artigianato ha subito innumerevoli trasformazioni nel corso dei secoli, sia sotto l'aspetto del ruolo sociale sia di quello produttivo. Molti mestieri artigianali oggi non esistono più, laddove l'industrializzazione ha reso obsoleto e non più sostenibile il loro lavoro; altri mestieri invece, in un connubio tra uso delle macchine e manualità conservano una forte identità artigianale, che sovente si traduce in valore fondante per il manufatto; altri ancora sono nati in tempi recenti dall'incontro con nuove tecnologie e nuove macchine che alimentano tecniche operabili per manufatti fisici o virtuali. In questo scenario è possibile

individuare quattro principali tipologie di artigiano, anche se i confini tra loro non sono ben distinti:

- *l'artigiano tipico*, legato al territorio nell'uso di materiali locali e di tecniche tramandate da generazioni. Produce tendenzialmente manufatti d'uso interpretati attraverso linguaggi e stilemi anch'essi di derivazione territoriale. Esprimendo competenze sia funzionali sia decorative, sovente lo si trova collaborare con il designer, come dimostrano diverse attività imprenditoriali[1] e istituzionali[2] a sostegno dell'affiancamento di queste due figure;
- *l'artigiano artista*, dove l'eccellenza risiede nell'applicazione di una raffinata manualità e di una sofisticata ricerca espressiva. Questi artigiani, al pari dei "tipici", sono custodi di un sapere antico, legato alla tradizione e ai luoghi in cui operano, ma che non si limita alla realizzazione del manufatto, bensì esprime una personale ricerca di linguaggio;
- *l'artigiano del lusso*, lavora con materiali preziosi o comunque che richiedono alta competenza manuale. Produce manufatti da collezione, ma è anche sovente richiesto dall'industria del lusso per lo sviluppo di prodotti o di singoli componenti, come dimostrano le esperienze nel campo della moda, dei profumi, degli orologi o delle suppellettili da collezione;
- *l'artigiano digitale* è il risultato dell'incontro tra la dimensione artigianale e quella delle tecnologie digitali innovative di supporto alla progettazione sia software che hardware. Nel caso della stampa 3D, tecnologia più comune a questa figura, l'artigiano digitale, sovente nella figura di artsita/designer autoproduttore, integra le competenze manuali con quelle del disegno digitale.

Con l'artigianato artistico, arte e artigianato si incontrano per dare vita a prodotti, tendenzialmente di piccola dimensione in relazione al mercato dell'oggettistica, messaggeri di creatività e valori culturali. Questa articolazione sembra sussistere non solo sul territorio italiano ma anche nelle esperienze internazionali, in particolare quelle che già si conoscono in tema di cooperazione tra le università del design italiane e quelle dei paesi del nord Africa, dell'America Latina e dell'India principalmente (Tosi et al., 2015).
Queste quattro figure rappresentano anche una valida alternativa alla creazione di oggetti standardizzati, molti di produzione industriale anche se camuffati da artigianato, in risposta a una domanda crescente della gente nel cercare "l'altro come opportunità di espressione" (Lotti, 2015).
È pertanto tra gli obiettivi dell'idea di ricerca comprendere le modalità con le quali l'artigianato tradizionale in un prossimo futuro possa trovare nuovi strumenti per ampliare la promozione delle proprie opere affacciandosi su un mercato glocale anche aiutato dalla nuova dimensione del digitale.
Questo è in sintesi il macro-obiettivo di "un'idea di ricerca" che intende affrontare in modalità multidisciplinare il tema visto da scenari geografici e culturali diversi (4 Centri di ricerca internazionali coinvolti), esplorando scenari che da un lato prevedono ancora di valorizzare le modalità esistenti, dall'altro nuove forme, anche futuribili, facilitate dalla transizione digitale.

La valorizzazione dell'artigianato tradizionale

Nella visione di un artigianato tradizionale ancora fortemente legato al territorio come espressione della cultura geografica specifica, dei materiali locali e delle tecniche di lavorazione, le istituzioni hanno svolto e ancora stanno svolgendo un ruolo propulsivo. Numerose le iniziative in questa direzione: alcune avviate negli anni duemila, la stagione calda del recupero della cultura materiale come elemento della tradizione italiana connessa alla

storicità del suo territorio, altre orientate alla salvaguardia di un patrimonio culturale in declino che come ben sappiamo riguarda zone escluse dai flussi turistici di massa, come nel caso dell'economia montana piemontese o dell'artigianato sardo, ad esempio.
Tra le esperienze del primo caso è significativa quella promossa dalla Regione Piemonte attraverso la valorizzazione e premialità di alcune storiche produzioni artigianali con un *Marchio di eccellenza*, esemplare poiché guidato da veri e propri disciplinari per la valutazione, accompagnato da un *Portale web dell'Artigianato*. In realtà, dopo un primo periodo di adesione entusiasta da parte degli artigiani del settore cibo, legno e gioielli, attività trainanti l'economia piemontese in ambito artigianato, l'operazione del Portale entrò in declino per la difficoltà di diffusione dello strumento stesso. Mentre il Marchio è ancora oggi una garanzia di qualità e autenticità, valido supporto allo sviluppo delle specifiche economie artigianali. Testimonianza del secondo caso, siamo ora in Sardegna, è la vetrina dell'*Artigianato Artistico* che da alcuni anni raccoglie un'accurata selezione di opere uniche o multipli rappresentativi del ricco apparato decorativo sardo e delle raffinate tecniche impiegate nella creazione di gioielli, tessuti, pellame e cesteria. Nel 2015, anno dell'Expo Milano, a supporto dell'esposizione di queste collezioni venne poi realizzata un altrettanto raffinata campagna di comunicazione mirata alla valorizzazione del "segno decorativo sardo", attraverso interpretazioni grafiche e video digitali (Ceccarelli, 2020).
Da alcuni anni stiamo inoltre assistendo alla nascita di piattaforme multiscala in risposta alle difficoltà logistiche dell'esporre e movimentare le opere da parte di artigiani ubicati in territori tra loro distanti: si tratta di siti web dove comunità di artisti e designer pubblicizzano e vendono i propri lavori, ma solo dopo una accurata selezione delle proposte. Tra questi, *Hands on Design*, fondato a Milano nel 2015 con l'obiettivo di creare una vetrina con atmosfera poetica, distante dagli strilli dal mondo commerciale dell'oggettistica. Oppure *OTHR*, popolato solo da designers, noto per la ricerca di materiali e tecniche di trasformazione a basso impatto ambientale. Sono attività slow in tutti i sensi, nate per un mercato di nicchia dove gli oggetti non esistono a magazzino finché l'utente non decide di acquistarli: tra l'altro, ognuno di essi è dotato di un numero a testimonianza dell'unicità della produzione, aprendo così al mercato del collezionismo.
Salendo di scala incontriamo piattaforme web sempre più strutturate come quella di *Homo Faber* realizzata dalla Michelangelo Foundation for Creativity and Craftsmanship, dove l'incontro con l'artigianato avviene nell'ambito di un'offerta davvero ricca e multidimensionale. Attraverso la piattaforma l'utente ha infatti la possibilità di incontrare artigiani ubicati in diverse parti del mondo, assistere in video alla produzione dei loro capolavori e al contempo visitare musei della cultura materiale, gallerie, negozi fisici e virtuali. Un'operazione strategica che trova il suo apice nell'organizzazione di showroom e laboratori in città-evento già note per la presenza di storiche attività dell'artigianato, ultima delle quali nel 2022 è stata Murano-Venezia.

L'artigianato digitale

La figura dell'artigiano digitale rappresenta sotto l'aspetto culturale un'attività parallela all'artigiano tradizionale, da cui si differenzia per l'uso prevalente di tecnologie digitali tipiche delle produzioni 4.0. Il *digital manufacturing*, la pratica più diffusa, è infatti inscrivibile insieme alla realtà virtuale, alla realtà aumentata e alle declinazioni IoT tra le tecnologie 4.0, capaci di unire le potenzialità di lavoro di certi utensili con quelle di calcolo del computer e della rete, come avviene con le macchine a controllo numerico (CNC), quelle per il taglio laser e le stampanti 3D. Con l'affermarsi di queste nuove tecnologie e l'ingigantirsi delle reti si modifica anche il ruolo dell'artigiano nel sistema economico. Sale l'interesse sia per l'autoproduzione solitamente associata alla manifattura digitale sia per

l'open source a vantaggio di una diffusione della conoscenza e di processi di produzione a basso costo, senza barriere temporali e geografiche.
Anche l'interesse per la ricerca espressiva cresce, soprattutto verso la tensione e la complessità di forme e superfici che l'artefatto digitale rende possibili. Da cui una prima tassonomia riferita ai linguaggi che contraddistinguono tipi d'opera e delle relative lavorazioni.
Copia: opere che riproducono in scala, ma con fisionomia fedele, altre opere precedenti: capolavori del passato o più recenti icone popolari, come nel caso dell'*Umarell*[3].
Solitamente questi manufatti sono oggetto di meticolosi processi di finitura volti a renderli quanto più simili nelle superfici e nei materiali alla loro versione originale, cercando di nascondere tratti tipici delle tecniche adottate.
High-tech: opere finalizzate più ad esibire, che non per reali necessità, le complesse strutture formali di superfici 3D derivanti dal design parametrico. L'algoritmo parametrico consente infatti di modificare i parametri di struttura e superficie ottenendo infinite soluzioni strutturali ed espressive.
Biomorfismo: opere che con diversi livelli di imitazione si riferiscono (citazione) o evocano (allusione) esseri viventi come le piante, gli animali e il corpo umano. La tendenza a prediligere forme organiche in apparente movimento, con un accenno alle forme indefinite e sferiche di germi, amebe ed embrioni, può essere fatta risalire al gusto per il vegetale dell'Art Nouveau alla fine del XIX secolo.
Fantastico: opere che si basano sulla costruzione di figure con identità fantascientifica. Le opere si ispirano soprattutto alla letteratura e alla filmologia del fantastico.
Narrativo: opere che nella configurazione e nell'accostamento di elementi anche a scala diversa rievocano una storia nota o ne raccontano una nuova. Come nel teatro, in queste opere è fondamentale l'apparato scenico ideato per contestualizzare e allo stesso tempo stimolare l'interpretazione dell'osservatore.

L'incontro dei due mondi

Da una parte l'artigianato artistico tradizionale cerca nuove strade di promozione che possano conservare i propri valori culturali ma anche garantire un qualche successo economico; dall'altra l'artigianato digitale sembra promettere nuove direzioni di ricerca che coniugano il piano concettuale con quello realizzativo, attraverso geometrie non euclidee, rappresentazioni di mondi virtuali fantastici e linguaggi della meta-complessità.
Da qui nascono spontanei due quesiti: esiste una possibilità di collaborazione tra questi due mondi per una loro crescita e affermazione integrata pur nel rispetto delle proprie culture? Il collezionismo può essere alla base di un rinnovato interesse per l'opera di artigianato tradizionale e digitale allo stesso tempo?
Un primo scenario che la ricerca intende esplorare mette in campo le tecnologie più evolute del Web 3.0, oggi rappresentato dagli Nft (non-fungible token), dal metaverso e dalla trasposizione virtuale di manufatti attraverso l'olografia, che nell'insieme potrebbero essere punti di incontro tra artigianato tradizionale e digitale.
Nft_come cambia la proprietà dell'opera: utilizzando gli Nft si può immaginare che l'opera di artigianato artistico (tradizionale o digitale) una volta digitalizzata esista sia come originale fisico sia come copia virtuale, con due proprietari almeno: l'artigiano e il gallerista proprietario della collezione esposta nel metaverso. Gli Nft permettono infatti di contrassegnare univocamente i file all'interno di un ambiente digitale mediante un sistema crittografico che si pone come base di un contratto di compravendita, accessibile a chiunque e soprattutto sicuro. Anche se sul piano giuridico la materia è sotto stretta osservazione, ciò che richiede pertanto precauzione, si prefigura uno scenario di metaverso in cui la blockchain crea un sistema dell'arte parallelo a quello attuale,

comunque autorevole nel conferire valore ai file generati dagli utenti, indicando chi sono i creatori, chi sono i beneficiari e quale ruolo rivestono nel sistema. In questa direzione abbiamo già esempi concreti come *L'Associazione nuove arti digitali*, progetto sociale no-profit nato per difendere e promuovere proprietà, identità e unicità delle opere d'arte sia fisiche che digitali attraverso la tecnologia Nft della piattaforma *Tokenable.io*. Un progetto che secondo i creatori non si limiterà soltanto all'arte digitale ma anche ad opere fisiche, come quelle di pittori, scultori e artigiani (Belmonte et al., 2022).
Metaverso_un nuovo teatro per l'opera: sembra che il metaverso, nell'intento di creare scenari virtuali sempre più fantastici, anche se ancora rustici nella configurazione, consenta rappresentazioni emotive e funzionali delle opere. Capace in effetti di creare ambientazioni che valorizzano l'opera suggerendone le opportune collocazioni o di movimentare l'oggetto per farne vedere esterno e interno come in un'esplorazione medica e sempre con quel qualcosa di più, in termini di suggestione, rispetto alla realtà aumentata che già ci consente di verificare come "starebbero gli oggetti" nei nostri ambienti domestici o di lavoro. Ciò considerando, una volta che la risoluzione di immagine assuma maggiore definizione reale e il movimento si faccia più fluido, l'ingresso delle opere di artigianato tradizionale nel teatro del metaverso potrebbe avere un senso. Immaginiamo pertanto un processo in cui l'opera reale è scansita in reverse engineering con l'aiuto dell'artigiano digitale al fine di essere visitabile nel metaverso per essere gustata, acquistata e protetta dalla struttura blockchain. Senza necessità di scansione lo stesso processo potrebbe riguardare le opere in digital manifacturing, pronte anche per essere stampate fisicamente e inviate al cliente come già avviene sulle piattaforme web.
Olografia_un nuovo modo per fruire l'opera: in alternativa o in accompagnamento al possesso Nft dell'opera è possibile immaginare che il file olografico possa essere proiettato in una teca collocata in un ambiente del proprietario, così da essere gustato e mostrato ad altri con una vista a 360° proprio come se si trattasse di un'opera fisica, oltretutto esposta nella collocazione che pare più opportuna. Si pensa pertanto che anche l'olografia possa essere output tecnologico che merita un approfondimento in tema di design della comunicazione. Un'esplorazione da condursi sia a livello tecnico osservandone i progressi in termini di definizione dell'immagine e riduzione dimensionale di attrezzature e spazio necessario per la proiezione, ad oggi i maggiori ostacoli alla sua diffusione, sia a livello dell'esperienza utente, che andrà misurata in comparazione multicriteria con le altre tecniche di rappresentazione e manipolazione digitale (Torti, 2018).

Gli step della ricerca

L'idea di una ricerca a carattere internazionale attraverso la cooperazione di università e centri ricerca e multidisciplinare tra design strategico, economia della cultura e ingegneria informatica, si struttura su più livelli metodologici.
Una prima fase di analisi dello scenario e di valutazione dell'operabilità del tema prevede:

- il benchmarking sullo stato di valorizzazione e promozione dell'artigianato di arte e design nei 4 scenari geografici e culturali (Europa, Africa, America latina, Asia);
- la valutazione del grado di accettazione delle nuove tecnologie digitali in questo settore nei diversi contesti geografici di cui sopra;
- un confronto sul significato che nei vari contesti culturali viene associato alla transizione digitale in termini di trasformazione della rappresentazione da fisica a digitale per la valorizzazione del bene, attraverso nuove modalità di narrazione e interazione;
- l'esplorazione e valutazione degli attuali servizi che operano nel metaverso in settori affini della creatività (arte, moda, interni);

- la definizione di linee guida, strategiche e strumentali, condivise tra i 4 contesti internazionali per una veicolazione e accessibilità a più larga scala dell'artigianato artistico/design da collezione in ambito metaverso.

Una seconda fase, ora rivolta alla ricerca azione prevede la realizzazione di:

- un progetto strategico di design driven dell'artigianato artistico/design da collezione in ambito metaverso, a due livelli: il primo relativo alla digitalizzazione di opere fisiche eccellenti (i capolavori); il secondo invece aperto a nuove opere di artigianato digitale progettate per una fruizione con questa specifica modalità;
- ipotesi di design del servizio per il metaverso, con valutazioni in co-design sul grado di accettabilità, di sostenibilità e di convenienza economica e tutelare offerta dalla blockchain.

Prospettive future

L'opera artigianale, come visto fino ad ora, risponde alla diffusa richiesta di unicità e personalizzazione dei prodotti, caratteristiche che verranno ulteriormente amplificate all'interno di contesti digitali (Stefanidi et al., 2022). Inoltre, sotto il grande ombrello del Web 3.0 possono già oggi raccogliersi molti indizi sul vantaggio in termini di valorizzazione, diffusione e commercializzazione rappresentato dai mondi animati dalle tecnologie digitali, non ultimo la creazione di nuove economie generate dalla filiera della blockchain. E, proprio tramite la tecnologia della blockchain, si potrebbe avere al contempo una maggiore trasparenza e una maggiore protezione dei processi che contraddistinguono il lavoro dell'artigiano, dalla progettazione alla vendita. Uno scenario che prospetta un vantaggio, sia per l'artigiano che potrà facilmente aumentare il valore percepito delle sue opere e proteggersi da eventuali contraffazioni, sia per l'acquirente che potrà avere maggiori garanzie sul ciclo di vita del prodotto ed essere aiutato nello scambio di opere in futuro.
In questo scenario coloro che acquistano le opere sotto forma di Nft manterranno inevitabilmente un legame più forte con il loro creatore e da semplice acquirente questa figura si trasformerà in una sorta di investitore che potrà godere in modo più diretto della crescita dell'operazione.
Nasce dunque un nuovo tipo di relazione tra le parti in gioco, più stretta e duratura. Questa convergenza di interessi porta intrinsecamente a pensare ad una community che nasca intorno alla figura dell'artigiano, composta da chi è appassionato al tema del lavoro artigianale e nel caso sia anche acquirente di un'opera, da chi ha contribuito al progetto di plus valore ed è quindi direttamente interessato alla sua crescita. I membri della community saranno fonte di stimolo e supporto per l'artigiano, in quanto è abbastanza comune che in questi ambiti oggi si cooperi anche se con finalità diverse.
La community potrebbe quindi rivelarsi un prezioso asset nelle mani dell'artigiano: i membri cercheranno di aiutarlo nella crescita, forniranno preziosi feedback e proposte su iniziative da intraprendere per migliorare il progetto e rappresenteranno una base di clienti fedeli pronti ad acquistare le sue nuove opere. Una dimensione che potrà crescere e incentivare alla partecipazione dei clienti qualora l'artigiano decida di elargire vantaggi esclusivi per coloro che possiedono un Nft, come la possibilità di effettuare gli acquisti anticipati e a prezzi vantaggiosi, l'accesso a contenuti ed esperienze esclusive, la possibilità di avere un contatto diretto e richiedere ad esempio realizzazioni su misura. Ciò sarebbe perfettamente in linea con l'esigenza di un mercato che svela la passione per gli oggetti di ricerca, unici e personalizzabili, oltre il consueto e il quotidiano. E che costituirebbe un nuovo importante canale di vendita per l'artigiano.

Bibliografia

Bauman, Z., & Beilharz, P. (2005). *Globalizzazione e glocalizzazione.* Rome: Armando.

Benjamin, W. (2013). L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, 1-200.

Belmonte E., Vitelli M. & Fossatelli V. (2022). Nft e metaverso. Nasce l'associazione nuove arti digitali. In *Tendenze di viaggio, 3 gennaio 2022*, https://www.tendenzediviaggio.it/2022/01/03/nft-e-metaverso-nasce-lassociazione-nuove-arti-digitali/

Ceccarelli N. (2020). *Immaginare la Sardegna. Tessiture visive per il design d'identità.* Franco Angeli Editore

Danto, A. C. (2008). *La trasfigurazione del banale.* Laterza, Roma-Bari.

De Giorgi, C., & Germak, C. (Eds.). (2008). *MANUfatto: artigianato, comunità, design: [exposition, La Castiglia, Saluzzo, Italie, 14 giugno-14 settembre 2008].* Silvana.

Foglio, A. (2004). *Il glocal marketing: glocalizzazione per rispondere a globalizzazione e localizzazione (Vol. 554).* Informa Health Care.

L'artigianato oggi – Il ruolo dell'artigianato in Italia (2019). In Futuro Consapevole, 2 marzo 2019, http://futuroconsapevole.it/2019/03/02/lartigianato-oggi-il-ruolo-dellartigianato-in-italia/

Micelli, S. (2011). *Futuro artigiano: l'innovazione nelle mani degli italiani.* Marsilio Editori Spa.

Micelli, S. (2016). *Fare è innovare.* Bologna: Il mulino.

Sennett, R., & Bottini, A. (2008). *L'uomo artigiano.* Milano. Feltrinelli.

Stefanidi, E., Partarakis, N., Zabulis, X., Adami, I., Ntoa, S., & Papagiannakis, G. (2022). Transferring traditional crafts from the physical to the virtual world: An authoring and visualization method and platform. *Journal on Computing and Cultural Heritage, 15*(2), 1–24. inv

Torti, R. (2018). Real and virtual, the unconventional digital technologies of interaction. In *VII Congreso Internacional y XV Congreso Nacional de Profesores de Expresión Gráfica en Ingeniería, Arquitectura y Carreras Afines* (Facultad de Arquitectura y Urbanismo UNLP, 4 y 5 de octubre de 2018).

Tosi, F., Lotti, G., Follesa, S., Rinaldi, A. (2015). *Artigianato Design e Innovazione. Le nuove prospettive del saper fare.* Firenze. DIDA PRESS.

Note

1 Esempio imprenditoriale è quello di Internoitaliano, avviato nel 2012 da Giulio Iacchetti e Silvia Cortese come progetto di fabbrica diffusa condivisa tra designer e artigiani con grande competenza nella lavorazione di materiali e semilavorati tradizionali. L'idea è quella di creare un catalogo di oggetti d'arredo ispirato al fare e al modo di abitare degli italiani in alternativa e alle proposte del mercato dell'arredo seriale.

2 Esempio istituzionale è quello della rivisitazione del mobile ValleVaraita (Cn), supportato da un progetto Interreg II° "Svilippo e progetto per il distretto dell'artigianato ligneo della Valle Varaita", coordinatore scientifico Claudio Germak (2000-2006).

3 *Umarell*: termine del dialetto bolognese, di recente anche inserito nel dizionario Zanichelli: "Pensionato che si aggira, per lo più con le mani dietro la schiena, presso i cantieri di lavoro, controllando, facendo domande, dando suggerimenti o criticando le attività che vi si svolgono".

DesignIntorno

Atti della Conferenza annuale della Società Italiana di Design

A cura di
Nicolò Ceccarelli
Marco Sironi

Il confronto con il nostro "intorno" e il dialogo non nostalgico con i saperi, i materiali e le lavorazioni tradizionali; il riconoscimento dell'intelligenza che sta già nelle cose, negli attrezzi da lavoro, negli oggetti d'uso; la riscoperta della ricchezza insita nelle dinamiche e nelle interazioni sociali. Questi tratti definiscono un insieme articolato, sullo sfondo dell'accresciuta accessibilità alla conoscenza e delle potenzialità dischiuse dalla rivoluzione digitale, verso nuove sintesi tra i saperi stratificati nei tempi e nei luoghi.

La comunità scientifica del Design è sollecitata a ripensare l'intorno come elemento unificante della cultura del progetto, soprattutto nel senso delle abilità che appartengono da sempre alla figura del progettista: come attore culturale e come interprete – un po' anticipatore e un po' visionario – del suo tempo.

9788894338072