

Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo. Man at the centre of the project. Design for a new humanism

Original

Uomo al centro del progetto. Design per un nuovo umanesimo. Man at the centre of the project. Design for a new humanism / Germak, Claudio. - STAMPA. - 1:(2008), pp. 1-172.

Availability:

This version is available at: 11583/1662259 since: 2018-03-06T10:28:18Z

Publisher:

Umberto Allemandi &C.

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)

**Uomo al centro del progetto
Design per un nuovo umanesimo
Man at the Centre of the Project
Design for a New Humanism**

A CURA DI / EDITED BY
CLAUDIO GERMAK

SAGGI DI / ESSAYS BY
LUIGI BISTAGNINO
FLAVIANO CELASCHI
CLAUDIO GERMAK

UMBERTO ALLEMANDI & C.
TORINO - LONDRA - VENEZIA - NEW YORK

Sommario / Contents

Il volume è stato realizzato nell'ambito del progetto Rafforzamento Lauree Professione di 1° livello finanziato dalla Regione Piemonte a valere su risorse del Fondo Sociale Europeo



REGIONE PIEMONTE



Gruppo di lavoro / Work team

LUIGI BISTAGNINO
FLAVIANO CELASCHI
CLAUDIO GERMAK
CLAUDIA DE GIORGI
PIER PAOLO PERUCCIO
PAOLO TAMBORRINI
FABRIZIO VALPREDA

CRISTINA ALLIONE
SILVIA BARBERO
MARCO BOZZOLA
CRISTIAN CAMPAGNARO
CLARA CEPPA
BRUNELLA COZZO
ANGELA DE MARCO
FRANCO FASSIO
PAOLO MACCARRONE
GIAN PAOLO MARINO
ANDREA VIRANO

ALESSANDRA RASETTI
RICCARDO VICENTINI
ALESSANDRO BALBO
SERGIO CORSARO
ANDREA DI SALVO
VASSILIA GALLIO
BEATRICE LERMA
LIDIA SIGNORI
CARLOTTA MONTANERA

DIPRADI (Dipartimento di Progettazione Architettonica e di Disegno Industriale) Politecnico di Torino

CLAUDIO GERMAK	53	CLAUDIO GERMAK E CLAUDIA DE GIORGI
4 Introduzione		Design dell'esplorazione (Exploring Design)
6 Introduction		Exploring Design
LUIGI BISTAGNINO		LUIGI BISTAGNINO
9 Design per un nuovo umanesimo	71	71 Complessità virtuale, banalità reale
Design for a New Humanism		Virtual Complexity, Real Triviality
FLAVIANO CELASCHI		CLAUDIO GERMAK
19 Il design come mediatore tra saperi.	86	86 Esterni urbani contemporanei
L'integrazione delle conoscenze		Contemporary Urban Exteriors
nella formazione del designer contemporaneo		
Design as Mediation Between Areas		
of Knowledge. The integration of knowledge		
in the training of contemporary designers		
LUIGI BISTAGNINO		Addenda
32 Innovare: in che modo?	112	PIER PAOLO PERUCCIO (a cura di)
Innovate, But How?		112 Casi studio / Applicazioni
		Case studies / Applications
FLAVIANO CELASCHI		152 Glossario / Glossary
40 Design mediatore tra bisogni. La cultura		
del progetto tra arte-scienza e problemi		
quotidiani: l'esempio dei beni culturali		
Design as Mediator of Needs. Design culture		
between art-science and everyday problems:		
the example of cultural heritage		

Introduzione

UN GRUPPO DI DISCUSSIONE

Il design inteso e vissuto come strumento flessibile per l'interpretazione delle trasformazioni della società contemporanea. Così è nata questa pubblicazione che raccoglie le direzioni di ricerca del gruppo politecnico torinese, poliedriche ma accomunate da un indirizzo comune: l'uomo, soggetto primario dell'azione progettuale, ossia al centro del progetto.

Da sempre il buon design rivolge all'utenza finale una particolare attenzione, ma in questo caso l'uomo, abitante e utente è focus dichiarato del progetto e contemporaneamente il progettista di oggi e di domani a cui fornire indicazioni attraverso la ricerca, guardando a un nuovo umanesimo culturale.

I saggi riportati, così come i casi studio nella seconda parte della pubblicazione, non seguono una logica lineare. Essi sono la rappresentazione di ricerche che esplorano in diverse direzioni questo rapporto: dall'idea di un nuovo umanesimo concretamente testimoniata da una ricerca e da una mostra itinerante dal titolo «uomo-prodotto» al design per i beni culturali, settore in cui il design è già oggi in grado di affiancare l'azione culturale con contributi efficaci in termini di valorizzazione del sistema e di comunicazione.

E quindi, dalle metodologie di design ampiamente studiate dall'équipe torinese per una formazione consapevole, cioè «il designer esploratore», agli «esterni urbani contemporanei» e ai nuovi significati legati alla virtualità.

Pur navigando in settori diversi dei saperi e delle competenze, le ricerche condividono direzioni e obiettivi:

- il significato attribuito al design, inteso come valore culturale e strumento di valorizzazione delle competenze;
- il design come mediatore e integratore di saperi;
- il design come mediatore tra bisogni;
- il design come strumento per tracciare nuove rotte nell'innovazione;
- il design come strumento metodologico di esplorazione di nuovi settori;
- il design come strumento per l'approccio alla complessità;
- il design come strumento di lettura dei cambiamenti sociali, territoriali e produttivi;
- il design come strumento di indirizzo per una società delle reti, della condivisione e più sostenibile.

LE DIREZIONI DEL CAMBIAMENTO

Il design di prodotto, anche se buono, giusto e bello (espressivo) non riesce da solo a rispondere alle esigenze di una società in forte cambiamento e costretta a confrontarsi con problematiche di grande emergenza, come la riduzione delle risorse energetiche, la salvaguardia della biosfera, la distorsione delle economie.

Interpretare il cambiamento e sviluppare nuove visioni sul ruolo del design, sono infatti compiti che spettano alla ricerca e alla formazione che su questi temi fonda la propria missione. Di riflesso, l'aggiornamento e, in parte, la competitività

anche del prodotto industriale, dipenderanno da quanto la ricerca scientifica e la formazione riusciranno a trasmettere al mondo imprenditoriale, aziende e designer, e da quanto potranno essere recepite le direzioni culturali che portano verso una società della conoscenza diffusa, più sostenibile e allargata all'universo delle reti.

In questo senso, le ricerche sviluppate nell'ambito del gruppo politecnico torinese, nato e radicato per caratteristiche territoriali nell'ambito del prodotto industriale e in un contesto storicizzato che potremmo definire illuminista, oggi esprimono alcune possibili direzioni di ri-orientamento del design in relazione ai tre principali assi su cui si gioca il cambiamento: progetto-produzione-innovazione. Molti dei casi studio raccolti in questa pubblicazione, elaborati in partnership con committenti territoriali (aziende, istituzioni, associazioni e altri) evidenziano percorsi di ricerca in cui il prodotto fisico non è l'obiettivo primario, semmai lo sono il processo metodologico e di metaprogetto; oppure, dove il prodotto di design è la ricerca stessa, orientata al «disegno del servizio», all'approccio «sistemico» alla produzione, all'esplorazione del «virtuale» e delle «tecnologie di rete». Soprattutto, la direzione in continua evoluzione è quella riservata all'attenzione all'uomo, al suo equilibrio con l'ambiente e il contesto, con la storia e il territorio, al rapporto-dilemma tra tradizione e innovazione.

Si tratta di riflessioni e proposte aperte al ri-orientamento etico del design, da considerare come possibili risposte a una domanda di design che sta cambiando dal «come fare», da tradursi in design = solutore di problemi, al «che cosa fare», ossia design = strumento strategico per il cambiamento, da intendersi come missione nella ricerca di un approccio più aperto e flessibile.

Se riferita, quindi, al progetto di prodotto, riguarderà il passaggio dal come disegnare un buon prodotto a quale strategia adottare per ri-orientare il prodotto; se riferita al design di servizio, graviterà intorno alla necessità che i buoni prodotti siano comunque figli di visioni ampie interpreti dei nuovi scenari di cambiamento e di condivisione; se riferita al processo produttivo, riguarderà la transizione possibile dalla capacità del design sistemico di re-indirizzare la produzione verso un processo non lineare in cui gli output di alcune fasi del processo produttivo si trasformano in input per nuove sostenibili produzioni, anche in direzioni molto diverse da quella della filiera produttiva originaria.

Sono in molti oggi a domandarsi come mai il design non si occupi solo di dare forma e contenuto al prodotto fisico ma anche di disegnare prodotti immateriali, nuovi scenari e strategie, intersecando il ruolo di altre discipline. La ragione sta nella flessibilità del design, capace di connettere saperi diversi, dalle scienze tecniche alle *humanities*, e di sviluppare tematiche ad ampio raggio, dal lavoro alla salute, dall'alimentazione ai trasporti, ai beni culturali, alle catastrofi. Inoltre, la sua capacità di comunicare attraverso strumenti divulgativi alla comunità intera percorsi concettuali e visioni che normalmente vengono discussi e compresi solo all'interno degli ambiti accademici e scientifici.

«Il design è flessibilità» è anche lo slogan di Torino 2008 World Design Capital che si propone con due importanti eventi dedicati alla ricerca e alla formazione. La Conferenza Internazionale *Changing the Change*, dedicata al ruolo e alle potenzialità del design nei percorsi verso la sostenibilità, considerata il luogo della discussione delle idee, dove oltre 300 ricercatori provenienti da tutto il mondo si confronteranno sulle direzioni della propria ricerca unitamente a relatori di fama internazionale. E la Summer School, luogo di applicazione delle idee, dedicate a temi di grande attualità condivisi in ambito internazionale, dove oltre 200 studenti provenienti dalle migliori scuole di design proveranno a rendere applicativi alcuni degli scenari che emergeranno dalla Conferenza.

A queste iniziative e al ruolo che in esse ha avuto il gruppo politecnico torinese del disegno industriale è dedicata questa pubblicazione.

CLAUDIO GERMAK

Introduction

A DISCUSSION GROUP

Design intended and used as a flexible tool for interpreting the changes in contemporary society. Such is the basis of this publication summarising the research directions of the Turin Politecnico group, which are many faceted but have a common aim: man, the main subject of design work, that is, at the centre of design.

Good design has always paid special attention to the final user, but in this case man, the inhabitant and user, is the stated focus of the design and of the present and future designer, who is directed by way of research aimed at a new cultural humanism.

The essays and the case studies in the second part do not follow any linear logic. They represent studies that explore the different directions of this relationship: from the idea of a new humanism tangibly documented by research and a travelling exhibition entitled 'uomo-prodotto' (product-man), to design for cultural assets, where design is now able to make effective contributions in terms of improvements to the system and to communication.

They thus range from the design methodologies extensively studied by the Turin team to provide expert training, that of 'the explorer designer', to 'contemporary urban exteriors' and the new meanings related to virtuality.

Although navigating in different sectors of knowledge and skills, the research has the same directions and aims:

- the meaning attributed to design, intended as cultural value and means of upgrading skills;
- design as mediator and integrator of knowledge;
- design as mediator of needs;
- design as means of tracing new routes of innovation;
- design as methodological means of exploring new sectors;
- design as means of approaching complexity;
- design as means of reading social, regional and production changes;
- design as means of orientation for a more sustainable society of networks and participation.

THE DIRECTIONS OF CHANGE

Product design, even if good, appropriate and beautiful (expressive) is not alone able to respond to the needs of a society undergoing significant changes and forced to face up to serious problems, such as the reduction in energy resources, safeguarding the biosphere and the distortion of economies.

Interpreting the change and developing new views about the role of design are precisely the tasks of research and training, whose mission is based on these aspects. As a consequence, updating, and partly the competitiveness of the industrial product, will depend on what scientific research and training can transfer to the entrepreneurial world, companies and

designers, and the extent to which the cultural directions that lead toward a more sustainable society of widespread knowledge expanded to the universe of networks can be received.

In this sense, the research developed by the Turin Politecnico group, rooted for local reasons in the industrial product and in a historicised context we could define as 'Enlightenment', now expresses some possible ways of reorienting design along the three main axes of change: design-production-innovation. Many of the case studies in this publication, drawn up in partnership with local clients (companies, institutions, associations and others) show research paths in which the main objective is not the product itself, but rather the methodological process and the meta-design; or, where the design product is the actual research, directed toward 'service design', the 'systemic' approach to production and exploration of the 'virtual world' and 'network technologies'. Above all, the constantly developing direction is that focused on man, on his equilibrium with the environment and the context, with history and the region, and on the relationship-dilemma between tradition and innovation.

It is a question of reflections and proposals open to the ethical reorientation of design, to be seen as possible answers to a design question that is changing from 'how to do', translated as design = problem solver, into 'what to do', or design = strategic tool for change, intended as mission in the search for a more open, flexible approach.

If this refers to product design it will concern the move from how to design a good product to what strategy to adopt to reorient the product; if it refers to service design it will gravitate around the need for good products to be the result of broad views interpreting the new scenarios of change and participation; if it refers to the production process it will concern the capacity of systemic design to reorient production toward a non-linear process in which the outputs are at some stages turned into inputs for new sustainable production, at times in very different directions to that of the original production chain.

There are many today who ask why design is not concerned only with giving shape and content to the physical product but also with non-material products, new scenarios and strategies, cutting across the role of other disciplines. The reason is the flexibility of design. It is capable of connecting different fields of knowledge, from technical sciences to the humanities, and of developing wide-ranging themes, from work to health, diet, transport, cultural assets and disasters. Furthermore, it is able to communicate conceptual pathways and views that are normally discussed and understood only within the academic and scientific spheres to the entire community by way of popular media.

'Design is flexibility' is also the slogan of the Turin 2008 World Design Capital, which is being presented at two important events on research and training. The first is the international conference *Changing the Change*, dedicated to the role and potential of design on the road to sustainability. It is regarded as a place for the discussion of ideas and will feature more than 300 researchers from all over the world discussing their own research, and internationally acclaimed speakers. The other is the Summer School, where ideas on very topical subjects of an international nature are applied. More than 200 students from the best design schools will try to apply some of the scenarios emerging from the conference.

This publication is dedicated to these initiatives and to the role played in them by the Turin Politecnico industrial design group.

CLAUDIO GERMAK

© 2008 UMBERTO ALLEMANDI & C., TORINO
COORDINAMENTO REDAZIONALE LINA OGARINO
REDAZIONE NDR SERVIZI REDAZIONALI
VIDEOPAGAGGIATORI CARLO MENTTE
FOTOLITO FOTOMEC, TORINO
FINITO DI STAMPARE NEL MESE DI LUGLIO 2008
PRESSO CAST, MONCALIERI (TORINO)
DISTRIBUTORE ESCLUSIVO ALLE LIBRERIE
MESSAGGERIE LIBRI