Quando è design When is Design Quand c'est du design

A cura di Michela Deni e Dario Mangano

Saggi di Daniele Barbieri | Valeria Bucchetti | Michela Deni | Imma Forino
| Francesco Galofaro | Béatrice Gisclard | Dario Mangano | Marine Royer |
Yves Voglaire | Salvatore Zingale | Alessandro Zinna |

ISSN 1724-7810

Publisher: Associazione Ocula, via Lodovico Berti, 2 40131 - Bologna

www.ocula.it

email: redazione@ocula.it

Comitato scientifico / Editorial Committee

Giovanni Baule (Politecnico di Milano, Dipartimento di Design)
Anne Beyaert-Geslin (Université Bordeaux- Montaigne, France)
Giovanni Boccia Artieri (Libera Università di Urbino Carlo Bo)
Vanni Codeluppi (Università Iulm, Milano)
Marcel Danesi (University of Toronto, Canada), President from 2014
Bernard Darras (Université Paris 1, Panthéon-Sorbonne, France)
Alessandro Duranti (University of California Los Angeles, USA)
Ruggero Eugeni (Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano)
Guido Ferraro (Università di Torino)
Roberto Grandi (Università di Bologna)
Gianfranco Marrone (Università di Palermo)
Pino Paioni (1920-2013) (Università di Urbino), President from 2009 to 2013
Guglielmo Pescatore (Università di Bologna)
Susan Petrilli (Università di Bari)
Isabella Pezzini (Università La Sapienza di Roma)
Maria Pia Pozzato (Università di Bologna)
Andrea Semprini (Université de Lille, France; Iulm, Milano)
Junji Tsuchiya (Waseda University, Tokio, Japan)
Alessandro Zinna (Université de Toulouse 2, France)

Redazione / Editorial Board

Andrea Bernardelli (Università di Perugia)
Cinzia Bianchi (Università di Modena e Reggio Emilia)
Michela Deni (PROJEKT Università di Nîmes, France)
Nicola Dusi (Università di Modena e Reggio Emilia)
Francesco Galofaro (Università di Torino; CUBE Bologna)
Davide Gasperi (Alba Pratalia)
Valentina Manchia (Politecnico di Milano; Università di Bologna; Isia Urbino)
Antonella Mascio (Università di Bologna)
Federico Montanari (Università di Modena e Reggio Emilia)
Valentina Pisanty (Università di Bergamo)
Giampaolo Proni (Università di Bologna)
Ruggero Ragonese (Università di Modena e Reggio Emilia)
Stefano Traini (Università di Teramo)
Salvatore Zingale (Politecnico di Milano)

Coordinatori / Editors in Chief

Giampaolo Proni e Michela Deni (redazione@ocula.it)

Ocula.it pubblica saggi di ricerca semiotica, in particolare applicata alla comunicazione e alla cultura, è aperta al dialogo con altri campi di ricerca e accoglie contributi che provengono da ogni ambito delle scienze umane e sociali.

La gestione editoriale di Ocula è svolta dalla Redazione, che nomina un Coordinatore con funzioni di direzione. La Redazione sceglie i curatori dei numeri tematici tra i propri membri e tra gli esperti dei temi di volta in volta proposti (*guest editors*). Il Comitato scientifico internazionale è garante della qualità scientifica della testata. Se non diversamente specificato, i saggi pubblicati nei numeri tematici sono sottoposti a *double blind peer review*, seguendo le norme scientifiche internazionali.

L'ANVUR (Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca) ha riconosciuto a Ocula lo status di Rivista Scientifica per le seguenti aree scientifico-disciplinari:

Area 08 - Ingegneria civile ed Architettura;
Area 10 - Scienze dell'antichità, filologico-letterarie e storico-artistiche;
Area 11 - Scienze storiche, filosofiche, pedagogiche e psicologiche;
Area 13 - Scienze economiche e statistiche;
Area 14 - Scienze politiche e sociali.

Per ulteriori informazioni si può consultare il sito della rivista (www.ocula.it)

In copertina: Enzo Mari, *Proposta per un'autoprogettazione*, 1974.

L'immagine della copertina rende omaggio a Enzo Mari, uno dei primi designer a farci riflettere non sul design come punto di arrivo ma sui processi progettuali che, con lungimiranza, garantiscono *il senso* nel design.

Quando è design When is Design Quand c'est du design

A cura di Michela Deni e Dario Mangano

Sommario/Contents

La cultura del progetto, quando è design

Introduzione 7
Michela Deni

Les conséquences du « quand » 23

Une archéologie du design : de la préhistoire à l'Anthropocène
Alessandro Zinna

Design o progettualità? 51

Il progetto come trasformazione inventiva
Salvatore Zingale

Il governo della scrivania 73

Design come "dispositif"
Imma Forino

Ethnosemiotics and Design 96

A Contribution to a Symptomatology of Design
Francesco Galofaro

È design della comunicazione 116

Valeria Bucchetti

Soglie e ideologia del progetto 127

Daniele Barbieri

Design social 134

Éléments constitutifs d'un projet sur le maintien à domicile
des personnes âgées et en situation de handicap
Marine Royer

L'apport du design social aux politiques françaises de gestion des risques naturels 152

Contribution à une innovation sociale territorialisée
Béatrice Gisclard

Quand c'est un designer 173

Yves Voglaire

Post-it 187

Dario Mangano

A large, stylized graphic of an eye in light gray, serving as a background. The eye's iris is a circle containing a stylized 'G' shape. The pupil is a smaller circle within the 'G'. The text is positioned to the right of the eye's center.

*Questo numero di Ocula è dedicato
alla memoria di Paolo Fabbri.*

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

La cultura del progetto, quando è design

Introduzione

Michela Deni

PROJEKT (EA 7447) Université de Nîmes, FR

michela.deni@unimes.fr

<<https://projet.unimes.fr/membres/michela-deni/>>**Abstract**

When is Design, we find those characteristics and values of “design culture” that regard design processes and methods, designers’ skills and attitudes. *When* these necessary preconditions are fulfilled, in many cases *it is design*. In some other situations, it is just a matter of finding a strategy to light up night dinners under the starry sky. In the Introduction of *Ocula 24* we investigate the conditions that favor the emergence of design processes typical of design and of its evolution, up to social design which, by overcoming incremental and inertial innovations, drives radical social innovations.

Keywords

Semiotics of design project; Design; Design Culture; Social design.

Contents

Introduzione

1. La cultura del progetto

2. Dal designer al design *diffuso*3. *Quando è design*, la cultura del progetto: una condizione necessaria ma non sufficiente

Conclusioni

Bibliografia

Introduzione

Quando è design è il titolo di un convegno che, per iniziativa di Paolo Fabbri, si è svolto nel Centro Internazionale di Semiotica dell'Università di Urbino nel settembre del 2018, e che abbiamo organizzato insieme a Dario Mangano con la collaborazione di Projekt (EA 7447), Laboratorio di ricerca in innovazione sociale attraverso il design dell'Università di Nîmes (Francia). Gli articoli presenti in questo numero di *Ocula* sono il risultato dell'evoluzione delle riflessioni della maggioranza dei relatori presenti al convegno anche in seguito agli scambi iniziati proprio in quell'occasione. Abbiamo deciso di non pubblicare gli atti del convegno, ma un numero tematico con articoli originali valutati in *peer review*.

Quando è design è dunque un titolo affermativo, è la risposta plurale di studiosi e professionisti che lavorano nel settore del design e che si sono interrogati in molti modi sulle condizioni che generano design. Non si tratta quindi di una riflessione ontologica ma, come ha suggerito Paolo Fabbri proponendo di partire da Goodman (1968) e parafrasandolo, si tratta piuttosto di una riflessione sui processi che portano al design, nelle sue differenti declinazioni. Il design come risultato materiale e immateriale di un approccio culturale, sociale, antropologico, metodologico e semiotico che è proprio alla *cultura del progetto*. Ci torneremo tra poco.

La riflessione sul “quando” è design ci accompagna da tempo. Nel settore del design industriale la definizione di design ha coinciso lungamente con il risultato del lavoro dei designer che si manifesta in prodotti concreti (materiali e immateriali) come oggetti d'uso, spazi, comunicazione, servizi ecc. In quest'ambito la definizione della *World Design Organisation* è esaustiva:

Industrial Design is a strategic problem-solving process that drives innovation, builds business success, and leads to a better quality of life through innovative products, systems, services, and experiences. Industrial Design bridges the gap between what is and what's possible. It is a trans-disciplinary profession that harnesses creativity to resolve problems and co-create solutions [...] Industrial Design provides a more optimistic way of looking at the future by reframing problems as opportunities. [...] Industrial Designers place the human in the centre of the process. They acquire a deep understanding of user needs through empathy and apply a pragmatic, user-centric problem-solving process to design products, systems, services, and experiences.¹

A partire da diverse definizioni di design condivise in gran parte da professionisti e studiosi del settore, il design è indicato come il risultato di un processo progettuale, industrialmente trasponibile e replicabile, quasi sempre autoriale o imprenditoriale, poco importa se individuale o collettivo, comunque riconosciuto o riconoscibile (cfr. Alessi 2016).

1 <<http://wdo.org/about/definition/>> (pagina consultata il 10/09/20).

Nell'ultimo decennio il termine “design” si è esteso a numerosi settori,² tra questi uno in particolare è quello del *social design* e del *design per l'innovazione sociale*.³ Il social design è importante anche perché mette alla prova ogni tentativo di definizione del (e dei) design evidenziando come il cercare di rispondere alla domanda di “cosa è design” non sia pertinente poiché il denominatore comune a certi settori è appunto il processo, non necessariamente il risultato: ciò accade ad esempio nel design delle politiche pubbliche, in settori come le amministrazioni, l'insegnamento, la sanità.⁴ Il processo in questi casi è inteso come il modo di affrontare inizialmente l'analisi delle pratiche quotidiane (o specifiche) di tutti i soggetti coinvolti per identificare strategie progettuali finalizzate a dare una risposta concreta a un problema o a una mancanza che riguarda ampie categorie di persone (l'accesso, l'accompagnamento, l'informazione, la gestione ecc.). Come sostiene Ezio Manzini (2018: 114) «una politica del quotidiano è l'effetto sistemico di un progetto di vita» e, aggiungiamo, va quindi affrontata con metodi sia complessi che complessivi (pluridisciplinari) che permettano una comprensione globale e una risoluzione che si avvale di numerose competenze.

Capita allora sempre più spesso di chiedersi “quando” è design, in particolare di fronte ad alcuni progetti commissionati da istituzioni, ospedali e collettività. E ce lo si chiede soprattutto quando è difficile identificare “il design” come risultato: in questi casi il design è nel processo progettuale, vale a dire nella modalità attraverso cui si è giunti a una soluzione grazie alla postura critica, analitica e pragmatica di un'équipe di designer che trasforma un problema in opportunità.⁵ In tali occasioni (progettuali, pedagogiche, di consulenza)

2 Industrial design, graphic design, urban design, interaction design, fashion design, food design, interior design, car design, digital design, communication design, service design, ecc.

3 Una spiegazione semplice e immediata sul social design e sul design per l'innovazione sociale si trova in questo breve video realizzato dall'agenzia francese La Bobine (<www.labobine.co>): <https://www.youtube.com/watch?v=LjuqoqEpIR8&feature=emb_title>; (pagina consultata il 10/09/20).

4 Tra molti altri ne indichiamo alcuni nella realtà francese: le iniziative de *La 27e Région*, laboratorio per trasformare le politiche pubbliche (<http://www.la27eregion.fr>); *CALME* (Comme À La Maison en EHPAD), un progetto per le case di riposo (<<http://projetcalme.fr>>); *La Ressource de l'autonomie*, un progetto per migliorare l'autonomia delle persone anziane a domicilio e presentato in questo numero di *Ocula* da M. Royer (<<http://ressource-autonomie.fr>>); *CancerAdom*, Come migliorare l'esperienza della malattia a domicilio (<<http://canceradom.fr>>); il *Labah*, Laboratorio di accoglienza e ospitalità del GHU di Parigi, centro ospedaliero di psichiatria e neuroscienze (<<http://www.ghu-paris.com/fr/le-labah/>>); *La Fabrique de l'hospitalité*, laboratorio d'innovazione degli ospedali universitari di Strasburgo (<<http://www.lafabriquedelhospitalite.org>>).

5 Altri esempi interessanti si trovano tra i progetti degli studenti della laurea magistrale Master DIS (Design Innovation Société) dell'Università di Nîmes: si tratta di progetti di social design commissionati dalle regioni (Occitanie, PACA), da ospedali (CHU Marseille, CHU Nîmes), dalla Caf, dal CROUS, dalla provincia (Conseil départemental du Gard), ecc. I progetti si trovano sul sito della laurea magistrale, in particolare a questo indirizzo: <<https://dis.unimes.fr/projets/>> (pagina consultata il 10/09/20).

se si è abituati ad avere il ruolo di chi analizza il contesto in cui si interviene per accompagnare e strutturare le fasi progettuali, è facile disorientarsi perché si è di fronte a designer che hanno integrato a modo loro tutte le competenze accessorie e anche di più.⁶ Da semiotici però è inevitabile cercare la sistematicità con inguaribile ottimismo e domandarsi dove e quali siano le ricorrenze di quel “tutto” (ma quale tutto?) “che si tiene”. Cosa identificare allora, cosa legittimare e valorizzare del processo progettuale, all’interno ma anche agli occhi dei committenti? Il risultato? I metodi progettuali? Il processo?

Se di processo si tratta, abbiamo deciso di ricorrere alla *cultura del progetto*, un concetto che, in particolare in Italia, diamo per scontato poiché, prima di formarsi in scuole di design che hanno tardato ad arrivare, i designer erano in particolare architetti e ingegneri quindi possiamo affermare che il design è nato, vissuto e evolve sempre in questa cultura.

Cercheremo di spingerci oltre l’implicito per capire meglio a cosa ci si riferisce quando si parla di “cultura del progetto” e come tale cultura evolva nel tempo.

1. La cultura del progetto

Per descrivere cosa si intenda per cultura del progetto, in generale possiamo dire che si tratta di una serie di valori, sensibilità, competenze e principi progettuali maturati e trasmessi nel tempo, in vari modi.⁷ Trasmessi implicitamente dal tessuto culturale e sociale in cui si vive, dal territorio che si abita, dalle istituzioni culturali e, esplicitamente, dalle istituzioni delegate alla didattica del design.

Ispirandoci in particolare agli scritti, ai progetti e alle iniziative di Adriano Olivetti, Bruno Munari, Tomás Maldonado, Ezio Manzini e Paolo Deganello, possiamo iniziare a definire la cultura del progetto descrivendola con alcune specificità caratterizzanti: 1) Metodi progettuali; 2) Interdisciplinarietà e competenze trasversali; 3) Creatività; 4) Integrazione dell’essere umano. Per quanto riguarda l’ultimo punto, quello della presa in conto dell’utente nel progetto (user-centered design), sebbene storicamente si tratti di una delle ragioni della nascita del design, negli ultimi anni questo aspetto si è incarnato con il social design e il co-design dove «le persone non sono viste solo come portatrici di bisogni, ma anche di capacità (non solo come parte dei problemi che si trovano ad affrontare, ma anche come attori della loro soluzione)» (Manzini 2018: 75).

Oltre alle specificità indicate, ci sono alcuni valori di base che pertengono all’origine e all’affermazione nel tempo della cultura del progetto: a-Etica; b-Sostenibilità; c) Qualità della vita (praticità, estetica, identità). Come vedremo in conclusione, tali valori si sono naturalmente evoluti nel tempo.

6 Semiotiche, etnografiche, sociologiche, economiche, gestionali, architettoniche, artistiche, ecc. Per questo anche la formazione dei designer del XXI secolo, secondo Donald Norman, deve tenere conto di tale evoluzione del design e dei modi di praticarlo: <<https://www.youtube.com/watch?v=7FJNsQoC4tI>>.

7 Cfr. Julier e Munch (2019).

1.1. Il design come metodo progettuale

La prima specificità che abbiamo indicato per definire la cultura del progetto è quella dei metodi progettuali a cui dedichiamo un paragrafo, al contrario delle altre specificità indicate che abbiamo già discusso altrove, interrogandoci sulla creatività (cfr. Deni 2016); sull'integrazione dell'utente nei progetti (cfr. Deni 2018; Deni e Catoir-Brisson 2019; Deni 2020) e sulle competenze sia professionali che teoriche mobilitate dai designer (cfr. Deni 2019).

I metodi progettuali legati alla cultura del progetto permettono la gestione di quella che Bruno Munari chiama *la creatività* in contrapposizione alla *creazione*⁸ la quale, per Munari, si basa solo sulla fantasia e riguarda l'arte e le arti applicate, settori che secondo lui sono molto diversi dal design. La creatività «è una capacità produttiva dove fantasia e ragione sono collegate per cui il risultato che si ottiene è sempre realizzabile praticamente» (1971: 87) e, tale risultato, per Munari viene compreso dalle persone che possono allora appropriarsene. In questi termini: «Il metodo progettuale non è altro che una serie di operazioni necessarie, disposte da un ordine logico dettato dall'esperienza. [...] Creatività non vuol dire improvvisazione senza metodo» (1981: 16-17). Continua con maggior precisione Munari: «La serie di operazioni del metodo progettuale è fatta di valori oggettivi che diventano strumenti operativi nelle mani di progettisti creativi» (1981: 17).

Per Munari l'opposizione tra design e arte applicata riguarda sostanzialmente l'approccio al processo progettuale: la *creazione* è propria al lavoro di un artista, il cui prodotto è un'opera quasi sempre individuale e autoriale; la progettazione è propria al lavoro *creativo* del designer che opera basandosi su metodi razionali. C'è quindi una forte opposizione tra "artista e designer" che, non a caso, è anche il titolo di un libro di Munari (1971). Tale opposizione è importante per il tema di questo numero di *Ocula* poiché non si tratta di definire il design appunto, ma di stabilire come e *quando* ci sono le condizioni proprie e propizie all'emergere del design. Queste condizioni dipendono in gran parte dall'approccio metodologico. In modo certamente semplificato ma esplicito per chiarire la propria posizione, Munari identifica un "senza metodo" dell'artista opposto a "con metodo" caratteristico dei processi progettuali del designer. Dove per "metodo" si intende una modalità di agire (il *come*) che presuppone una strategia dispiegata temporalmente (il *quando*) nella sequenzialità delle operazioni caratterizzate dalla consapevolezza e dalla capacità di analisi del designer sulla propria pratica. Inoltre, secondo Munari l'artista crea *soggettivamente* affermando il proprio stile, mentre il designer basa il proprio metodo progettuale sulla ricerca e sulla conoscenza di altri metodi facendo uno studio attento di ciò che è stato fatto in precedenza. Tale consapevolezza e tali capacità analitiche permettono al designer di rispondere specificamente a ogni problema che gli si pone (dal design industriale al social design).

8 Cfr. Munari 1971 e 1981; Deni 2016.

Il vero designer può progettare un mobile, un giocattolo, una struttura metallica, può occuparsi di un problema di illuminazione o altro, tutti diversi tra loro, non perché sia un genio, ma perché ha un metodo di progettazione che lo conduce a soluzioni logiche ed anche estetiche tutte diverse, secondo i materiali, le tecniche e le funzioni. (1971: 51-52)

Per Munari (1971) è quindi un errore rivolgersi al designer una volta che la progettazione sia già avanzata e, già negli anni Sessanta, sottolinea un “grande malinteso” (in particolare in paesi come la Francia): la mancanza di distinzione tra il design delle Arti Applicate e il design “vero e proprio” (progettuale, diremmo noi). Il design delle Arti Applicate consiste in un effetto di superficie e riguarda l’estetica (abbellire un oggetto per esempio); il design che viene dall’integrazione di architettura, ingegneria, arte e industria riguarda invece la visione d’insieme di un progetto (pratica d’uso, contesto, ergonomia, materiali, valori, ecc.).

La conoscenza complessiva e la consapevolezza sono allora le condizioni essenziali del design, come ricorda con forza Tomás Maldonado, “intellettuale politecnico”,⁹ già nel 1970 ne *La speranza progettuale*: un’esortazione lungimirante e ancora attuale – persino urgente – rivolta ai progettisti affinché assumessero attivamente il loro ruolo politico, sociale e culturale attraverso una progettazione sostenibile¹⁰ per assicurare un “ambiente artefatto” adeguato evitando la catastrofe ambientale. La progettazione è allora la gestione di tutti questi aspetti, dove la «gestione è il comportamento conoscitivo ed operativo tramite il quale si trasforma l’informazione in azione» (Maldonado 1970: 101). Per sottolineare l’importanza di operare attraverso metodi progettuali Tomás Maldonado sottolinea la propria fiducia nella «funzione rivoluzionaria della razionalità applicata» (cfr. Maldonado 1970).

Il metodo è dunque un aspetto caratterizzante e identificativo della cultura del progetto, dal design industriale al social design, passando per tutti i settori del design (grafica, prodotto, spazio ecc.). Il designer a cui si riferiscono Munari, Maldonado e Manzini non decide quale sarà il proprio progetto ma si concentra su un aspetto significativo che per commissione o per osservazione personale è chiamato a risolvere o a trasformare in una soluzione preferibile. Come afferma Herbert A. Simon: «Everyone designs who devises courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones» (Simon 1969: 111).

Non soltanto i teorici e i maestri del design ci aiutano a comprendere cosa si intenda per cultura del progetto, ma possiamo osservare anche industrie storiche che la cultura del progetto l’hanno concretamente “incarnata”.¹¹ L’Olivetti è stata un’azienda esemplare in questo senso, soprattutto tra il 1932 e il 1960 introducendo il design come settore centrale della propria politica

9 Dal titolo del libro di Giovanni Anceschi dedicato a Tomás Maldonado (2020).

10 Negli stessi anni Victor Papanek condivideva le stesse preoccupazioni sulla sostenibilità di un design per il “mondo reale” (1971).

11 Cfr. l’intervista a L. Gallino (Ceri ed. 2014).

di impresa (in particolare design di prodotto, grafica e architettura) durante la direzione di Adriano Olivetti. Grazie alla centralità del design e ai metodi progettuali, l'Olivetti produceva con successo prodotti innovativi, di grande qualità estetica e funzionale, innescando un circolo virtuoso che consentiva di reinvestire il fatturato in ricerca e sviluppo permettendo all'impresa di migliorare ancora. Nel 1933, quando il nazismo chiuse il Bauhaus, Adriano Olivetti invitò come collaboratore uno dei migliori designer della scuola, Xanti Schawinsky. In azienda il design integrava il processo progettuale dall'inizio e agli ingegneri vennero affiancati designer come Ettore Sottsass.¹² All'Olivetti, i designer condizionavano e guidavano molte scelte, come quelle legate alla politica culturale e sociale d'avanguardia per il benessere dei lavoratori, una politica molto simile al welfare aziendale attualmente più avanzato (organizzazione del lavoro, qualità dello spazio architettonico, servizi culturali, educativi e ricreativi, sanitari, ecc.). Ciò accadde molti anni prima che le aziende diventassero definitivamente soggetti riconoscibili non soltanto grazie ai loro prodotti ma anche per la propria politica di responsabilità sociale d'impresa basata su valori incarnati in azioni concrete.¹³

1.2. Il designer: attitudine progettuale

È venuto il momento di chiedersi se “il designer” a cui facciamo riferimento sia una figura professionale identificabile grazie a un'attitudine particolare che ne determina l'approccio al progetto.

Ancora una volta ricorriamo a Bruno Munari per capire come operi un designer: «È un progettista con senso estetico» (1966: 25), non ha necessariamente uno stile personale poiché la sua unica preoccupazione è di arrivare «alla soluzione del progetto secondo quegli elementi che l'oggetto stesso, la sua destinazione ecc. suggeriscono» (1966: 44). A differenza dell'artista, scrive ancora Munari, «Il designer oggettivo ha come meta l'estetica come una tecnica pura» (1971: 10) poiché «l'estetica del designer è più vicina a quella di un ingegnere» (1971: 180).

È importante tuttavia ricordare che Munari si riferisce al design industriale precedente agli anni Novanta periodo che, come accade anche per la moda, ha dato origine a un effetto di personalizzazione del prodotto e della marca. Quando Munari evoca l'“estetica” intende la «coerenza formale, qualcosa di simile a ciò che vediamo in natura [...] Il designer cerca di costruire l'oggetto con la stessa naturalezza con la quale in natura si formano le cose [...] aiuta l'oggetto a formarsi con i suoi propri mezzi» (1966: 26-27), poiché, insiste, bisogna «dare a ogni cosa la sua logica struttura, la sua logica materia e di conseguenza la sua logica forma [...] coerente all'uso [...] in rapporto alle sue pos-

12 Per un approfondimento sulla centralità del design all'Olivetti vedi anche: <https://web.archive.org/web/20080429190509/http://www.storiaolivetti.telecomitalia.it/cgi-bin/Societa/design_olivetti.asp> (pagina consultata l'11/09/2020).

13 In questo senso l'Olivetti anticipa anche ciò che si indica come “forma marca” (cfr. Semprini 2005).

sibilità costruttive» (1966: 31), fino ad aggiungere, nella sua ricerca costante dell'equilibrio, che «Il 'bello' è la conseguenza del 'giusto'. Una progettazione esatta dà un oggetto bello» (1966: 31).

Si consideri il periodo storico in cui Munari – designer Moderno, e “scienziista”, come lo definisce Paolo Deganello (2019: 18) – opera e scrive valorizzando strategie razionali del progetto che si rispecchiano nell'estetica. Un'estetica che non ha a che fare con la “bellezza” ma con la regola della “natura” e con la qualità della vita. In altri termini si tratta di “pensare giusto”, come direbbe Alain Findeli (cfr. 2005), un pensiero “in azione” e nel contesto pragmatico delle questioni che si è chiamati a risolvere.

Gli oggetti “naturali”, indicati da Munari come esempi da prendere a modello per comprendere i fondamenti della progettazione, integrano funzionalità, praticità, estetica, sostenibilità. Tra altri, il celeberrimo esempio dell'arancia che riassume le qualità necessarie a ogni progetto riuscito poiché è costituito

da una serie di contenitori modulati a forma di spicchio, disposti circolarmente attorno un asse centrale verticale, al quale ogni spicchio appoggia il suo lato rettilineo mentre tutti i lati curvi, volti verso l'esterno, danno, nell'insieme, una forma globale, una specie di sfera. L'insieme di questi spicchi è racchiuso in un imballaggio [...] duro alla superficie esterna e rivestito da un'imbottitura morbida interna, di protezione [...] Ogni contenitore è a sua volta formato da una pellicola plastica [...] manovrabile nella scomposizione della forma globale. Ogni spicchio è tenuto insieme da un piccolo adesivo. L'imballaggio [...] si può gettare. Ogni spicchio ha esattamente la forma della disposizione dei denti nella bocca umana (...) Di solito gli spicchi contengono [...] un piccolo seme [...] un piccolo omaggio che la produzione offre al consumatore nel caso che questi volesse avere una produzione personale [...] Da notare il disinteresse economico [...] L'arancia è un oggetto quasi perfetto dove si riscontra l'assoluta coerenza tra forma, funzione, consumo [...] Unica concessione decorativa [...] la ricerca ‘materica’ della superficie dell'imballaggio [...] Forse per ricordare la polpa interna dei contenitori. Comunque, un minimo di decorazione, perfettamente giustificato, bisogna riconoscere. (Munari 1966: 136-137)

L'acidità del succo dell'arancia permette inoltre a chi la consuma di disinfettarsi le mani prima di mangiarne uno spicchio.

Per Munari i “piselli” sono un altro esempio utile per “capire la natura”: sono pillole alimentari con un “astuccio elegante” e semplice da aprire.

L'osservazione della natura permette allora di capire la logica progettuale, secondo Munari, nell'economia del rispetto della pratica d'azione, del materiale e della sua relazione con l'ambiente, della forma, della decorazione e, infine, della relazione necessaria tra le componenti. In altri termini, si tratta delle caratteristiche e dei valori che abbiamo individuato nella cultura del progetto (metodi progettuali, competenze trasversali, creatività e integrazione dell'essere umano tramite la previsione della pratica d'azione; poi etica, sostenibilità e qualità della vita che coniuga la praticità con l'estetica).

2. Dal designer al design diffuso

La cultura del progetto, specificità che nel campo del design inizialmente si è espressa nel design industriale, si è progressivamente spostata verso settori più ampi. Chiara Alessi (2016) indica una svolta negli anni '10, periodo in cui c'è il *Design senza designer* poiché, in qualche modo, si perde l'importanza del "chi" fa design. Tale processo si manifesta attraverso una cultura diffusa «dell'accessibilità [...] agli strumenti di progettazione e creazione» (Alessi 2016: VIII) grazie all'open source e ai FabLab. Ciò comporta un anonimato ritrovato, un ripensamento dell'autorialità e la nascita di nuove collaborazioni per progetti sempre più collettivi che emergono grazie a competenze e passioni diverse, come accade con i *pro-am* (da *professional and amateur*). C'è anche il superamento della mediazione operata dalla distribuzione poiché chi progetta e produce spesso è anche chi "usa": queste figure che si sovrappongono sono sintetizzate col termine *produser* (produttore e utente). Tali fenomeni emergenti vengono assorbiti dal sistema anche a livello industriale, come accade con *Ikea Hacking* (Alessi 2016: XV) in cui sono gli stessi clienti a valorizzare e suggerire la personalizzazione dei prodotti di questa marca. Si arriva inoltre «a una trasfusione dell'intelligenza del design dal prodotto in sé ai processi che lo regolano» (Alessi 2016: XX), in altri termini si arriva a una diffusione della cultura del progetto fino al *Design, When Everybody Designs* di Ezio Manzini in cui il design detiene ancora un ruolo centrale per stimolare e rispondere ai bisogni, ai processi progettuali e creativi che nascono dal basso.

Il designer che favorisce questi processi non assomiglia all'*ingegnere* di Bruno Munari né a quello di Lévi-Strauss (1962), al contrario è un designer con le qualità del *bricoleur* della nota opposizione ripresa anche da Floch (1995). Il *progettista-ingegnere* parte, secondo Manzini, da un obiettivo preciso definendo i mezzi per raggiungerlo; quando invece il *progettista-bricoleur*

opera in base a un'intenzionalità, ma [...] approssima i suoi risultati assemblando oggetti preesistenti, che egli individua, decontestualizza e reinterpreta modificandone il significato e alcuni dettagli [...] gli oggetti del suo magazzino (raccolti precedentemente) hanno una forma, legata alla loro precedente funzione, incontrandoli il progettista bricoleur può riconoscerli una nuova forte potenzialità funzionale o espressiva, decidere di dar loro un particolare ruolo e cambiare di conseguenza il suo obiettivo finale. (Manzini 2018: 78-79)

Si tratta quindi di «un progetto dialogico, capace di ascoltare con attenzione la realtà e, nel caso, riorientare il proprio percorso» (Manzini, 2018: 79). Il miglioramento della qualità della vita e dell'*abitabilità del mondo* (cfr. Findeli 2005) deve favorire un'innovazione sociale su più larga scala. Le qualità determinanti per la competenza progettuale descritta da Manzini (2018) sono: il senso critico (cosa non ci va bene nella realtà), la creatività (ci permette di immaginare come potrebbe essere), la capacità di analisi (vincoli, risorse disponibili e opportunità) e il senso pratico (per mettere in atto le strategie

di azione). Progettare non significa quindi stabilire a priori quale progetto si farà (ad esempio una lampada), significa invece analizzare la realtà e chiedersi come migliorarla facendo una sintesi tra i dati ricavati (ad esempio la mancanza di illuminazione intima e a basso impatto). Il progettista-bricoleur descritto da Manzini adatterà ciò che lo circonda per trovare una soluzione inedita attraverso la propria creatività.

3. Quando è design, la cultura del progetto: una condizione necessaria ma non sufficiente

Abbiamo ripercorso fino a questo momento le caratteristiche e i valori della cultura del progetto che riguardano i processi e i metodi progettuali, le *attitudini* dei designer e il design diffuso. *Quando* ci sono queste condizioni necessarie, in molti casi è *design*.

Tuttavia, tali condizioni non ci permettono ancora una risposta definitiva.

3.1. L'illuminazione nel cielo stellato

Concentriamoci su un esempio che riguarda una situazione specifica, certamente non esaustiva ma, a nostro avviso, significativa: pensiamo a una situazione di vacanza in una piccola isola in cui l'elettricità è arrivata da una trentina d'anni, solo nelle abitazioni e non nelle strade. Tale scelta oramai non dipende più soltanto dalla difficoltà tecnico-logistica di estendere l'illuminazione all'unica strada che percorre l'isola, è una scelta pensata anche in virtù di preservare il cielo stellato dall'inquinamento luminoso. Una scelta forse discutibile da un punto di vista "funzionale" ma più che condivisibile se si confrontano le necessità dell'uso della strada illuminata dai fari dei pochi veicoli nelle ore notturne ampiamente ripagate dal contatto con la natura immersa nella volta celeste. In questa piccola isola in estate si cena all'aperto, nel patio della casa, quasi sempre a lume di candela. Negli anni le tavole sono state illuminate da lampade a olio, ultimamente da elettricità o lampade a energia solare, ma in gran parte si sono sempre usate le candele: per l'atmosfera, per un omaggio al passato e agli elementi naturali. Ecco che una questione come un'altra da risolvere, per i commensali così come per un designer, è quella dell'illuminazione della tavola. Non si tratta quindi di decidere di progettare una nuova lampada per illuminare ma, se ragioniamo come un designer, si tratta di chiedersi se siamo di fronte a un problema di illuminazione che privilegi l'atmosfera e l'intimità della condivisione della tavola. La necessità quindi sarà quella di un punto luce che non abbia un impatto eccessivo sui generatori elettrici e non produca inquinamento luminoso diffuso.

Coloro che hanno integrato una certa cultura del progetto prendono tempo per definire il problema e non si fermano sulla prima soluzione evidente (cfr. Munari 1981). Nel contesto descritto sarà più utile progettare un sistema di illuminazione utilizzando, come soluzione ottimale, i materiali e gli oggetti a disposizione soprattutto se da riciclare. Aggiungiamo anche che l'acqua del rubinetto dell'isola non è potabile, si deve perlopiù acquistare in bottiglia poi-

ché anche l'acqua piovana non è sufficiente ai bisogni legati alla vita contemporanea e domanda un lavoro accurato e costante di pulizia del pozzo. Ecco che, riunite queste informazioni, magari proprio durante un pasto, può venire in mente una soluzione creativa e a portata di mano, dunque adatta, economica e ecologica: per progettare una fonte luminosa discreta, che crei atmosfera e intimità attorno al tavolo all'aperto di una casa su una piccola isola marina, sarà necessaria almeno una candela protetta dal vento, dotata di un paralume che non ingombri troppo il tavolo e ancora meglio che non si debba acquistare perché sull'isola non c'è produzione e si trovano quasi solo oggetti essenziali che arrivano dalla terraferma. Tenendo conto di tutte le condizioni indicate, il problema di un'illuminazione intima e non appariscente può essere risolto "puntualmente" con una bottiglia di plastica da riciclare: si taglia in due; la metà inferiore viene stabilizzata con una piccola quantità d'acqua; la parte superiore viene capovolta e inserita nell'altra metà; si scioglie un po' di cera per incollare una candela al tappo che ne diverrà la base; la candela sarà protetta dalla parte superiore della bottiglia in plastica capovolta e larga a sufficienza per non fondere a contatto con il calore (fig.1).

Figura 1.

La soluzione descritta rispetta i processi, i principi e i valori che abbiamo considerato come identificativi della cultura del progetto (§ 1), ma ciò è sufficiente per *produrre* design? È design quando si opera seguendo un processo progettuale come potrebbe fare un designer per sopperire a una mancanza

e per migliorare la qualità della vita? Il risultato ottenuto è design se è stato prodotto da un designer? Se il processo progettuale e il risultato “individuale” e “puntuale” ottenuto nell’esempio descritto vengono prodotti su larga scala, perfezionati attraverso la cura di dettagli che ne garantiscano una qualità estetica (anche del riuso) e commercializzati, diventano design, alla stregua del design industriale? Il fatto che si possa beneficiare di una soluzione collettivamente, che tale soluzione sia replicabile, che sia firmata o brevettata, o meno, garantisce le condizioni di possibilità che ci indicano *quando è design*? Certamente la soluzione adottata non è neanche artigianato poiché, anche se siamo di fronte a un oggetto unico (ma replicabile), non è stato prodotto grazie a un particolare saper-fare tecnico.

Si tratta invece di un’operazione di riciclo, di una trasformazione mereologica (relazione tra le parti che compongono un oggetto), di una composizione di elementi e oggetti (acqua per stabilizzare la base, bottiglia e candela) che non subiscono necessariamente una decontestualizzazione poiché la bottiglia d’acqua sta sul tavolo così come la candela all’interno di questo nuovo paralume.

3.2. Trasformazioni e innovazioni

L’esempio della bottiglia trasformata in portacandele con paralume è il risultato di un processo che rispetta metodi e valori della cultura del progetto poiché portano a una soluzione semplice che risolve una mancanza in modo creativo. Questa soluzione rispetta l’etica, la sostenibilità e la qualità della vita, come l’intimità di un punto luce che non prevale sulla luminosità di un cielo stellato e non ha un impatto sulle risorse energetiche limitate. Tuttavia non è possibile affermare che il risultato sia “design”, poiché ci si avvicina al design “quando” numerosi altri criteri completano il processo progettuale che non è fatto soltanto di metodo ma anche di un risultato a vocazione collettiva che, nel migliore dei casi, trasforma da quel momento in poi la quotidianità in modo innovativo e *radicale* (cfr. Manzini 2018): come nel nostro esempio, si può cominciare da trasformazioni quotidiane circoscritte come la diminuzione del consumo elettrico nel rispetto dell’ecologia luminosa, il riuso, il riciclo e l’economicità. Un processo progettuale può dar luogo allora a un’innovazione *incrementale* che modifica superficialmente le nostre abitudini e ha un impatto limitato (l’auto elettrica ad esempio non modifica il nostro stile di vita). Nel lungo termine l’innovazione incrementale non modifica “l’abitabilità del mondo” poiché risponde alle stesse logiche che hanno provocato il problema (traffico, inquinamento) diventando soltanto una trasformazione *inerziale* che non comporta grande impatto né vantaggi per la società. Ci sono invece progetti che favoriscono un’innovazione *radicale* (cfr. Manzini 2018) attraverso soluzioni che danno adito a un cambiamento più profondo nello stile di vita (un servizio di *bike sharing*, un’organizzazione urbana che privilegi l’efficacia dei trasporti pubblici rispetto ai mezzi personali, ecc.).

Vorremmo allora poter dire che è design quando tramite un progetto si favorisce un’innovazione radicale che può avvenire quando anche la cultura

del progetto muta trasformandosi in *culture del progetto*¹⁴ che rendono possibile tale mutamento. Per Manzini, in particolare, i criteri che caratterizzano la “nuova” cultura del progetto sono quelli propri al social design che integrano i servizi collaborativi affiancandoli a una produzione distribuita e aperta. Il design partecipativo e il co-design forniscono strumenti “di supporto alla progettazione” che “permettono di arrivare a risultati condivisi” migliorando le «capacità progettuali di tutte le persone coinvolte» (Manzini 2018: 182). L’obiettivo è di rendere il mondo «più prossimo a come si vorrebbe che fosse» afferma Manzini:

Farlo implica dunque: la valutazione critica dello stato di cose, l’immaginazione di come si vorrebbe che fosse, la disponibilità del sistema di relazioni e degli strumenti necessari per mettere in atto la sua trasformazione. E questo sia sul piano del suo funzionamento pratico (problem solving) che su quello del suo significato (sense making). (Manzini 2018: 60-61)

Dove per noi, da semiotici, epistemologicamente ma anche metodologicamente la questione del *senso* deve precedere tutte le altre: ciò vale per chi progetta e per chi usa e vive ciò che è stato progettato.

Conclusioni

Per concludere, possiamo avventurarci in una prima risposta affermando che è *social design quando* si produce un’innovazione sociale radicale. Tuttavia, non abbiamo una risposta estensiva per indicare *quando è design* in tutti i settori di questo campo. Le autrici e gli autori dei saggi presenti in questo numero di *Ocula* propongono però delle risposte che problematizzano e allo stesso tempo chiariscono il campo del design a cui si dedicano.

Andando per ordine, il primo articolo di **Alessandro Zinna** ha vocazione introduttiva poiché parte dalle conseguenze del “quando” attraverso un approccio archeologico e epistemologico del design, identificando le condizioni

14 Sulle pluralità delle culture del progetto rimandiamo alla presentazione del convegno *Design Culture(s)* Cumulus 2021: «The working title of the Conference is “Design Culture(s)” and it is aimed to map the most advanced research and education in design, by reflecting on the idea of design as a form of culture, while drawing its field and opening to new directions. Design Culture(s) is investigating not simply on the concept of culture as a monolithic expression of a specific knowledge that reflects on itself, but as the product of an investigation that is open to many different “Cultures” which are emerging and revolving around it in society, in the places and in history. We live in an increasingly complex society, which is crossed by new social, cultural and economic challenges and at the same time it is more global and multicultural than ever, more and more enriched by new languages and the flows of people. As a consequence, design is evolving as a wide-open field with many new applications and cultural meanings. Design as expression of Culture(s) is taking into consideration the cultures we are inheriting from the past and which should be granted for the benefit of future generations, so intertwining past and future, tangible and intangible, innovation and tradition» <<https://cumulusroma2020.org/?fbclid=IwAR3reYseFw2GCdjLnpFDA6uiid5ViY3JP6VXue9fwregKzbJEsW82hG8Ic>> (pagina consultata il 10/09/2020).

di possibilità dell'emergere di invenzioni innovative, mostrando come queste condizioni mutano con il tempo dalla preistoria all'Antropocene. È necessario distinguere il design dalla progettualità e tale è il compito ambizioso che si dà **Salvatore Zingale** proponendo al lettore una logica semiotica della progettualità. Inversamente **Imma Forino** parte dall'oggetto di design concreto (la scrivania) che diventa un *dispositif* strategico per costruire ambienti come gli uffici e, allo stesso tempo, regolare pratiche d'uso. L'osservazione del design ha bisogno di metodi e proprio su tale aspetto si concentra la riflessione di **Francesco Galofaro** sull'etnosemiotica che ci permette di osservare gli oggetti nel contesto della vita quotidiana insieme agli attori che popolano quel contesto. Con l'articolo di **Valeria Bucchetti** si passa a un altro settore del design per interrogarsi sulle condizioni che permettono di definirlo, lo scopo è di identificare *quando è design* della comunicazione. Ma è design, in ogni campo del design, *quando* si agisce all'interno di un'ideologia del design e questa è la proposta di **Daniele Barbieri** che lo dimostra ripercorrendo le origini della disciplina. Con **Marine Royer** il design è un campo di attività in piena espansione, con attenzione alla centralità dei metodi e agli attori che l'autrice descrive a partire da un progetto di social design. È ancora *social design quando*, come fa **Béatrice Gisclard**, si mettono insieme politiche pubbliche e abitanti di un territorio per gestire i rischi di catastrofi naturali. Nell'ultimo articolo **Yves Voglaire** ci indica le competenze proprie a un designer poiché, anche se i soggetti coinvolti nel design e nel co-design sono sempre più numerosi, *quando è design* è necessario un designer.

Il numero 24 di *Ocula* si chiude con *Post-it*, la conclusione di **Dario Manganò** che prende a metafora del design la nascita del celebre foglietto giallo adesivo: il post-it è infatti il risultato di una trasformazione semiotica, dovuta a un cambiamento di punto di vista che ha permesso di ripensare relazioni (tra dettagli, soggetti e pratiche). *Quando è design* non è solo risolvere problemi ma saperli vedere dove nessuno li riconosce.

Bibliografia

- Alessi, Chiara,
2016 *Design senza designer*, Bari, Laterza.
- Anceschi, Giovanni
2020 *Tomás Maldonado intellettuale politecnico*, Milano, il verri.
- Ceri, Paolo (ed.)
2014 *Luciano Gallino, l'impresa responsabile. Un'intervista su Adriano Olivetti*, Torino, Einaudi.
- Deganello, Paolo,
2019 *Design politico*, Milano, Altra economia.
- Deni, Michela
2016 "Conception et création", in *Wikicreation* (pp. 1-20). Institut ACTE UMR 8218 (Univ. Paris 1 Sorbonne, CNRS) / LabEx CAP, <<https://wikicreation.fr/wp-content/uploads/2016/06/Conception-and-Creation.pdf>>.

- 2018 “L’intégration de l’usager dans le design social, Stratégies d’appropriation», in Basso Fossali e Le Guern (eds), *L’appropriation. L’interprétation de l’altérité et l’inscription du soi*, (p. 185-198), Limoges, Lambert-Lucas.
- 2019 “Des sciences du design à la science du design”, in Fontanille e Zinna (eds), *Le dialogue entre la sémiotique structurale et les sciences. Hommage à Algirdas Julien Greimas, Langages*, n° 213, p. 93-103.
- 2020 “La construction de l’actant collectif par le design”, in Basso Fossali (ed.) *Créativité sémiotique et institutions du sens. Dans la dialectique entre l’individuel et le collectif*, Limoges, Lambert-Lucas.

Deni, Michela; Catoir-Brisson, Marie-Julie (eds)

- 2019 *La place de l’usager en design*, *Ocula n. 20*, 10/ 2019 | ISSN 1724-7810 | DOI: <0.12977/ocula2019-1>, <www.ocula.it>

Findeli, Alain

- 2005 *La recherche-projet: une méthode pour la recherche en design*, <<http://projeckt.unimes.fr/files/2014/04/Findeli.2005.Recherche-projet.pdf>>.

Floch, Jean-Marie,

- 1995 *Identités visuelles*, Paris, Puf.

Goodman, Nelson

- 1968 *Languages of Art*, Indianapolis, Bobbs-Merril (tr. it. *I linguaggi dell’arte*, Milano, Il Saggiatore 2008).

Julier, Guy; Munch, Anders .V.

- 2019 “Introducing Design Culture”, in G. Julier, A.V. Munch, M.N. Folkmann, H. Jensen & N.P. Skou (Eds.), *Design Culture: Objects and Approaches*, London: Bloomsbury Visual Arts, (pp. 1–15), <<http://dx.doi.org/10.5040/9781474289856.0005>>.

Lévi-Strauss, Claude

- 1962 *La pensée sauvage*, Paris, Plon.

Maldonado, Tomás

- 1970 *La speranza progettuale*, Torino, Einaudi.

Manzini, Ezio,

- 2015 *Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation*, Cambridge (Mass.), TheMIT Press.
- 2018 *Politiche del quotidiano*, Roma, Edizioni di comunità.

Munari, Bruno

- 1966 *Arte come mestiere*, Bari, Laterza.
- 1971 *Artista e designer*, Bari, Laterza.
- 1981 *Da cosa nasce cosa*, Bari, Laterza.

Papanek, Victor

- 1971 *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, New York, Pantheon Books.

Semprini, Andrea

- 2005 *La marque, une puissance fragile*, Paris, Vuibert (tr. it. *La marca postmoderna*, Milano, FrancoAngeli, 2006).

Simon, Herbert A.

1969 *The sciences of the artificial*, Cambridge (Mass.), MIT Press.

Michela Deni è Professore ordinario di Semiotica e design, direttrice del laboratorio di ricerca PROJEKT (Design e innovazione sociale) e corresponsabile della laurea magistrale Master DIS (Design Innovation et Société, <<https://dis.unimes.fr>>) dell'Università di Nîmes. Michela Deni insegna anche Semiotica testuale all'Università Toulouse 2 Jean Jaurès (Département Sciences du langage). Dal 1995 al 2014 ha insegnato Semiotica e Comunicazione all'ISIA di Firenze. È autrice di numerosi saggi e articoli sulla semiotica del design e del progetto: <<http://projekt.unimes.fr/fr/membres/michela-deni/>>.

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

Les conséquences du « quand » Une archéologie du design : de la préhistoire à l'Anthropocène

Alessandro Zinna

PROJEKT (EA 7447) – CAMS/O

Département de Sciences du Langage, Université de Toulouse 2 – Jean Jaurès, FR

Email : alessandro.zinna@univ-tlse2.fr

Site web : <https://projet.unimes.fr/membres/alessandro-zinna/>

Abstract

The questioning of design by the “when” gives here the opportunity to reconstruct the guiding lines of an *archaeology* of the discipline in four steps: *prehistory*, where the problems of *cultural design* are presented; *history*, from the birth of the *culture of design* depending on its practice and research; the *present*, characterised by the opening to *social innovation*; and, finally, the *future*, which poses design in the face of *climate change* and the instabilities of the Anthropocene.

This genealogy, by reconstructing the key concepts of design, shows that, at each stage, the answers to the question “when is design” change according to a process that opposes already *stabilized solutions* to the innovation of *new inventions*. This leads us today, facing the horizon of the Anthropocene, to replace the *human-centred design* aiming at improving the *habitability* of the world and the *living conditions* of a single species, by the future *living-centred design* aiming at the *stability* of the world and the *permanence* of the network of life.

Keywords

Epistemology of design; Design faculty; Design act; Design of the living; Design of the Anthropocene.

Contents

- 0. Quand ? (Une archéologie)
- 1. Préhistoire (design des cultures)
- 2. Histoire (culture du design)
- 3. Présent (innovation sociale par le design)
- 4. À venir (design du vivant)
- 5. Horizon (design de l'Anthropocène)
- 6. Conclusions (design : une science en devenir)
- Bibliographie

Le savant n'est pas l'homme qui fournit les vraies réponses,
c'est celui qui pose les vraies questions.

Claude Lévi-Strauss, *Le cru et le cuit*

o. Quand ? (Une archéologie)

Par quelle question faut-il aborder le design ? Selon G. Deleuze, toute manière de questionner un phénomène est déjà une réponse à son champ problématique. Le thème choisi pour ce recueil nous suggère de déplacer le questionnement d'une manière tout à fait semblable à celle opérée par Nelson Goodman dans le domaine de l'art : sortir de la demande posée par l'être – à savoir « qu'est-ce que c'est le design ? » – et solliciter le design à produire d'autres réponses en le questionnant par le temps : « quand est-ce du design ? ».

Interroger le design par le « quand » entraîne pourtant de nombreuses conséquences. En premier lieu, l'abandon de la valeur atemporelle portant sur l'être et qui nous conduit à redéfinir périodiquement le « design », tandis que l'interrogation visant le *quand* évoque les *conditions de possibilité* d'un phénomène selon le moment dans lequel il est saisi. Ce détournement de regard implique le passage d'une visée *englobante* et *statique* à une conception *locale* et *dynamique* où l'on tient compte des réponses diverses et variées que d'abord les cultures puis les designers ont données, en transformant, à travers leurs actions, tant leur territoire que leur style de vie. Interrogé ainsi par le *quand*, le design nous mène à considérer ses définitions comme autant d'indications dont la valeur est non seulement momentanée mais aussi contextuelle et géographique.

D'autre part, le savoir acquis par les projets qui se succèdent vise à faire du design une discipline à part entière dans le panorama des autres domaines scientifiques (Cross 2007). Or, en tant que pratique et en tant que discipline, plutôt que par la *vérité* de ses affirmations, le design est validé par l'*efficacité* de ses actes. Par une telle attitude pragmatique de validation, quel genre de discipline constitue le design dans le contexte des autres sciences ? Cette singularité demande-t-elle une épistémologie spécifique, voire appropriée ? Y a-t-il une manière de saisir ses régularités afin de délimiter les constantes de la discipline ? À partir du constat de l'existence de ce lien particulier, remontant du projet à la recherche, les designers ont qualifié la discipline de *recherche-projet*¹. Si Findeli (2015 : 47), entre autres, propose « un modèle opérationnel générique de la recherche-projet en design », il s'agit d'esquisser ici, par cette archéologie, quelques traits de son modèle épistémologique en considérant la généalogie de cette formation scientifique dans le temps.

1 Sur la méthode de recherche-projet, nous renvoyons aux références de Findeli (2015).

0.1. *Design des cultures et culture du design*

Les cultures qui n'ont pas connu de véritables progrès technologiques, les soi-disant cultures primitives, connaissent-elles le design ? Préexiste-t-il à l'invention de la discipline ou de la figure du designer ? Autrement dit, la dénomination « design » se réfère-t-elle au phénomène plus étendu de la naissance des cultures selon l'adaptation que ces dernières font de l'environnement et de leurs modes de vie, le plus souvent par l'emploi d'une technique, ou se réduit-elle à l'étiquette d'un métier né et pratiqué d'abord en Occident et situé de préférence après la révolution industrielle ? Faut-il être qualifié dans le corps du métier pour accomplir des actes de design ? En suivant la première voie nous parvenons à l'acception la plus large de « design », car elle comporte, entre autres, celle que Heidegger (1953-54) appelle « la question de la technique » par la transformation de l'environnement et par celle, complémentaire, du corps humain en relation avec l'évolution des outillages : de ce point de vue toutes les cultures sont le résultat d'une opération de design. En revanche, considérer la seconde voie le reconduit à l'histoire de la discipline et sa naissance est alors fixée en Occident par l'apparition de la figure sociale et professionnelle du designer. Dans le premier cas nous visons le périmètre plus étendu du *design des cultures*, dans le second nous limitons ce même périmètre à ce qu'on appellera la *culture du design*.

0.2. *Du design des cultures à la culture du design*

Dans la première de ces acceptions, que nous n'hésiterons pas à qualifier de sémio-anthropologique, on considère les cultures elles-mêmes comme le résultat des actes successifs de design visant l'adaptation de l'environnement local où, d'une part s'est produite leur sédentarisation, et d'autre part, s'est organisée leur manière d'habiter et de vivre le territoire. L'étude pionnière de cette approche est notamment « The Design of Cultures » de Skinner (1961).

Dans la seconde de ces acceptions, le design est identifié à l'histoire de la discipline en premier lieu par l'étymologie de son nom ou par son domaine d'intervention : « design » vient *de* et *signum*, « marque, signe » le verbe anglais, *to design* signifie à la fois dessiner ou concevoir en fonction d'un plan ou d'un dessein. Historiquement il intervient dans le domaine de l'architecture, des objets industriels et, plus récemment, dans les dynamiques d'organisation sociale. Ainsi, si dans le premier cas, par les « actes de design » on recherche les grandes *constantes* de la « faculté de design », dans le second on constate les transformations d'une discipline mise au goût du jour par des ajustements successifs selon des mutations méthodologiques : éco-design, bio-design, social-design, co-design, design de l'expérience, design sensible, *critical design*, design centré usager... et la liste pourrait évidemment continuer. Par ces appellations, plutôt que d'articuler la discipline en sous-domaines, comme c'est le cas avec les dénominations telles que « design d'intérieur », « design des objets », « design de l'interaction », on fait varier l'approche pour diriger la pratique du design. Or, les domaines d'une discipline ne correspondent ja-

mais à l'extension de son champ problématique. Le champ problématique est plus étendu que la discipline et ses articulations car son extension remonte d'une part dans le passé, à la naissance des cultures et à la singularité de leur organisation sociale et matérielle ; et, d'autre part, il s'étend vers l'avenir en élargissant progressivement les domaines d'intervention de la discipline. De fait, né pour apporter une touche d'unicité esthétique, une meilleure fonctionnalité aux objets anonymes de l'industrie, le design s'est ouvert à de nouveaux territoires en embrassant, entre autres, les problématiques sociales dans un monde qui a de moins en moins besoin de multiplier les objets de consommation (Findeli et Bousbaci 2004) et qui, suivant le modèle infini de la croissance, se trouve de plus en plus confronté à des crises humanitaires, comme conséquence directe de son système de production et de consommation (cf. Manzini 2015).

1. Pré-histoire (design des cultures)

Dans le discours des designers, le mot « design » connaît une fluctuation polarisée entre ces deux acceptions majeures : la réponse au « quand est-ce du design ? » change d'abord selon ces orientations plus générales : (1) il y a des *actes de design* quand se manifeste la *faculté générale de design* (Vial 2015) et (2) *il y a du design quand ces actes se produisent et sont exécutés par la figure du designer* (Dardi et Pasca 2019). Ces deux premières réponses ne sont pas incompatibles, à condition d'être conscients de leur usage et de savoir, chaque fois, à quelle acception on se réfère lorsqu'on avance une affirmation à propos du design. Concentrons-nous d'abord sur la problématique du domaine (cf. § 1.) pour aborder le design en tant que discipline (cf. § 2.) et montrer par la suite les liens et la continuité entre ces deux acceptions.

1.1. La faculté et l'acte

À partir des *actes de langage* la sémiotique s'interroge sur la *faculté du langage* ; le design se questionne en revanche sur la *faculté de design* par les *actes* accomplis sur l'environnement. Nous pouvons considérer que ces deux actions – celles qui se manifestent par la production *des signes*, et celles qui se manifestent d'abord par la production des objets et par la suite par d'autres formes d'action sociale – ont en commun le fait d'être des *actes de signification* et d'*invention*. Or, s'agit-il de deux facultés distinctes, ou y a-t-il des liens plus intimes reliant faculté sémiotique et faculté de design ?

Dans *2001 l'Odyssée de l'espace*, Stanley Kubrick avait synthétisé le comportement évolutif des primates par l'image d'un singe qui brandit un os en symbolisant par cet acte l'acquisition d'un pouvoir d'intervention sur l'environnement et sur ses proches. Eco (1975) décrit ces premiers comportements sémiotiques par un schéma que nous avons, à cette occasion, adapté à l'exemple de Kubrick (fig. 1):

Figure 1. Adaptation du schéma d'Eco (1975).

La partie solide du corps d'un vertébré (O₁), identifiée comme appartenant à la classe des « os » et éventuellement nommé par le son /ɔs/, nous permet d'accomplir la fonction (F) de « casser ». Une fois créé le signe par l'institution de la fonction sémiotique et/ou une fois inventé l'objet par l'institution d'une fonction d'usage, la rencontre avec une deuxième occurrence de cette partie solide d'un vertébré (O₂) sera reconduite à la même classe sémantique des « os » et, si la taille et son poids le permettent, elle sera jugée apte à accomplir la même fonction (F) de « casser ». Eco montre que le mécanisme de signification des objets répond au même critère sémiotique qui est propre aux signes : reconduire à la même classe conceptuelle et/ou fonctionnelle les diverses occurrences d'un objet équivaut à passer de l'*invention* de la fonction à sa *stabilisation* par la répétition du mécanisme d'inférence : d'abord, par inférence, on intègre l'objet (O₂) à la classe « os » puis, selon certaines conditions, de poids et de taille, on rattache cette occurrence à la fonction (F) « casser ». Ainsi, une fois que les propriétés ayant permis de réaliser la première fonction ont été abstraites par rapport à l'objet de départ, une fois trouvé le principe de *pertinence* par rapport à la *pratique* (Prieto 1975), la valeur fonctionnelle de « casser » pourra être accomplie par des matières diverses en adoptant des objets comme une pierre plutôt qu'un os. Cette abstraction des propriétés mènera

par la suite à la création d'objets spécifiques à travers d'autres actes d'invention, par exemple par l'ajout d'un manche à la pierre pour en optimiser l'efficacité « percussive ». Nous pouvons appeler « innovation » cette faculté de créer du sens, soit-il sémantique ou fonctionnel, à travers une nouvelle signification conceptuelle et cognitive conduisant, selon le degré et la portée du renouveau qu'elle implique, aux *impensés du langage* et aux *impensés du design*.

Ceci nous porte à considérer tant la faculté de langage que celle de design non seulement comme l'invention de nouvelles solutions pour parvenir à s'adapter à l'environnement, mais surtout comme des solutions pour parvenir à l'adaptation *de* l'environnement. Dans cette rapide préhistoire du champ du design, nous pouvons retenir l'acception la plus étendue, à savoir (3) *il y a du design quand il y a action sur l'environnement*.

1.2. La signification en sémiotique et en design

Il est aisé de constater que le singe de Kubrick, quant à lui, a inventé une fonction pour un objet qui existait déjà (en l'occurrence, l'os d'un animal). Il n'a pas inventé toutefois son expression matérielle, car il a seulement imaginé s'en servir pour étourdir et tuer ses proies. Toute véritable opération de design suppose en revanche une *manipulation* du plan de l'expression. Par cette opération on vise d'abord l'optimisation de l'action qu'il faudra accomplir par la création d'un outil. Elle suppose l'extraction du principe sémantique de pertinence qui permet de transposer et optimiser ces fonctions par la manipulation d'une matière et la création d'un autre artefact². Cette condition, nous pouvons la préciser par (4) *il y a du design quand il y manipulation de l'expression*.

1.3. La place du projet : quand « design » est « dessein »

Une autre réponse à « quand est-ce du design » est celle qui provient de l'étymologie de son nom. Le mot « design » suggère une étape intermédiaire qui est celle de l'*invention visuelle*. La pensée figurative serait ainsi le trait caractéristique de la manière de procéder du designer.

Depuis la Renaissance, la conception des architectures par les premiers dessins de bâtiments en perspective, comme c'est le cas avec Brunelleschi, ainsi que l'idéation de machines de scène ou de guerre, comme pour les dessins de Leonard de Vinci, est la caractéristique de cette manière de produire par préfiguration graphique des artefacts. De fait, la médiation sémiotique par le dessin est utile, voire nécessaire, pour les machines et les architectures d'une certaine complexité. Le dessin à visée explicative, par les mesures et parfois par la succession des tâches à accomplir, comporte souvent l'intégration de ces informations techniques ou mathématiques, tout en détaillant la succession des phases temporelles de la production.

2 Sur la base d'une fonction invariante, ces artefacts peuvent être remplacés l'un l'autre comme s'il s'agissait de variantes par rapport à la fonction à accomplir. Dans la théorie fonctionnaliste de la signification, cette procédure prend le nom de « test de commutation » et il est valable également pour la signification des objets.

En tant qu'acte de *médiation graphique*, le dessin s'interpose alors entre la conception et la réalisation et répond à la question du « quand » en le situant dans l'*anticipation figurative*. Dans cette approche (5) *il y a design quand il y a anticipation par le dessin*, car une telle faculté se manifesterait d'abord par la conception visuelle du livrable à produire. En définitive, cette planification par l'image annonce le rôle médiateur qui est le propre du *projet* dans les cultures de l'anticipation (Boutinet 2012).

1.4. Les valences sémiotiques du design

Les objets les plus complexes, en particulier les machines et les grandes œuvres architecturales, ont recours à cette médiation graphique qui dépasse le simple dessin et articule les phases temporelles par la *mise en texte du projet*. Cela veut dire que son contenu et les étapes de sa réalisation seront manifestés d'abord par les artifices graphiques du langage. Pour ordonner et communiquer les contenus, la *sémiotisation du projet* dévoile en réalité le parcours commun de l'*invention* et de la *signification*.

Cette réalisation préalable de l'expression par le langage ou éventuellement par des prototypes – soient-ils à taille réelle comme pour les outils ou en miniature comme par exemple pour les bâtiments – doivent aussi permettre d'anticiper les actions concrètes à accomplir afin de prédisposer la communication des fonctions soit par la configuration plastique de l'objet, par exemple par l'ergonomie des commandes, soit en y intégrant des symboles ou des écritures ou, enfin, par le biais de modes d'emploi rédigés à part. Nous pouvons constater d'ailleurs que les significations des commandes sont bâties sur les *affordances* plastiques des interfaces et impliquent des inférences, des abductions et un *habitus* concernant leur usage (Darras 2016). Les qualités ou les défauts dans ce *design de l'interaction* sont plus évidents au moment où nous nous trouvons face à des objets dont nous ignorons la succession des actions nécessaires pour s'en servir en formulant alors des hypothèses qui seront confirmées ou infirmées par les échecs ou le succès dans l'usage. Une convergence supplémentaire entre la sémiotique et le design apparaît donc au moment de *communiquer* cet usage, car un « bon design » arrive à concilier la richesse et la complexité des commandes à la simplicité de communication des actions qu'il faudra accomplir (cf. Norman 1988). Une autre réponse que nous pouvons ajouter aux précédentes est donc que (6) *il y a design quand il y a intégration entre la fonction et la communication de la fonction qu'il faut accomplir pour la réaliser* (cf. Deni 2002).

1.5. La fonction méta-objectuelle

Le langage et l'usage des objets, toutefois, ne sont pas une exclusivité de l'espèce humaine. Ce n'est donc pas la présence du langage ou l'usage des objets qui nous indiquent que nous sommes face à une *faculté évoluée de signification* et d'*invention*. Ce sont plutôt le degré de sophistication de ce langage et de ces inférences, par exemple l'usage littéraire, ou la capacité de concevoir des objets à visée conceptuelle ou esthétique, qui ont augmenté de façon ex-

ponentielle la capacité d'adaptation et ont aiguisé la sensibilité artistique de notre espèce, au point de parvenir à la caractériser précisément par ces *méta-facultés* de signifier et d'inventer.

Dans le domaine du langage, ces facultés les plus performantes ont été saisies par Roman Jakobson (1963) ; dans celui de la préhistoire des outils, en revanche, elles l'ont été par André Leroi-Gourhan (1964-1965). Afin d'établir si ces actes correspondent à une faculté avancée de production langagière et à une faculté avancée de production des objets, les deux savants suggèrent de considérer une condition supplémentaire. Un acte de parole et un acte de production d'outils manifesteraient une telle faculté si par ces actes on produisait, d'une part des fonctions méta-linguistiques, dans le cas où la faculté de langage serait capable de générer un discours qui se prendrait lui-même comme référent en exerçant ainsi un contrôle sur son codage ; et, d'autre part, si la faculté de design produisait des fonctions méta-objectuelles en construisant un deuxième objet capable de contrôler la production d'objets semblables au premier. Si ces conditions de stabilisation de la production, langagière d'une part et matérielle de l'autre, sont accomplies, alors nous sommes en présence de facultés avancées de langage et de design.

Par ces techniques ou par ces technologies, les cultures seraient ainsi capables de reproduire de façon répétitive et sérielle et de transmettre les moyens de production pour préserver les savoirs, mais de transmettre également les modalités mêmes de transmission entre les générations. Cette nécessité d'un *design de la transmission* est une évidence des cultures : ce n'est pas un hasard si les premières compétences apprises à l'école sont précisément la lecture et l'écriture : deux pratiques de transmission par gravure et stockage des mémoires sur des supports analogiques et plus tard numériques. Or, en tant que reproduction, l'écriture sérielle, par exemple celle des copistes du Moyen Âge, est remplacée par la sérialité mécanique de l'imprimerie et plus récemment par le codage numérique. Dans les écritures numériques convergent les facultés de langage et de design car les fonctions sont accomplies par la sur-écriture de commandes (Zinna 2004 ; 2011). Ces écritures constituent d'une part la fin de l'opposition entre *unicité* et *reproduction* car les copies numériques sont égales aux originaux, et d'autre part la fin de la différence entre copies, car les exemplaires produits par reproduction numérique sont identiques. En biologie ces mêmes technologies de la reproduction amènent d'ailleurs au clonage génétique des individus. L'évolution des technologies de reproduction sérielle nous conduit ainsi à la copie parfaite qui, en tant que telle, élimine ou modifie le rapport à l'original. Cette constatation nous permet d'explicitement une nouvelle condition, à savoir celle où (7) *il y a du design quand il a y la méta-faculté de production sérielle*.

Ce qui est spécifique à l'espèce humaine et au design des cultures est leur capacité à produire des outils de *mémorisation*, de *transmission* et de *standardisation* par *séries*. La typologie des cultures en anthropologie – selon la distinction entre cultures orales, écrites et numériques – est bâtie précisément sur le design de la transmission.

2. Histoire (culture du design)

Dans son livre *Storia del design*, Renato De Fusco avait fixé le *quand* de la naissance de la discipline à la révolution industrielle. Toutefois, l'auteur décide par la suite d'anticiper la naissance du design de quelques siècles en la faisant remonter à la technique de reproduction de l'imprimerie (cf. De Fusco 2009). Dans cette double indication, il y a l'hésitation entre la culture du design et le design des cultures.

En situant le design au moment où les objets sont produits par *sérialité mécanique*, la réponse de De Fusco, d'abord disciplinaire, devient de fait théorique car le *quand* du design n'est pas contraint par l'étymologie du nom ou par la naissance de la discipline, mais par la *production sérielle des objets d'écriture*. En d'autres termes, comme nous venons de l'observer, il s'agit de design quand on possède une technologie de reproduction en séries dont la production des objets par les machines constituera l'apogée. Nous pouvons conclure que selon cette hypothèse, il y a du design (8) *quand il y a sérialité mécanique*. On voit pourtant que, si nous répondons que « il y a du design quand il y a sérialité mécanique », les machines à tisser se situent bien avant les machines à imprimer et ce *quand* temporel devrait alors être non seulement repoussé plusieurs siècles en arrière, mais surtout, conséquence plus importante, il devrait être élargi dans son territoire géographique, car les technologies de tissage, étant répandues dans les cultures du monde entier, ne sont pas une exclusivité occidentale.

2.1. La valorisation de la substance et de la forme

Dans cette approche sémio-anthropologique de la préhistoire et de l'histoire du design, les cultures seraient tiraillées entre deux extrêmes : d'une part par l'invention d'énoncés linguistiques ou d'objets matériels *uniques* (tels que les formules magiques ou les fétiches, comme plus tard les œuvres littéraires et les objets artistiques) ; d'autre part par la nécessité de *reproduire* à l'identique grâce au contrôle méta-linguistique et méta-objectuel visant l'optimisation et l'efficacité des énoncés et des outils. De toute évidence, cette tension entre unicité et reproductibilité correspond à celle entre la production des objets à finalité *esthétique* et des objets à finalité *pratique*.

Quand on essaie d'obtenir des effets *artistico-mythiques*, les actes de langage ou de design valorisent le pôle de l'unicité ; en revanche la production d'objets et d'outils pratiques vise d'abord la reproductibilité par la standardisation de la forme des outils d'origine profane³. Nous pouvons avancer l'hypothèse que face aux objets artistico-religieux et sacrificiels – comme d'ailleurs face aux premiers artefacts des forgerons africains et à l'art – les cultures sont importées par leur identité substantielle : nous ne pouvons pas échanger ces

3 Jakobson (1963) donne la définition suivante de la *fonction esthétique* : « le principe d'équivalence projette l'axe de la sélection sur l'axe de la combinaison ». Cette définition est valable pour les actes de signification du langage ainsi que pour ceux du design.

artefacts rituels avec d'autres malgré l'identité de la forme : c'est la raison pour laquelle un fétiche ou une œuvre d'art n'ont pas la même valeur que la copie, bien que formellement identiques.

Les opérations de valorisation de la *substance* éclairent d'ailleurs en tant qu'*unicum* le fétichisme envers les objets sacrés et artistiques (l'*aura* cultuelle de W. Benjamin relève précisément de cette origine religieuse de l'art), et d'autre part nous avons la valorisation de la *forme* et la quête de la répétition à l'identique pour les outils pratiques et, pour cela, échangeables sur la base d'une même valeur fonctionnelle. Il faut observer pourtant que, bien avant la naissance de la discipline du design, dans les décorations de la poterie, la fonction pratique est accompagnée et enrichie par les motifs *décoratifs*, autrement dit par une *esthétique de la répétition*. La naissance de la décoration pour les objets quotidiens peut être vue comme une première tentative de conciliation entre valeur pratique et valeur esthétique. Ceci nous suggère une autre réponse au « quand est-ce du design ? », à savoir (9) *quand il y a la recherche de fusion entre fonction pratique et fonction esthétique*.

2.2. L'artiste-forgeron, l'artisan, l'industrie et le design

À partir de cette tension entre la manière de produire par *unicité* ou par *reproductibilité*, nous avons souligné, lors d'une étude précédente, les rôles qui jouent les modalités de production *manuelle*, *mécanique* et puis *numérique* dans la standardisation de la forme des produits. Le croisement de ces modalités de production nous permettent d'inter-définir ainsi les acteurs de la production (fig. 2, cf. Zinna 2005).

Figure 2. Typologie et généalogie des modes de production (Zinna 2005).

La continuité entre le *design des cultures* et la *culture du design* se trouve précisément dans cette progression productive qui commence par l'Artiste-forgeron, créant *manuellement* ses artefacts par l'invention d'une *unicité*, à l'Artisan produisant encore *manuellement* pour obtenir la *sérialité* mais introduisant les variations qui sont propres à la forme produite à la main ; et, plus tard, lors de la révolution de la machine, de la forme obtenue par standardisation industrielle et donc par *sérialité mécanique*. On peut conclure alors

que (10) *il y a du design quand on dépasse la sérialité mécanique et on introduit un critère d'unicité* en tant que fonction esthétique ou signature individuelle apposées à l'objet industriel. Enfin, nous pouvons observer que si l'artisan et l'industrie constituent des actants collectifs – composés par exemple par les apprentis de la « bottega » de la Renaissance, et plus tard par les forces humaines et mécaniques de l'industrie moderne –, au moins au départ, l'artiste et le designer pratiquent leur métier individuellement : ils ne signent pas les objets industriels anonymes, ils signent plutôt leur *projet*.⁴

Dans ce parcours conduisant du *design des cultures* à la naissance de la *culture du design*, le *quand* est alors saisi d'une part par la fusion plus intime entre la fonction pratique et la fonction esthétique, et d'autre part, par la naissance du rôle social du designer, tout à fait semblable en cela à celui de l'artiste des arts de la reproduction, car à ce moment, dans des arts comme la photographie et le cinéma, les auteurs signent individuellement leur *projet*. Nous pouvons donc soutenir que, à ce moment de son histoire, (11) *il y a du design quand il y a signature individuelle du projet*.

2.3. Vers un modèle unifié

Une formule bien connue, pensée d'abord par Sullivan (1896) et attribué au Bauhaus, indique dans l'adéquation entre *forme* et *fonction* l'essence du design. À notre interrogation sur l'émergence du design, le fonctionnalisme répond donc (12) *quand par cette manipulation de l'expression il y a adéquation entre forme et fonction*.

Selon Hjelmslev (1943) toute faculté de signification se réalise par une mise en relation entre *deux formes*, à savoir, la forme de l'expression et la forme du contenu. Or, à condition d'identifier la « *fonction* » avec la *forme du contenu*, on voit bien que cette idée de design trouve de nombreuses correspondances avec la faculté sémiotique proposée par Hjelmslev.⁵ Toutefois, l'invention du design se jouerait non seulement entre la fonction conceptuelle et sa réalisation matérielle, mais aussi par une mise en relation entre les deux *substances*, car si en sémiotique la relation entre contenu et expression est en principe *arbitraire*, et donc de nature formelle, il n'en va pas de même pour leur relation dans la sphère fonctionnelle des objets, où les matières employées jouent un rôle crucial pour la réalisation des fonctions (on l'a déjà observé, d'ailleurs, en parlant de la « consistance » et du « poids » pour réaliser la fonction de

4 La convergence entre unicité et reproductibilité sera d'ailleurs le point de départ de la réflexion de Walter Benjamin [1939] qui posera la question de l'œuvre d'art au moment de sa reproductibilité technique, en montrant, par des arts comme la photographie et le cinéma, la possibilité aussi pour l'artiste de signer non plus *l'unicité de l'objet* mais *l'unicité du projet*. Plus tard, Nelson Goodman (1968) essaiera de résoudre cette convergence par la distinction entre les *arts autographiques* et les *arts allographiques*.

5 Il faut observer pourtant que si la forme du design est bien la forme matérielle de l'artefact, la forme de l'expression de Hjelmslev est encore abstraite car établie sur une base fonctionnelle comme l'ensemble des relations et des corrélations d'une entité sémiotique.

« casser »). En effet, si l'acte de design n'est pas seulement *sémantique* et *communicatif*, comme c'est le cas du *critical design* (cf. § 2.6), c'est parce que les objets ne doivent pas se limiter à suggérer une action conceptuelle, mais il leur revient de devoir la réaliser dans la pratique. Ce rapport entre substances analogiques subira pourtant une transformation radicale avec le design numérique par l'introduction de fonctions dont la réalisation est un effet de l'écriture des commandes⁶.

Dans cette quête d'un modèle unifié entre le design et la sémiotique, comment penser la signification et l'invention d'un artefact en tant que réponse à un problème collectif ? Revu à la lumière de la formule attribuée au Bauhaus, le schéma de Hjelmslev peut être adopté comme un modèle général de la faculté de la *signification* en sémiotique et en design. Pour faciliter la compréhension de ce modèle, on peut commencer par lui soumettre un problème commun aux différentes cultures.

2.4. Étude d'un cas : l'épilation

Depuis la nuit des temps, le corps des humains est confronté à la gestion de la pilosité. L'usage de peaux d'animaux et d'artefacts textiles a engendré la perte progressive des poils. Néanmoins la pilosité résiduelle a fait l'objet d'une véritable bataille esthétique et idéologique qui se poursuit encore de nos jours. Les collectivités ou les cultures ont valorisé de façon positive ou négative la pilosité caractérisant les différentes parties du corps, en suivant, pour ce faire, leurs convictions idéologiques ou la distinction genrée. Ainsi, en Occident, la pilosité a longtemps été considérée comme positive pour les hommes, en tant que signe de virilité, et négative pour les femmes, en tant que manque de féminité. Pourtant les cheveux longs, traditionnellement réservés aux femmes dans la sphère latine, sont devenus le signe distinctif, d'abord des nobles, par l'usage répandu des perruques au XVII^e, et puis adoptés par les mouvements hippies et de protestation des années 60 et 70.

D'autre part cette valorisation est susceptible de s'inverser selon les cultures et les époques : les mongols par exemple valorisent les hommes glabres et, de façon semblable, la modernité occidentale a privilégié une masculinité moins accentuée et par conséquent moins marquée, pour adopter, plus récemment, le modèle des hommes barbus au corps glabre. De même, les activistes de nos jours revendiquent le droit des femmes à ne pas se raser. Chaque culture attribue donc une valeur aux unités sémantiques en laissant varier leur valeur idéologique et connotative. Au cours du temps, ceci a donné lieu à de nombreuses réponses afin de parvenir au contrôle de la pilosité déjà par sa croissance, sa mise en forme ou sa suppression partielle ou totale sur les différentes parties du corps.

6 La disparition du support rend donc à la signification graphique un statut pleinement arbitraire car elle n'est pas nécessaire pour réaliser la commande mais se sert de la motivation graphique seulement pour communiquer la fonction qu'on peut accomplir.

2.5. Un modèle unifié de signification et d'invention

Dans le schéma qui suit, chaque colonne correspond à une réponse synchrone apportée à un moment donné pour l'élimination des poils. Le passage entre les colonnes propose les principales solutions selon la succession de fonctions imaginées, telles que « arracher », « flamber », « raser », « couper », « affaiblir », « brûler », jusqu'à parvenir à « modifier génétiquement le corps » pour en maîtriser la pilosité. Autant de solutions qui ont conduit, par la manipulation du plan de l'expression matérielle ou génétique, à la création des artefacts correspondants (fig. 3) :

EXPRESSION

	Colonne 1	Colonne 2	Colonne 3	Colonne 4	Colonne 5	Colonne 6	Colonne 7
Matière	corps	feu	papier	fer acier	chimique	matière solide + lumière laser	génétique
Forme	pince	flamme	système mono-lame	système bi-lame	fluide	rayon	manipulation génétique
Substance
Réalisation							
Substance	pincer + tirer	flamber	couper à la racine	couper par degrés	affaiblir à la naissance	brûler au laser	intervention génétique
Fonction	arracher	brûler	raser	couper	action chimique	brûler	en empêcher génétiquement la naissance
Matière	épilation						

CONTENU

Savoir de la recherche en design : connaissance des solutions déjà proposées

Figure 3. Schéma de la faculté de signification fonctionnelle

Nous appelons *matière du contenu* la question à laquelle on cherche à répondre : en design, une telle acception correspond au *problem solving* (cf. Simon et Newell 1971). Suivant encore Hjelmslev, nous appellerons *fonction du contenu* la solution abstraite envisagée pour ce problème et nous appellerons en revanche *substance du contenu* la spécification de cette fonction. Ainsi, la fonction « arracher » se spécifie dans les opérations de « pincer et tirer » plutôt que « coller et tirer ». À son tour, l'action de pincer et tirer peut s'accomplir, sur le plan de l'expression, par des *matières* alternatives comme la chair des doigts ou l'acier des pinces. Or, si la mécanique vivante permet cette opération de précision grâce au pliage des phalanges, en revanche, le contrôle de la prise implique l'invention d'une solution équivalente par la création d'un artefact spécifique tel que la pince. Le projet se poursuit par le choix d'une forme plastique, ainsi que d'une texture et d'une couleur. L'essence de cette *invention* reste toutefois une opération de *signification* obtenue par la mise en relation entre la fonction du contenu et la création d'une forme correspondante se spécifiant par le choix des substances des plans. Nous pouvons conclure que (13)

il y a création de signification fonctionnelle et manipulation de l'expression pour parvenir à la production d'artefacts.

2.6. Design et communication

Les similitudes entre *faculté sémiotique* et *faculté de design* sont d'ailleurs évidentes dans l'utilisation conceptuelle comme c'est le cas du *Catalogue d'objets introuvables* de Carelman, où il n'y a pas de véritables gestes à accomplir mais seulement la prévision des conséquences d'usage suggérées par l'interface de l'objet (1997 ; fig. 4).

Figure 4. Cafetière reprise dans la couverture du livre *Catalogue d'objets introuvables* de J. Carelman.

La narration produite par la configuration des parties de l'objet nous conduit aux inférences paradoxales au moment de passer à la pratique. Ainsi quand le *critical design* et le *discursive design* nous invitent à réfléchir aux objets quotidiens, ils font des objets de design le véhicule privilégié d'un discours critique sur les styles de vie : c'est le cas de McConnell qui suggère le développement du cancer par la consommation de tabac en montrant les conséquences directement sur le briquet (fig. 5).

Figure 5. J. McConnell. Structure to create tumors on digital objects.

De fait, le designer a déplacé la communication « le tabac provoque le cancer », disposée d'habitude sur le paquet, tout en l'affichant en tant que conséquence sur l'outil d'allumage. On voit bien que ces objets communiquent par des inférences à partir de leurs configurations plastiques, soient-elles paradoxales, comme dans le cas de Carelman, ou critiques comme cela arrive pour le design discursif. Ces produits ne sont pas tenus d'accomplir la moindre fonction réelle puisqu'ils prennent seulement en charge la valeur communicative des artefacts plastiques du design.

2.7. *Le degré zéro du design*

Nous pouvons considérer les fonctions qui peuvent être accomplies par le corps comme le *degré zéro* du design. Pincer par les doigts, tout simplement, n'est pas considéré un acte de design.

Tout design se donne par des manipulations de l'expression qui, en tant que telles, sont de l'ordre de la *culture*, car ils laissent des traces. De façon implicite, une telle posture reconnaît à l'ordre de la *nature* le design idéal puisque de nombreuses solutions se trouvent intégrées au corps propre. L'utopie du design serait au fond celle de concevoir les nouveaux outils en les intégrant au corps. Ainsi, on pourrait soutenir, comme d'ailleurs le propose indirectement Eco (1997), que (14) *il y a du design quand nous essayons de combler les impossibilités du corps par l'invention et l'ajout de prothèses externes auxquelles débrayer ces compétences*. Cette hypothèse pourrait alors être retournée et complétée en avançant que le design plus récent se rapproche de ce design idéal, car il propose l'embrayage de prothèses dans le corps. Ainsi les mémoires électroniques, les puces sous-cutanées, l'intégration des nanotechnologies dans la réparation des organes ou l'identité numérique des individus par points quantiques sont autant de réponses visant à potentialiser le corps par la disparition des prothèses externes (mémoires sur supports, outils chirurgicaux, clés, cartes d'identité, argent). Nous pouvons conclure, en modulant la formulation précédente et en affirmant que (15) *il y a du design quand nous essayons d'embrayer dans le corps propre les prothèses et les commandes externes*. Le prix à payer est toutefois celui d'un contrôle social accru jusqu'à mettre en question les libertés les plus élémentaires, car ces innovations sociales se heurtent aux principes éthiques au fondement de la vie collective (Papanek 1972).

2.8. *Les pôles : émission et réception vs production et usage*

Les symétries entre faculté sémiotique et faculté de design ne se limitent pas au modèle de la signification et de l'invention car tout acte se mesure avec les pôles qui sont, pour le langage ceux de l'*émission* et de la *réception* et pour le design ceux de la *production* et de l'*usage*. La révolution dans les sciences du langage a été de renverser la logique privilégiant d'habitude l'acte de production pour mettre en évidence le rôle du lecteur (cf. Eco 1979). Ainsi, Findeli (2015) propose d'élargir au pôle de l'usager le modèle avancé par Cross (2007) et limité à la seule production. De façon semblable, en design cette attention

portée à l'expérience de l'utilisateur, par exemple dans les interfaces numériques (cf. Raskin 2000) et dans l'élaboration d'un design collaboratif (co-design) a conduit à fusionner ou à mutualiser ces pôles faisant des usagers des collaborateurs, et parfois même des designers, par leur capacité à influencer les valeurs et la direction d'un projet. La *théorie des parties prenantes* (Freeman 1984) a montré les implications des acteurs réels intervenant dans l'acte de design tout en élargissant les interactions entre les partenaires d'une commande (cf. Darras et Findeli éds 2014). Dans cette version pragmatique, voire commerciale, il y a du design (16) *quand ces actes visent à produire un livrable et sont organisés pour répondre à la dynamique des parties prenantes*.

2.9. Stabilisation inertielle vs innovation

La seule manière de parvenir à donner une définition de l'*innovation sociale par le design* est de la considérer un acte visant à dépasser la *stabilisation inertielle* d'une solution (Manzini 2015). L'innovation est d'abord ce facteur qui pousse à dépasser une réponse déjà existante à un problème. Dans le cas de l'épilation (fig. 3), elle est visible par le passage d'une colonne à l'autre. Il faut observer pourtant que chaque nouvelle solution ne remplace pas la précédente, mais plutôt s'y ajoute par des avantages d'ordre pratique, économique, de sécurité ou de simplification d'usage, ce que nous pouvons considérer, de fait, comme son *apport en innovation*.

À partir de cette esquisse d'une histoire des techniques épilatoires, et surtout afin de comprendre les *degrés* et la *portée* de l'innovation dans ce domaine spécifique du design, nous pouvons nous concentrer uniquement sur les mutations morphologiques d'une même classe d'objets, par exemple celle permettant le rasage. Il va de soi que ces innovations ne sont pas du même ordre de grandeur : si inventer une nouvelle fonction pour l'épilation conduit de fait à la création d'une nouvelle classe de produits, en revanche changer de type de rasoir en gardant la même fonction de « raser » n'implique que des *variations* de l'expression morphologique ou du geste d'exécution (fig. 6).

Figure 6. Évolution de la morphologie des rasoirs

Le rasage traditionnel, celui produit par la pression exercée par une lame sur la peau, commence très tôt.⁷ On retrouve dans certains outils du néolithique l'origine du rasage, et l'on peut aisément constater que la technique

⁷ Un travail sur l'histoire du rasoir avait été entreprise par Bruno Munari dans *Da cosa nasce cosa* (1981). Voir aussi Deni (2002).

était déjà en vogue à l'époque romaine (fig. 6A). Nous pouvons également vérifier que sa conception est optimisée avec l'invention du rasoir de barbier, en particulier par l'ajout d'un manche pliable et d'une lame en alliage de métaux propre à l'acier (fig. 6B) ; tandis que sa véritable stabilisation arrive avec l'introduction de la protection des lames pour empêcher de se couper pendant le rasage (fig. 6C). Une évolution ultérieure de cette forme est l'introduction du jetable (fig. 6D), cette innovation étant suivie par les systèmes multi-lames et par l'introduction d'une ergonomie plus évoluée grâce à la mobilité de la tête et à l'ajout des mousses pour savonner la peau pendant que les lamelles en plastique étirent les poils avant de les couper (fig. 6E). Dans la dernière colonne, enfin, nous trouvons le rasoir entièrement en papier de Nadeem Haidary (fig. 6F). Nous questionnerons plus tard l'apport en innovation de ce modèle car, comme le rasoir Bic, il est toujours un jetable et garde la stabilité morphologique atteinte par le modèle standard.

2.10. Le savoir de la discipline

La première considération est que toute action du designer commence par la connaissance des solutions apportées au cours du temps au problème qu'il doit résoudre. À l'occasion, cette opération préalable vise la connaissance des solutions dans la classe des objets de rasage.

Ce qu'on appelle la « veille » en design est l'activation de cette mémoire des solutions à partir desquelles on commence à situer la conception d'un nouveau projet pour en saisir la portée « innovante ». Ce savoir sur les solutions déjà existantes est en même temps un réservoir de connaissances selon les différents domaines d'intervention. Ainsi, le projet d'une chaise est la réponse à la pratique ethnique plus générale de s'asseoir, cette dernière étant variable selon les cultures et selon leur sensibilité esthétique (cf. Beyaert 2012). Au fond, ce que nous appelons *culture du design* se fonde précisément sur la maîtrise du *design des cultures* en tant que veille sur les solutions locales ou mondiales déjà adoptées.

2.11. L'horizon du design

Il y a pourtant un dernier paramètre qui émerge en regardant ces innovations sur la longue durée : si nous considérons les mutations des objets à partir du rasoir droit, l'apport en innovation suit la logique visant à incrémenter la consommation de produits de rasage : on s'aperçoit que dans le développement des rasoirs, cet *horizon consumériste* a été la ligne de tendance suivie jusqu'à maintenant. Il suffit de considérer que le rasoir droit (fig. 6B) avait une durée de vie extrêmement longue et il ne comportait aucun changement car la lame était affûtée à la main pour conserver son pouvoir de rasage. Les premiers rasoirs avec protection demandaient déjà de remplacer les lames en cas d'usure (fig. 6C). Le rasoir Bic comporte une dernière évolution de ce système car, par son faible coût, on pouvait s'en débarrasser entièrement après le rasage (fig. 6D). La naissance du « jetable » constitue l'apothéose de l'horizon consumériste.

riste. Dans l'évolution des rasoirs multi-lames (fig. 6E), les têtes à remplacer sont d'ailleurs souvent plus coûteuses que le rasoir lui-même. Enfin, le rasoir de Nadeem Haidary, bien qu'il prévoie la recyclabilité par sa composition en papier, se fonde encore sur le principe de la jetabilité (fig. 7).

Figure 7. Rasoirs en papier, Nadeem Haidary.

Il s'agit d'une solution qui ne vise pas l'innovation propre à la classe d'objets, puisque cette innovation ne concerne pas un avancement du problème à résoudre, à savoir celui de la pilosité et de la sécurité pendant le rasage, mais vise plutôt l'équilibre entre le système de consommation des rasoirs et la pollution de l'environnement. Cette innovation se rapporte à la préservation d'un système global sans changer pourtant l'*horizon* consumériste de référence.

Dans le passage du rasoir de la colonne D à celui de la colonne F, l'apport en innovation concerne précisément un changement partiel d'*horizon* qui marque la transition d'un système accumulant les déchets en plastique, à celui introduisant un principe d'objets recyclables par décomposition de la matière dont ils se composent. En design, l'*horizon visé* se comporte en définitive comme une méta-valeur du système général des objets, des choix énergétiques ou d'organisation sociale : dans le cas du rasoir de Nadeem Haidary, ce nouvel horizon ayant pour but de contraster l'approche consumériste et polluant est celui du « durable ».

Ce rapport du projet de design à son horizon comporte une posture *éthique* du designer qui, en tant que telle, s'oppose à la posture *commerciale* puisqu'elle se questionne, avant de concevoir le projet, sur le bien commun. Dans le cas du rasoir en papier, il s'agit d'une *innovation graduelle* par rapport à la nécessité d'une *innovation radicale*. Quand une valeur s'élève à horizon, c'est l'ensemble des choix des différents projets qui change de valeur. Se rapporter à la méta-valeur *durable* implique une prise de conscience du système de pollution sans changer pourtant le système de consommation. Se questionner sur le bien commun inscrit dans l'*horizon* donne origine au *design éthique* en tant que posture du designer par rapport aux finalités de son acte (Monteiro 2019).

Tout projet de design s'avance en définitive par la connaissance du *passé* en visant un *horizon* pour fixer les méta-valeurs qui font du design un *acte politique* et, selon son rapport à l'*horizon visé*, un *acte éthique*. En ce sens, le

design peut conduire à une révision de la discipline en allant d'abord contre la multiplication des objets et puis contre le design lui-même : c'est bien ce qui a été théorisé par le *contro-design* d'Ettore Sottsass dans les années 1960.

3. Présent (l'innovation sociale par le design)

Né comme l'évolution de la production industrielle, le design contemporain a élargi son domaine d'intervention en déployant son action dans l'*innovation sociale*. Il ne s'agit plus de proposer une signature individuelle ou de donner un aspect esthétique et fonctionnel aux objets d'intérieur ou aux objets industriels pour en promouvoir la vente. L'*innovation sociale par le design* répond à des projets d'ordre écologique, médical, d'organisation administrative, de transports en allant jusqu'à la quête de solutions pour les crises territoriales ou humanitaires. Il présuppose donc la posture éthique du designer.

3.1. Posture éthique et innovation sociale

Ce design s'ouvre à la pratique du travail d'équipe en se fondant sur la méthode du co-design. La centralité de l'auteur, et par conséquent sa signature, peuvent alors s'effacer en faveur du projet collectif où le designer devient un facilitateur de solutions sociales (Manzini 2018). Dans cette nouvelle posture, nous pouvons conclure que (17) *il y a du design quand il y a l'invention commune d'une solution à un problème collectif et/ou social*.

Dans ce contexte, les actes de design de la communication, des services ou des artefacts deviennent autant de solutions équiprobables du processus d'innovation, soient-elles horizontales, ouvertes ou *jugaad*⁸. Un livrable langagier, un projet de réorganisation de services ou l'invention d'un outil utilisant les moyens locaux, l'usage d'une imprimante 3D pour une architecture de *co-housing* sont autant de solutions potentielles à des problèmes communautaires pouvant avoir recours à une économie collaborative, circulaire ou participative. L'acte de design s'élargit aussi aux innovations économiques comme une autre modalité de l'organisation sociale. Nous pouvons soutenir alors qu'il y a du design (18) *quand la posture du designer est éthique car par cette action il lui revient de poursuivre le bien commun par les moyens locaux*.

3.2. Un modèle pour l'innovation

Dans le domaine de l'innovation sociale par le design, Manzini et Jégou (2006) opposent l'*innovation incrémentale* à l'*innovation radicale* en nous invitant à considérer non seulement les *degrés* de l'innovation, mais aussi leur portée *locale* ou *systémique*. Nous pouvons essayer de reformuler ces acquis dans un modèle unitaire des cycles et des dynamiques de l'innovation (fig. 8) :

8 Le *Jugaad* c'est « l'art de faire avec ». Il s'agit de trouver des solutions innovantes, improvisées et ingénieuses pour résoudre des problèmes avec les outils simples du quotidien.

Figure 8. Cycles et dynamiques de l'innovation à partir de Manzini et Jégou (2006).

Le schéma se propose de distinguer et intégrer l'innovation des actes de design selon les *degrés* (incrémental/radical) et la *portée* (locale/globale). L'opération de *stabilisation inertielle* est la répétition à l'identique d'une solution déjà adoptée et en même temps le point de départ et le point d'arrivée d'un cycle d'innovation.

À partir du schéma s'ouvrent, pour chaque acte de design, quatre possibilités graduables : la *répétition* d'une solution déjà adoptée ; l'*adaptation* d'une solution précédente par sa mise en variation ; l'opération d'*innovation* par la transformation d'une solution ou, si elle n'existe pas, par un acte plus radical d'invention ; enfin, par les innovations *révolutionnaires* impliquant un changement de système et de styles de vie. Une fois répétée ou inventée, la solution par adaptation, par innovation ou par révolution redevient, par le repli vers la répétition de la solution adoptée, une *stabilisation inertielle*. Nous appellerons ce parcours temporel le *cycle de l'innovation*.

Toute innovation radicale transforme en définitive l'*identité* d'un produit ou d'une solution en *altérité* et, d'habitude est suivie par des brevets, car elle affirme l'unicité de la nouvelle solution par rapport à celles déjà existantes ou stabilisées. Le cas du rasoir de Nadeem Haidary se présente apparemment comme une simple mise en variation du rasoir jetable, pourtant cette variation comporte l'introduction d'une création paradoxale qui pourrait bien figurer dans le *Catalogue* de Carelman car, en principe, par sa flexibilité, une lame en papier ne pourrait pas accomplir la fonction de raser. Rappelant comment une matière flexible comme le papier peut devenir une surface coupante – qui, d'ailleurs, n'a pas eu l'expérience de se couper avec du papier ? –, la portée de cette adaptation peut avoir des conséquences sur l'environnement global. Sans se soustraire au consummérisme du jetable, elle se présente comme une innovation d'ordre systémique car, si adoptée en masse, elle peut contribuer à la réduction des déchets non biodégradables. Ces solutions locales peuvent donc être adoptées de façon collective et devenir des solutions de système selon une pratique de généralisation *bottom-up* ou être imposées du haut selon une adaptation *top-down* : nous appellerons ces mouvements de passage de la

solution locale à son extension globale et *vice-versa* la *dynamique ascendante ou descendante* de l'innovation.

Comme on peut le constater, ce modèle temporel est essentiellement *cyclique*, dans le sens où toute solution, tout objet ou projet d'innovation sociale, une fois qu'il a été inventé, peut être plus ou moins adapté à d'autres réalités ou à d'autres cultures et qu'une solution peut être jugée innovante ou révolutionnaire seulement dans la phase naissante de son cycle. Par ce modèle temporel, nous pouvons conclure que (19) *il y a du design quand on dépasse la stabilisation inertielle d'une solution par les modes de l'innovation*.

4. À venir (design du vivant)

Nous pouvons nous demander maintenant si l'horizon du *durable* est encore valable presque un demi-siècle après la publication du dossier sur les limites de la croissance indiquées par le rapport Meadows (1972).

Le design des cultures, commencé par l'urbanisation anthropique, s'est poursuivi par la sélection biologique des espèces animales et végétales. Ces activités de domestication conduites sur plusieurs millénaires ont eu comme résultat de transformer l'environnement terrestre en un immense *Ecoumène* (cf. Berque 2000). Cette opération de design de l'*environnement naturel* en *environnement anthropique* poursuivie à l'échelle planétaire est aussi le résultat de l'anthropisation des espaces sauvages et de la sélection des espèces vivantes. Connu pour avoir introduit le principe de la *sélection naturelle*, le livre de Darwin sur *L'origine des espèces* commence en réalité par décrire la longue *sélection artificielle* opérée par l'homme. Sélectionner et croiser les espèces équivaut à faire du design des vivants en les modelant selon les besoins d'une seule espèce : celle des *sapiens*. Les chiens de compagnie, les vaches et les cochons que nous mangeons comme les fruits et les légumes sont le résultat de cette sélection de produits qui répondent aux exigences alimentaires ou de socialité des humains. L'implantation de monocultures pour satisfaire les nécessités alimentaires est l'une des causes de la baisse de la biodiversité. La définition de design en tant que « science de l'artificial » Herbert (1969) et donc le principe même de la production d'un artefact s'effacent dans le bio-design où l'artefact est de l'ordre de la nature. *Il y a donc du design (20) quand la manipulation de l'expression n'est plus seulement culturelle et externe mais biologique et interne et il n'y a plus d'artefact (bio-design)*.

La focalisation excessive sur un design centré humain est qu'au fur et à mesure que les activités anthropiques ont adapté l'environnement pour garantir les meilleures conditions d'habitabilité pour notre espèce, les conséquences ont été la réduction de la biodiversité et les changements climatiques jusqu'à la possibilité d'entrevoir son extinction. Dans le dernier demi-siècle, les responsabilités du design n'ont pas été des moindres : l'accélération du modèle de la croissance consumériste est un des résultats du design-marketing capable de rendre désirables les produits rien que pour leur formes. Le nouvel horizon qui s'ouvre pour les projets du design n'est plus celui du *durable*, mais celui des *urgences* déterminées par les mutations du *nouveau régime climatique* (Latour

2015). Ces transformations se préfigurent comme *révolutionnaires* puisqu'il est probable qu'elles affecteront profondément les conditions systémiques de la vie comme nous l'avons connue : à partir des grandes migrations des zones proches de l'équateur vers les pôles, ou des zones côtières vers des territoires en altitude, par l'effondrement du système de production et le changement radical des styles de vie affectant, de façon spécifique, chaque territoire.

Par ces mutations impondérables, en même temps, l'horizon de l'Anthropocène peut devenir l'occasion de repenser un modèle alternatif de société, attentif à la nouvelle relation entre *humain* et *non-humain*. Par les opportunités qui s'offrent par la crise climatique, le design pourrait envisager l'horizon d'une utopie politique à faveur d'une autre forme de vie.

5. Horizon (design de l'Anthropocène)

Le design anthropo-centré que nous avons connu et qui a contribué à la déstabilisation climatique devra à l'avenir laisser la place à un design centré vivant. Par des dynamiques *bottom-up*, au rapport entre l'homme et l'environnement de l'éco-design des années 1970, il faudra remplacer l'interaction locale entre *vivants* et *territoire*. Dans ce territoire, plutôt que se focaliser sur le bien-être des humains, il faudra comprendre que la survivance même de notre espèce, commence par l'équilibre avec les autres non-humains du même territoire.

5.1. Umwelt et territoire

Pour penser ce design des vivants deux notions seront utiles, voire indispensables. La première, celle qui permet de ne pas confondre cette approche locale avec l'éco-design, est la notion de *Umwelt* (milieu) de Von Uexküll. Plutôt que de considérer l'environnement comme une donnée objective, la notion de *Umwelt* introduit le point de vue des autres espèces sur l'environnement. Avec ces autres espèces, nous ne vivons pas le même environnement, car la perception du milieu passe par les différences inscrites dans le corps des espèces. Dans ce contexte, nous pouvons définir l'*habitat* comme ce milieu de croisement des *Umwelten* des espèces sur un territoire. Dans cette acception (21) *il y a du design quand on prend le système du vivant comme modèle global (bio-design)*.

En tant que résultat d'une profonde révision de la relation entre la position *localiste* et *mondialiste*, en plaidant pour la défense du territoire plutôt que de l'environnement, le mot utilisé par Latour (2017) et repris plus récemment par Manzini (2019) est celui de *terrestre*.

5.2. Un horizon terrestre pour le design

La seconde notion qui sera utile est celle de *champ de stabilité de la vie* élaborée par Wladimir Vernadsky. Conçu pour améliorer l'habitabilité du monde, le design du siècle dernier nous a conduit à la déstabilisation clima-

tique propre à l'Anthropocène. Le nouvel horizon à viser sera la *stabilité du monde* afin de permettre la *permanence de la vie* sur la planète car c'est par les réseaux de vie des espèces que l'on parvient à garantir la permanence des humains. Ce nouvel horizon du design pourrait alors être synthétisée par trois priorités venant à remplacer autant de concepts clés du design :

Habitabilité du monde → *Stabilité du monde*
 Design centré humain → *Design centré vivant*
 Amélioration de la vie → *Permanence de la vie*

L'objectif, voire l'urgence d'un tel design, est celui de préserver le *champ de stabilité de la vie*. Nous pouvons conclure que (22) *il y a du design quand au centre du projet il n'y a plus l'homme mais le réseau des vivants*. La conséquence est que plutôt qu'un *design de la transformation*, le design à venir sera un design attentif au *maintien* des conditions de la *vie* sur la planète.

Si les hypothèses de l'Anthropocène ont une base réelle – et c'est ce que semblent confirmer la baisse fulgurante de la biodiversité et les récentes nouvelles de l'accélération de la fonte des glaciers arctiques et antarctiques – alors le premier passage sera celui du *design de la programmation* vers un *design des urgences*. Il y a donc du design (23) *quand l'innovation vise un horizon terrestre qui est aujourd'hui celui des émergences de l'Anthropocène*. Ce design implique de pouvoir prendre des décisions par l'anticipation des scénarios de crise et donc par des études préalables sur les boucles de causalité qui pourraient affecter un territoire tout en prévoyant la pénurie des produits et, par conséquent, le bricolage des solutions.

6. Conclusions (design : une science en devenir)

Terminons par une réponse à la question centrale de ce recueil : par quelle question faut-il aborder le design ? Le bilan de cette archéologie se nourrit des réponses avancées tout au long d'un parcours à travers la préhistoire, l'histoire, le présent, jusqu'à avancer quelques prévisions pour le design à venir. Par ces réponses, nous venons de constater que la vision du design change selon ses périodisations : du design des cultures à la culture du design, de l'élargissement du domaine d'intervention selon l'innovation sociale par le design, et enfin, par un design du vivant visant l'horizon de l'Anthropocène. Nous pouvons résumer ces acquis en les réordonnant selon les périodisations introduites :

Il y a du design quand :

Pré-histoire (design des cultures)

1. Il y a action sur l'environnement.
2. Par ces actes se manifeste la faculté de design.
3. Il y a manipulation de l'expression.
4. Il y a projet par l'anticipation du dessin.
5. Il y a méta-faculté de production sérielle.
6. Il y a sérialité mécanique.

Histoire (culture du design)

7. On dépasse la sérialité mécanique.
8. Il y a signature individuelle du projet.
9. Il y a recherche de fusion entre fonction pratique et fonction esthétique.
10. Il y a adéquation entre *forme* et *fonction*.
11. Il y a manipulation de l'expression et création de signification fonctionnelle par des artefacts livrables.
12. Ces livrables sont exécutés pour répondre aux parties prenantes.
13. Il y a intégration et interaction entre *fonction* et *communication de la fonction*.
14. Nous essayons de combler les impossibilités du corps par l'invention d'artefacts en tant que prothèses externes.

Présent (innovation sociale par le design)

15. Nous essayons d'embrayer dans le corps les prothèses externes.
16. Il y a l'invention commune d'une solution à un problème collectif et/ou social.
17. On dépasse la stabilisation inertielle d'une solution selon les modes de l'innovation.
18. Il y a signature collective par le co-design.
19. La posture du designer est éthique car il lui revient de poursuivre le bien commun.

À venir (design du vivant)

20. La manipulation de l'expression n'est plus seulement culturelle et externe mais biologique et interne et donc il n'y a plus d'artefact (bio-design).
21. Au centre du projet il n'y a plus l'homme mais le réseau des vivants.
22. On prend le *système du vivant* comme modèle.

Horizon Anthropocène

23. L'innovation vise un horizon terrestre par les *émergences* de l'Anthropocène.

Par cette vingtaine de réponses – qui ne sont pas exhaustives et qui mériteraient bien plus qu'un rapide survol –, nous avons essayé de reconstruire ce qu'on peut considérer comme étant le premier périmètre des problématiques traversant l'archéologie du design. Par sa relation intrinsèque entre *design des cultures* et *culture du design*, par sa méthode de *veille* et de *projet*, ainsi que par l'alternance entre *stabilisation* et *innovation*, le design est pris dans un mouvement incessant entre passé et avenir : ce qui, en définitive, est son *cycle dynamique d'innovation* en tant que recherche-projet.

Ainsi, si l'épistémologie d'une science doit répondre en même temps aux quatre principes de causalité indiqués par la *Métaphysique* d'Aristote, à savoir (a) *qu'est-ce que le design ? (cause matérielle)* ; (b) *qui agit par le design ? (cause efficiente : qui est l'agent)* ; (c) *comment faire du design ? (cause*

formelle : par quelle posture éthique et méthodologique) ; (d) pourquoi et pour quelle finalité on agit (cause finale : à savoir quel horizon on vise), nous pouvons conclure que la réponse à chacune de ces causes varie selon le moment où l'on interroge le design : (a) l'identité de cette formation change selon la périodisation ; (b) l'agent est d'abord le designer et par la suite il se rapproche de l'utilisateur ; (c) l'attitude commerciale s'oppose à la posture éthique et les méthodologies subissent des mises à jour constantes ; enfin, (d) l'horizon consumériste se transforme, par la conscience des limites de la croissance, d'abord dans le « durable » et, maintenant, par le constat que nous sommes entrés par l'Anthropocène, dans celui des « urgences ».

Cette archéologie, en définitive, nous a montré que, par rapport à la définition visant l'« être » d'un phénomène, le « quand » de la recherche-projet en design est sa vocation naturelle à saisir le *devenir* en cumulant les savoirs et en adaptant les projets et les méthodes sans pouvoir les généraliser dans une définition et une procédure unitaires. Ainsi, si l'épistémologie est la relation entre une théorie et son objet de connaissance, alors le design est une discipline en devenir parce que son objet, en tant que terrain d'intervention, est lui-même en devenir en basculant, dans son mouvement, les quatre critères de scientificité établis par Aristote⁹. Les conséquences du *quand* touchent en définitive l'essence de la question épistémologique en expliquant, entre autres, les ajustements périodiques de la formation du design à son objet de connaissance.

Bibliographie

- Benjamin, Walter
1939 “Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit”, in *Gesammelte Schriften*, Band I, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1980 ; trad. fr., *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Payot, 2013.
- Berque, Augustin
2000 *Ecumène. Introduction à l'étude des milieux humains*, Paris, Belin.
- Beyaert, Anne
2012 *Sémiotique du design*, Paris, PUF.
- Boutinet, Jean-Pierre
1990 *Anthropologie du projet*, Paris, PUF, 2012.
- Couloubaritsis, Lambros
2001 « Causalité et scientificité dans la Métaphysique d'Aristote », in *Képoi. De la religion à la philosophie. Mélanges offerts à André Motte*, Liège, Presses universitaires de Liège, p. 213-226, publiés en ligne, 02 juillet 2020 : <http://books.openedition.org/pulg/1103>.

9 Couloubaritsis (2001) écrit : « avant l'établissement par [Aristote] d'une science physique, aucune tentative n'avait été faite dans le sens d'une recherche de la causalité comme critère de scientificité pour le devenant et l'étant : tout simplement parce qu'aucun penseur avant lui n'avait réussi à trouver des critères pour établir la scientificité des étants en devenir ». Le point est que cet étant en devenir n'est pas ici l'univers physique, mais une pratique de transformation et une théorie de cette pratique.

Cross, Nigel

2007 *Designerly Ways of Knowing*, Basel-Boston-Berlin, Birkhäuser.

Darras, Bernard

2016 « <Metabolisme>, un outil de diagnostic et de médiation produit par la sémiotique pragmatique théorique et appliquée », *Sens et médiation, Actes du congrès de l'Association Française de Sémiotique Université du Luxembourg*, 1-4 juillet 2015, publiés en ligne en 2016, p. 158-181.
<<http://afsemio.fr/wp-content/uploads/L.-Médiation-fonction.pdf>>.

Darras, Bernard & Findeli, Alain (éds)

2014 *Design : savoir & faire savoir pour mieux faire et faire pour mieux savoir*, Nîmes, Lucie.

De Fusco, Renato

1985 *Storia del design*, Rome, Laterza, 2002.

Deni, Michela

2002 *Oggetti in azione. Semiotica degli oggetti: dalla teoria all'analisi*, Milano, Franco Angeli.

Eco, Umberto

1975 *Trattato di semiotica generale*, Milan, Bompiani.

1979 *Lector in fabula*, Milan, Bompiani ; trad. fr. *Lector in fabula. Le rôle du lecteur ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, Paris, Les livres de poche, 1989.

1997 *Kant e l'ornitorinco*, Milan, Bompiani ; trad. fr. *Kant et l'ornithorynque*, Paris, Grasset, 1999.

Freeman, Edward

1984 *Strategic Management: A stakeholder approach*, Boston, Pitman.

Findeli, Alain

2015 « La recherche-projet en design et la question de la question de recherche : essai de clarification conceptuelle », dans *Sciences du design*, n° 1, p. 45-57.

Findeli, Alain ; Bousbaci, Rabah

2004 « L'éclipse de l'objet dans les théories du projet en design », *The Design Journal*, VIII (3), p. 35-49.

Goodman, Nelson

1968 *Languages of Art: An Approach to a Theory of Symbols*. Indianapolis, Bobbs-Merrill ; trad. fr. *Langages de l'art : Une approche de la théorie des symboles*, Paris, Hachette, 2005.

Heidegger, Martin

1953-54 "Die Frage nach der Technik", in *Vorträge und Aufsätze*, Neske, Pfullingen ; trad. fr. « La question de la technique », dans *Essais et conférences*, Paris, Gallimard, 1993, p. 9-48.

Herbert, A. Simon,

1969 *The Sciences of the Artificial*, Cambridge, MIT Press, 1996 (3^{ème} éd.).

Jakobson, Roman

1963 *Essais de linguistique générale*, Paris, Minuit.

Latour, Bruno

2015 *Face à Gaïa. Huit conférences sur le Nouveau Régime climatique*, Paris, La Découverte.

2017 *Où atterrir. Comment s'orienter en politique*, Paris, La Découverte.

Leroi-Gourhan, André

1964-65 *Le Geste et la Parole*, vol. 1 : *Technique et langage* ; vol. 2 : *La Mémoire et les Rythmes*, Paris, Albin Michel.

Manzini, Ezio

2015 *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*, Cambridge, MIT Press.

2018 *Politiche del quotidiano*, Rome, Edizioni di comunità.

2019 "Abstract" intervention au colloque *Design, Sémiotique et Philosophie face à l'Anthropocène*, Nîmes, 5-7 juillet 2021.

Manzini, Ezio ; Jégou, François

2006 « Au-delà de l'hyperconsommation. Scénarios pour des formes de vie fluides et durables », Nicole Aubert éd., *L'individu hypermoderne*. ERES, 2006, p. 215-226.

Meadows, Dennis

1972 *The Limits To Growth*, Chelsea Green Publishing ; trad. fr. *Halte à la croissance ?*, Paris, Fayard.

Monteiro, Mike

2019 *Ruined by Design: How Designers Destroyed the World, and What We Can Do to Fix It*, Mule Books, Kindle edition.

Munari, Bruno

1981 *Da cosa nasce cosa*, Rome, Laterza.

Norman, Don A.

1988 *Design of Everyday Things: Revised and Expanded*, New York, Basic Books et London, MIT Press, 2013.

Papanek, Victor

1972 *Design pour un monde réel, Ecologie urbaine et changement social*, Paris, Mercure de France, 1974.

Prieto, Luis

1975 *Pertinence et pratique. Essai de sémiologie*, Paris, Minuit.

Raskin, Jef

2000 *The human interface*, Boston, Addison-Wesley Professional.

Simon, Herbert A. et Newell, Allen

1971 « Human problem solving: The state of the theory in 1970 », *American Psychologist*, 26(2), p. 145-159. En ligne : <https://doi.org/10.1037/h0030806>.

Skinner, Burrhus Frederic

1961 « The Design of Cultures », Vol. 90, n° 3, *Evolution and Man's Progress*, Boston, MIT Press, p. 534-546.

Vernadsky, Wladimir

1926 *La biosphère*, Paris, Seuil, 2002.

Vial, Stéphane

2015 « Qu'est-ce que la recherche en design ? Introduction aux sciences du design », dans *Sciences du Design*, n° 1, p. 22-36.

Uexküll, Jakob von

1934 *Streifzüge durch die Umwelten von Tieren und Menschen*, Berlin, Springer ; trad. fr., *Milieu animal et milieu humain*, Payot & Rivages, 2010.

Zinna, Alessandro

2004 *Le interfaccia degli oggetti di scrittura*, Rome, Meltemi.

2005 « L'objet et ses interfaces », in Fontanille et Zinna (éds), *Les objets au quotidien*, Limoges, Pulim, p. 161-192.

2011 « Towards a Semiotics of Controls and Commands », *Collection # 3*, p. 23-31.

Alessandro Zinna est professeur de Sémiotique à l'Université de Toulouse 2 – Jean Jaurès et directeur de recherches. Il a conduit ses études de doctorat en Italie et en France, respectivement, sous les directions d'Umberto Eco et Algirdas Julien Greimas. Il s'intéresse au développement d'une archéologie sémiotique dans les domaines du vivant et du design. Parmi ses publications : *Elementi di semiotica generativa* (1991, avec F. Marsciani) ; *Le interfaccia degli oggetti di scrittura* (2004), *Les objets au quotidien* (2005, éds avec J. Fontanille).

Entre ses publications les plus récentes : le numéro de *Langages* n° 213 « Hommage à Algirdas Julien Greimas » (2019, éds avec J. Fontanille). En collaboration avec d'autres chercheurs, dans les collections du CAMS/O : *Louis Hjelmslev (1899-1965). Le forme del linguaggio e del pensiero* (2017) ; *Formes de vie et modes d'existence 'durable'* (2018) ; *L'immanence en jeu* (2019) ; *Utopies et formes de vie* (2019).

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

Design o progettualità? Il progetto come trasformazione inventiva

Salvatore Zingale

Dipartimento di Design, Politecnico di Milano, IT

salvatore.zingale@polimi.it

www.salvatorezingale.it

Abstract

Design or projectuality? Project as inventive transformation – We are often led to think about the terms “design” and “project” as synonyms. But this is not entirely true. The English noun *design* also contains other meanings, which we can consider as the premises, or conditions, of every design action: *drawing, shape, purpose, intention*. The Semiotics that is interested in design faces a choice: either limiting itself to the analysis of artefacts, regarded as texts with which we interact in social and daily life; or choosing to investigate also and above all the processes underlying the project action. In the latter case, it is a question of following a path still barely explored, which will have to tend to develop, if possible, a real *semiotic logic of projectuality*.

Keywords

Design; Projectuality; Inventiveness; Narrativity; Desire.

Contents

2. Design e desiderio
 3. Design e progettualità
 4. Design e intenzionalità
 5. *Aufhebung* e design
 6. Semiotica del design e Semiotica del progetto
 7. Stato di cose problematico e stato di cose trasformato
 8. Problema e soluzioni
 9. Problema ed epifania
 10. Inventiva e narrazione
 11. Conclusioni: il come e il perché
- Bibliografia

1. Design e vita quotidiana

All'inizio degli anni Novanta lo psicoanalista James Hillman scrisse, insieme a Michael Ventura, un libro dal titolo *Cento anni di psicoterapia e il mondo va sempre peggio*.¹ Confesso che avrei voluto intitolare questo articolo parafrasando il libro di Hillman e Ventura: *Duecento anni di design e il mondo non va ancora meglio*. Questo è quello che mi viene da pensare ogni volta che osservo, con incredulità e insofferenza, molti degli artefatti² che popolano gli ambienti pubblici e privati in cui mi imbatto. Del resto, uno sguardo preoccupato sul design è anche quello di Giulio Carlo Argan, che in una conferenza del 1980, *La crisi del design*, osservava: «il mondo moderno tende a cessare di essere un mondo di oggetti e soggetti, di cose pensate e persone pensanti. Il mondo di oggi potrebbe non essere più un mondo di progettisti, ma un mondo di programmati» (Argan 1983: 266).

La domanda che mi pongo è se le aspettative sull'azione innovativa del design finora non siano state troppo alte, oppure se dal design non bisogna aspettarsi altro se non quello che esso è in grado di dare: a volte molto, a volte nulla. A volte progetti che mettono in discussione consuetudini e che prospettano nuovi valori, a volte progetti che delle consuetudini sono una mera variante.

Le condizioni già quasi del tutto compromesse del nostro pianeta, così come lo stato di disagio che proviamo nella vita quotidiana, non sono certo imputabili al design. Ma è indubbio che, seppure forte di una innovazione tecnologica a livelli sempre più alti e sorretto da metodologie di progetto sempre più raffinate e collaudate, il design non sembra poter porre rimedio a una produzione industriale tutt'altro che sostenibile o *user-friendly*, né a una comunicazione sociale "avvelenata" dalla ricerca del consenso o dal trionfo dello stereotipo.³ Il design, in particolare il *product design*, forse perché, almeno dal secondo dopoguerra in poi, ha destinato i propri prodotti principalmente alle classi economicamente più abbienti, non ha nemmeno elevato – e potremmo dire "educato" – il gusto estetico diffuso. Per molti versi, anzi, ha contribuito ad alimentare sia l'industria culturale oggetto di critica di Theodor Adorno,⁴ sia la fantasmagoria delle merci di cui parlava Walter Benjamin.⁵

1 Hillman e Ventura (1992).

2 Utilizzerò il termine "artefatto" in senso ampio per indicare tutto ciò che costituisce il risultato o il prodotto di un atto progettuale.

3 Nella teoria dell'argomentazione l'espressione "avvelenamento dei pozzi" indica la delegittimazione con ogni mezzo delle affermazioni dell'interlocutore. Cfr. D'Agostini (2010). Sui rapporti fra design della comunicazione e stereotipi vedi Baule e Bucchetti (2012).

4 Anche se non tratta in modo specifico del design, ma dei prodotti destinati all'intrattenimento massificato, il testo di Adorno "L'industria culturale", in Horkheimer e Adorno (1944/1969), può anche essere letto come una critica a ogni altra forma di standardizzazione e di produzione in serie.

5 «Le esposizioni mondiali trasfigurano il valore di scambio delle merci; creano un ambito in cui il loro valore d'uso passa in secondo piano; inaugurano una

Diversamente stanno le cose per ciò che riguarda il più recente campo del design dei servizi e per l'innovazione sociale, attraverso il quale si cerca di ottenere benefici connessi all'ambito di azione di chi promuove tali progetti:

L'espressione "politica del quotidiano" indica una sequenza di azioni che influenzano i sistemi sociotecnici (e quindi anche economici, politici e culturali) in cui si opera e con cui si entra in relazione: delle azioni sul mondo, attinenti la vita di tutti i giorni, fatte operando da dove si è. Cioè, dal proprio punto di osservazione e d'azione. (Manzini 2018: 114)

Sappiamo che questa è la forza del design per l'innovazione: le "politiche del quotidiano" mostrano esempi e modelli di realtà possibili, ci dicono che possiamo concepire, attingendo alle nostre capacità progettuali, una diversa idea della vita sociale. Tuttavia, l'interrogativo è se e come questi modelli avranno la forza di diffondersi fino a diventare anche pratiche dominanti, per conseguire effetti sensibili capaci di modificare, anche *in the long run*, sistemi economici e produttivi che interessano porzioni di popolazione più ampie.

2. Design e desiderio

Il potere del design sulla formazione degli orientamenti culturali non va infatti sottovalutato, a patto che al design si affidino compiti alti. Ma si tratta a mio avviso (ancora) di un "potere indeciso" fra avallare le strategie di produzione e diffusione di beni di consumo e di comunicazione, o se criticarne la natura; così come fra contribuire all'irrazionalità alienante del nostro *ambiente umano* o se adoperarsi per il suo superamento:

Noi possiamo (e dobbiamo) denunciare l'irrazionalità del nostro ambiente, ma nessun discorso sulla sua natura alienante può farci dimenticare [...] che esso è il risultato della nostra volontà fattuale e che siamo noi tutti, direttamente o indirettamente, a realizzare gli oggetti del nostro intorno, i quali, a loro volta, sono parte determinante della nostra condizione umana. (Maldonado 1970: 23)

In quasi due secoli di storia il design ha infatti contribuito a dare vita a nuove concezioni dell'ambiente umano in cui operiamo e a rendere più gradevole e soddisfacente un vasto campionario di artefatti.⁶ Alcuni di essi hanno cambiato e migliorato il nostro modo di agire e i nostri stili di vita. Due esempi storici per tutti: la Vespa Piaggio di Corradino D'Ascanio e le macchine per scrivere Olivetti di Marcello Nizzoli.⁷

fantasmagoria in cui l'uomo entra per lasciarsi distrarre. L'industria dei divertimenti gli facilita questo compito, sollevandolo all'altezza della merce. Egli si abbandona alle sue manipolazioni, godendo della propria estraniamento da sé e dagli altri» (Benjamin 1955: 145 tr. it.).

6 Cfr. Vitta (2001).

7 Cfr. Bonfantini e Renzi (2001).

Nonostante questi esempi, tuttavia, a me pare che il design sia spesso in gran parte inteso (dai designer e dagli studiosi) e vissuto (dagli utenti o fruitori) come una fantasmagorica “fabbrica del desiderio”,⁸ dove ciò che viene consumato non è propriamente l’oggetto (il suo valore d’uso) ma il possesso dell’oggetto (il suo valore di scambio e, anche, simbolico):

Il prodotto seduce al consumo, opera come “causa del desiderio” senza potersi esaurire come *telos*. Il consumo diventa coazione al godimento. Si potrebbe affermare che il prodotto del design sia oggi una delle incarnazioni del lacaniano *objet petit a*: l’indifferente e variabile “qualcosa” che ricopre improvvisamente il buco della mancanza, l’oggetto-causa che ci appare come il *fine* del nostro desiderio ma che è intrinsecamente incapace di colmarlo. (Carmagnola 2009: 138)

Al design che produce “macchine del desiderio” possiamo contrapporre un design che propone “strumenti di servizio” (e quindi di soddisfazione). Questo vuol dire collocare il desiderio all’inizio del processo progettuale, e non alla fine: perché si tratta del desiderio del progettista (chiunque esso sia⁹) di ideare un determinato prodotto, e non del desiderio che il prodotto dovrà suscitare nell’utente.¹⁰ Non solo. Concepire il design come servizio, e non come oggetto che sollecita desideri, alla stregua di un feticcio,¹¹ ci permette di collocare l’artefatto nella posizione che gli compete: quella della *mediazione*. L’artefatto è mediazione, per il progettista, tra il desiderio che accende l’immaginazione e una prassi progettuale che la attualizza; e per il fruitore tra uno stato di bisogno e uno stato di soddisfazione. Nei termini della logica attanziale, gli artefatti in quanto macchine del desiderio si pongono come Destinanti¹² che orientano le nostre scelte e le nostre azioni; al contrario, in quanto servizio gli artefatti vanno intesi come Aiutanti che dovrebbero rendere migliore la vita individuale e collettiva, e permetterci di agire nell’ambiente attivamente e con la piena consapevolezza delle nostre scelte.

3. Design e progettualità

Queste e altre riflessioni mi portano ad avere una visione critica del design; o per lo meno un entusiasmo cauto e dubbioso. È per questa ragione che ritengo che quando parliamo di *design* dovremmo pensarlo, innanzitutto-

8 Cfr. Carmagnola (2009) e Forty (1986).

9 Qui, sotto il termine “progettista” possiamo intendere sia il committente sia il designer; ma in teoria non si può escludere qualsiasi altro soggetto che metta in atto una qualsiasi pratica progettuale.

10 Non escludo che l’utente o fruitore possa sentirsi attratto da un prodotto e quindi desiderarlo, escludo solo che questo sia, o dovrebbe essere, lo scopo primo dell’attività progettuale.

11 En passant: sarebbe opportuna una ripresa in chiave semiotica della riflessione sul design come produttore di feticci, sia nel senso del feticismo delle merci marxiano, sia nel senso freudiano della parafilia.

12 Scriverò, per mia convenzione, tutti i concetti semiotici con l’iniziale maiuscola.

to, come *progettualità*, intendendo questa sia come capacità progettuale sia come predisposizione a pensare progettualmente, ossia come teoria e *insieme* pratica di un “abito inventivo”, il quale non riguarda solamente la professione del design ma, più in generale, il modo di intendere ogni aspetto della nostra vita sociale.

Se guardiamo al suo seguito mediatico, al suo successo di mercato e a quanto è dato ammirare in occasione delle grandi manifestazioni fieristiche, alla sua presa sull’immaginario estetico, il design senza alcun dubbio c’è; se invece osserviamo criticamente i nostri ambienti di vita, pubblici e privati, la qualità e l’efficienza degli assetti artefactuali, le carenze nei servizi sociali, ciò che *latita* è proprio la progettualità.

Non è mia intenzione porre *design* e *progettualità* in rapporto di contraddizione né di alternativa. Al contrario, è bene ribadire che la progettualità senza il design rischia di essere infruttuosa. Non dimentichiamo, riprendendo ancora Maldonado, il limite che lo studioso argentino rimproverava a Ernst Bloch e alla sua “utopia concreta”, ossia la mancanza del “ulteriore passo” che renda efficace ogni progetto:

Senza dubbio è già un formidabile progresso l’aver stabilito, come Bloch sulla scorta di Marx ha fatto, che la coscienza critica è il movente fondamentale della praxis avvenirista. Ma il discorso non può fermarsi qui. Un ulteriore passo avanti, che Bloch ha esitato a fare, consisterebbe nel rendersi conto che la coscienza critica, se vuole operare con efficacia nella sfera dell’azione, dovrebbe anche essere coscienza critica della processualità tecnica. (Maldonado 1970: 117)

Non si dà quindi “utopia concreta”, né progettualità, senza la processualità metodologica e operativa del design; e ovviamente senza ciò che distingue il design (così come l’architettura) da ogni altra forma di progettazione: la capacità di affidare alla dimensione estetica il compito di interpretare il proprio tempo, di esercitare una “coscienza critica” anche attraverso la ricerca estetica.

La questione che sollevo è un’altra: mi chiedo se per capire il design non sia il caso di interessarsi più a fondo di indagare come e quando la nostra mente si comporta *progettualmente*; e, in questa sede, se non debba essere la progettualità a ricevere una più approfondita riflessione semiotica, mettendo provvisoriamente da parte il design, per poi eventualmente considerarlo sotto altra luce.

“Design” è infatti un termine-cardine irrinunciabile della nostra cultura, ma è anche un termine semanticamente molto più complesso rispetto al suo uso corrente e al suo senso dominante. Se curiosiamo dentro il suo spettro semantico, vi troveremo molto di più di quanto abitualmente pensiamo. Infatti, per lo più si pensa che i termini “design” e “progetto” siano sinonimi, ma ciò è parzialmente vero. Nell’uso della lingua inglese il sostantivo *design*, e con esso il verbo *to design*, contiene anche altri significati, che possiamo considerare come le premesse, o le condizioni, di ogni azione progettuale: *disegno*, *scopo*, *intenzione*, *forma*.

4. Design e intenzionalità

Nella *Letter concerning the Art, or Science of Design*¹³ di Anthony Ashley Cooper, conte di Shaftesbury, scritta a Napoli nel 1712, il termine “design” compare diverse volte;¹⁴ mai però – e non potrebbe essere diversamente – nell’accezione odierna, così come noi lo abbiamo ereditato in relazione alla produzione di beni industriali. Nella *Letter*, a ogni occorrenza questo termine mostra la sua polisemia, che risalta chiara nella traduzione italiana: a volte “design” è tradotto con *disegno*, altre volte con *scopo* o *fine*, altre ancora con *intenzione*, e certamente anche con *progetto*.

Questo spettro semantico è del resto confermato da ogni dizionario di inglese. Prendiamo ad esempio il Collins *English Dictionary*,¹⁵ il quale, accanto alle accezioni più comuni che riguardano la forma, le linee e i dettagli di oggetti d’uso o di sistemi (e quindi il piano dell’espressione degli artefatti), registra le seguenti definizioni: «4. The design of something is the way in which it has been planned and made» e «7. A design is a general plan or intention that someone has in their mind when they are doing something». A queste va aggiunto il significato dell’espressione *by design*: «If something happens or is done by design, someone does it deliberately, rather than by accident», dove viene accentuato l’agire secondo intenzione e volontà.

In sintesi, dal *Collins Dictionary* possiamo estrarre le seguenti accezioni, quelle che qui maggiormente ci interessano:

Come verbo, design è:

- *to plan and make (something) artistically or skillfully;*
- *to form or conceive in the mind; invent;*
- *to intend, as for a specific purpose; plan.*

Come sostantivo, design è:

- *plan, scheme, or project;*
- *an end aimed at or planned for; intention; purpose.*

A prevalere è quindi il tema della concezione, dell’intenzionalità, dell’inventiva: dell’agire pensando a uno scopo.¹⁶ Tanto che mi verrebbe da proporre

13 La *Lettera sul disegno*, come recita il titolo della traduzione italiana, è stata scritta dal filosofo britannico durante un suo soggiorno a Napoli per ragioni di salute. L’autore riafferma qui il valore delle arti all’interno di una società libera, e si sofferma sullo stretto legame tra libertà politica, sviluppo delle arti ed educazione al gusto.

14 Mi sono già soffermato sulla lettera di Anthony Ashley Cooper nel mio *Interpretazione e progetto* (2012). Riprendo l’argomento per ritornare a porre l’accento sulla marca dell’intenzionalità presente nella progettualità.

15 È stata consultata l’edizione online: <<https://www.collinsdictionary.com/it/dizionario/inglese/design>>.

16 La questione è del resto antica e può essere fatta risalire all’attività poetica o produttrice di cui parla Aristotele in un noto passaggio dell’*Etica Nicomachea* (1139b):

la seguente definizione, con tutta la prudenza che una definizione comporta: “Il design è una attività ideativa e operativa che mira, a partire da un’intenzione, alla produzione di un artefatto – o di un sistema di artefatti, di procedure, di servizi o di esperienze – in vista di uno scopo”. Ora, ciò che muove questa attività non è (ancora) il design propriamente detto, ma – come ci insegna l’etologia – la nostra predisposizione “animale”¹⁷ a pensare progettualmente. Se così il design è *innanzitutto* progettualità, allora è questa che dobbiamo *dapprima* indagare.

Insomma, *design* non vuol dire solamente “progetto”, e l’atto del progettare comporta (porta con sé) altri atti che lo precedono. Se così il design è un’azione mossa da intenzione e in vista di uno scopo, e non solamente l’atto finale in cui tutto ciò prende forma in un artefatto, l’attenzione che la semiotica pone al design non riguarda più solo il modo in cui tale artefatto, in quanto testo culturale, si manifesta, ma anche: sia tutto ciò che accade alla mente quando essa è impegnata in una *azione di progetto*, sia le *azioni semiosiche* che un artefatto compie una volta che diventa esperienza d’uso. Il “senso delle cose” sta tanto *prima* dell’artefatto (il processo progettuale) quanto *dopo*, in ciò che esso determina (nei mutamenti nella vita sociale e culturale).

Va infatti aggiunto che, oltre al variegato spettro semantico del termine *design*, oggi il design è via via diventato molte e diverse cose. Basti guardare alla varietà di campi professionali cui esso è associato o agli ambiti di ricerca che ha generato.¹⁸ Fra il “classico” *industrial product design* e il “nuovo” *design for social innovation* sono più le differenze che i tratti in comune. I problemi estesici e percettivi che affronta un *interior designer* non sono gli stessi di quelli che impensieriscono un *graphic designer*. E per rimanere nel campo del design della comunicazione, i problemi di leggibilità che si presentano a un *web designer* sono di tutt’altro tipo rispetto a quelli che incontra chi progetta sistemi di orientamento.

Se poi usciamo dal campo del design (e oggi il design stesso ama oltrepassare sempre di più i propri confini), non è difficile rilevare come la progettualità investa, come già accennato, anche i processi di rinnovamento della vita collettiva, sociale e politica.

«[il pensiero pratico] presiede anche all’attività produttrice [*poietikès*]: chiunque, infatti, produca qualcosa, la produce per uno scopo, e la produzione non è fine a sé stessa (ma è relativa a un oggetto, cioè è produzione di qualcosa)» (trad. mia).

¹⁷ «Essere animale significa sognare, fare progetti, costruire delle strategie, riflettere sulle possibilità, valutare i contenuti reconditi di una situazione, fare simulazioni mentali sulle diverse tattiche» (Marchesini 2016b: 96).

¹⁸ Non a caso all’inizio della Premessa al numero monografico di E/C “Il discorso del design” (n. 3, 2009), Dario Mangano elenca alcune «determinazioni citate nella definizione che Wikipedia offre della parola design», e osserva come si tratti di «Una moltitudine eterogenea di artefatti e problematiche che riescono a stare insieme in nome di una nozione unica come quella di progetto» (Mangano 2009: 5).

Analogamente, questi erano i nomi delle sezioni della conferenza dell’European Academy of Design, “Design for Next”, tenutasi a Roma nel 2017: Aesthetics, Economy, Education, Environment, Health, Industry, Society, Technology, Thinking.

5. *Aufhebung* e design

Il lettore avrà compreso che questo articolo ha due obiettivi di fondo: far evolvere la nozione di *design* – come attraverso un processo che ricorda l'*Aufhebung* di Hegel¹⁹ – in quella di *progettualità*; di conseguenza, riflettere sulle condizioni teoriche che ci permettano di (continuare a) costruire una Semiotica del progetto, o semiotica progettuale.²⁰ Ciò comporta appunto concepire il design come attività che deriva dalla progettualità, la quale andrebbe considerata come l'oggetto di studio primario della riflessione semiotica.

Per argomentare questo atto di *Aufhebung*, di superamento e conservazione al tempo stesso della nozione di design, mi affido a una prova di commutazione. Con le dovute differenze e proporzioni, penso infatti che sia lecita un'operazione teorica analoga a quella che nel corso degli anni è stata compiuta sulle narrazioni, ossia il passaggio dall'*analisi del racconto* alla definizione della *narratività*. Partiamo da un passo di Gianfranco Marrone:

La *narratività* concerne quelle caratteristiche costanti, essenziali, formali e astratte del racconto che si ritrovano più o meno celate sia in questi prodotti testuali che chiunque indicherebbe come narrativi, sia, in generale, in qualsiasi tipo di discorso anche apparentemente molto lontano e diverso dai racconti propriamente detti [...]. (Marrone 2011: 31)

Proviamo a parafrasare questo brano sostituendo il termine “narratività” con quello di “progettualità”, commutando anche tutti gli altri termini collegati al concetto di *narratività*:

La progettualità concerne quelle caratteristiche costanti, essenziali, formali e astratte della produzione di artefatti (d'uso, comunicativi, cognitivi) che si ritrovano più o meno celate sia in questi prodotti artefattuali che chiunque indicherebbe come progettati, sia, in generale, in qualsiasi tipo di oggetto anche apparentemente molto lontano e diverso dagli artefatti propriamente detti.

La progettualità può essere così vista come la facoltà umana che presiede non solo ai progetti in quanto tali riconosciuti, ma che determina ogni sorta di azione intenzionale volta all'ottenimento di un beneficio individuale o col-

19 *Aufhebung*, come è noto, è un termine della dialettica di Hegel e deriva verbo *aufheben*, che ha almeno tre significati: *eliminare, sollevare, conservare*. «Con questo termine Hegel esprime il carattere peculiare del processo dialettico, il quale “nega”, “supera” un momento, una categoria, ecc., e, al tempo stesso, lo “eleva” e “conserva” in un ulteriore momento, in un'ulteriore categoria, che quindi ne è l'inveramento e il completamento. La negazione dialettica di un momento ne annulla dunque soltanto l'immediatezza, e in effetti lo riafferma e lo compie in un grado superiore di svolgimento» (cfr. <www.treccani.it/enciclopedia/elenco-opere/Dizionario_di_filosofia>).

20 Vedi in particolare: Bonfantini e Terenzi (2004); Deni e Proni (2008, a cura di); Bianchi, Montanari, Zingale (2010, a cura di).

lettivo. Nella narratività – e mi riferisco in particolare allo schema attanziale²¹ – questo beneficio è l’acquisizione di un Oggetto di valore da parte di un Soggetto; nella progettualità esso è la produzione di un artefatto, cui si perviene attraverso un metodo sperimentato (v. par. 10).

Se l’analogia posta fra narratività e progettualità sarà valida per almeno alcuni aspetti,²² allora ritengo che potremmo meglio capire non solo di che cosa parliamo quando ci occupiamo di design, ma anche *quando è design*.

6. Semiotica del design e Semiotica del progetto

Fra i numerosi modi di vedere il design con *occhio semiotico* ne seleziono due a supporto della mia argomentazione. Il design può essere considerato:

- (1) a partire dalla *presenza*, sempre più pervasiva, di artefatti o sistemi nella vita sociale e individuale;
- (2) a partire dall’*assenza* degli artefatti di cui sentiamo la necessità e che, quindi, immaginiamo come possibili.

Nel primo caso abbiamo una *Semiotica del design*, ossia una semiotica dei prodotti del design e del sistema-design, così come essi si presentano e agiscono nei contesti sociali e nel corso della storia. Nel secondo caso abbiamo una *Semiotica del progetto*, ossia una semiotica dei processi progettuali, della loro genesi e delle loro ragioni teoretiche e sociali.²³ Come mostra il grafo, propongo di considerare la Semiotica del design come un sottoinsieme della Semiotica del progetto (fig. 1).

Figura. 1. Semiotica del progetto e Semiotica del design: processi e prodotti.

²¹ Vedi Greimas (1966). Per una discussione sulla narratività vedi Lorusso, Paolucci, Violi (2012).

²² Va ricordato che in ogni analogia solo alcune proprietà sono comuni a due distinti domini. Cfr. Zingale (2012).

²³ Come scrivevamo Michela Deni e io in un paper presentato alla conferenza dell’European Academy of Design nel 2017, «la semiotica è un “meccanismo” che agisce all’interno del design, non un microscopio per analizzarne i risultati», e questo perché «i processi progettuali sono processi della semiosi, e viceversa, a prescindere dai modelli teorici di riferimento» (Deni e Zingale 2018: 98).

La Semiotica del design andrebbe infatti pensata, secondo la nota tripartizione di Eco (1984: XI-XIV), come una *semiotica applicata*, uno sguardo che analizza i testi artefattuali, più o meno come avviene per l'analisi di testi narrativi, artistici, massmediatici, ecc. La Semiotica del progetto, invece, dovrebbe configurarsi come una *semiotica specifica*,²⁴ al pari, a mio avviso, della Semiotica del testo. Quest'ultima, sappiamo, elabora strumenti per la comprensione di testi di diversa natura espressiva, non di un solo genere, per individuarne il funzionamento generale.²⁵ In modo analogo, la Semiotica del progetto dovrebbe interessarsi dei modi in cui, in campi anche molto differenti, i processi progettuali, nel realizzarsi, seguono un *percorso semiotico*. Non importa in quali ambiti si esprima la progettualità, né quali siano le forme di espressione cui essa dà vita. La progettualità è il presupposto tanto del progetto ingegneristico, quanto di quello architettonico e urbanistico, tanto del design degli artefatti e dei servizi, quanto delle arti di ogni genere. L'attività progettuale, insomma, non è solo propria delle "scienze dell'artificiale", come le ha chiamate Herbert A. Simon (1969), ossia Architettura, Design e Ingegneria. La progettualità fa parte della stessa esistenza, come suggeriva Jean-Paul Sartre in *L'esistenzialismo è un umanismo*:

L'uomo è, dapprima, un progetto che vive sé stesso soggettivamente, invece di essere muschio, putridume o cavolfiore; niente esiste prima di questo progetto; niente esiste nel cielo intelligibile; l'uomo sarà innanzitutto quello che avrà progettato di essere. (Sartre 1946: 29 tr. it.)

Ogni fase della nostra esistenza è infatti un progetto: costruire una carriera professionale, acquisire uno stile di vita, persino preparare una vacanza o altre attività quotidiane. Non a caso Ezio Manzini parla, più che di design, di "progetti di vita" (Manzini 2018: 57 sgg.). E forse, progettuali sono gli stessi processi biologici.

Come dicevo, il progetto va inteso come un oggetto di studio al pari del testo, se non altro perché, come il testo, il progetto è un *congegno* per la generazione del senso. Ma con una differenza: in un testo noi cerchiamo la manifestazione di un senso già operante nel nostro universo culturale; nel progetto, al contrario, il senso è solamente (o ancora) possibile, è ciò che vogliamo o dobbiamo costruire: occorre inventarlo, trovarlo. Nell'analisi di un testo viene ricostruito ciò che si trova in un tempo già dato; nell'attività progettuale si costruisce qualcosa che poniamo in un tempo in costruzione, in quel futuro che, come sosteneva Peirce, influenza il nostro presente:

²⁴ Scrive Eco: «Sono convinto che le semiotiche specifiche debbano porsi i propri problemi epistemologici interni, e cioè riconoscere e denunciare le proprie metafisiche implicite [...]» (Eco 1984: XII). La Semiotica del progetto ha quindi un compito, che in questo articolo non può che essere solamente accennato: definire quali sono i propri caratteri costanti, stabili e necessari. Tale definizione epistemologica, a mio avviso, non può che avvenire attraverso una sintesi dei contributi che possiamo ricavare a partire dalle diverse esperienze di ricerca e di sperimentazione in atto.

²⁵ Cfr. fra gli altri: Pozzato (2001) e Marrone (2011).

Dire che il futuro non influisce sul presente è una teoria insostenibile. È come dire che non vi sono cause finali, o fini. Il mondo organico è pieno di smentite di questa affermazione. L'azione determinata dalla causa finale costituisce infatti l'evoluzione. Ma è vero che il futuro non influisce sul presente nel modo diretto, dualistico, secondo cui il passato influisce sul presente. Si richiede un meccanismo, un medium. Ma che tipo di meccanismo [*machinery*] può mai essere questo? (CP 2.86; tr. it. *Opere*: 119).

Forse, questo *machinery* è proprio la capacità di far progetti. La semiotica si è lungamente interessata sulla natura del congegno testuale, ma ancora sappiamo poco della semiosi che si trova dentro un congegno progettuale.

7. Stato di cose problematico e stato di cose trasformato

Faccio ancora riferimento alla narratività e propongo di vedere la progettualità come un percorso di *trasformazione del senso*:²⁶ un percorso semiotico che si configura come passaggio traduttivo e inferenziale da uno stato all'altro, da uno *stato di cose problematico* a uno *stato di cose trasformato* (fig. 2).

Figura 2. Stato di cose problematico e stato di cose trasformato.

Ma che cosa si intende qui con “stato di cose problematico”? E che cosa si incontra durante questo percorso?

La figura 2 mostra come per passare da stato di cose problematico a stato di cose trasformato è necessario attivare una o più forme di mediazione semiotica. Definire quali sono queste forme e come vengono applicate è uno dei compiti della semiotica progettuale. Qui possiamo solo dire che questo percorso segue, in linea generale, le modalità proprie della traduzione;²⁷ e che questa dovrebbe anche possedere i caratteri della dialogicità, diretta o differita. Progettare è infatti tanto il *tradurre in artefatto* un'istanza che non riesce a essere espressa in modo appropriato, quanto il predisporre qualcosa per qualcuno, e questo “qualcuno” – analogamente al Lettore modello di Umberto Eco (1979)²⁸ – occupa un posto nella mente del progettista, come se fosse continuamente da esso interrogato. Oltre a ciò, dialogicità è anche l'interazione effettiva, diretta,

26 Su queste questioni vedi anche Deni (2019).

27 Sul design come traduzione vedi Baule e Caratti (2016).

28 Sull'analogia fra lettore modello (Eco 1979) e utente modello vedi Deni (2002).

strumentale, come avviene in tutti i progetti partecipativi, dove il confronto dei soggetti coinvolti è parte inalienabile del metodo progettuale.²⁹

Altre forme di mediazione sono l'osservazione etnosemiotica, che interpreta e analizza le condizioni iniziali che motivano l'intervento progettuale; così come, nella formulazione finale del progetto, le «strategie di enunciazione che comprendono l'applicazione dello schema narrativo canonico e del *percorso generativo della significazione*, ad esempio nel passaggio tra valori, temi e attori/spazi/tempi» (Deni e Zingale 2018: 99³⁰). Forma di mediazione sono inoltre la stessa narratività e, in genere, il potenziale narrativo di cui ogni artefatto è carico,³¹ e l'abduzione come forma dell'inventiva. Delle ultime due ci occuperemo, anche se non in modo esaustivo, nel corso di questo articolo.

8. Problema e soluzioni

Mi soffermo qui solo sulla domanda, posta prima, su che cosa bisogna intendere con “stato di cose problematico”, perché il termine “problema” può dare adito a qualche malinteso, soprattutto se affrontato dalla prospettiva del *Problem solving*.³² Dipanare la questione del problema ci aiuta però a entrare nel vivo della progettualità e ad affrontare un interrogativo che non può essere eluso: da che cosa è motivata l'attività del progettare? e quali metodi e procedure possiamo elaborare per dare ordine alle nostre attività di progettazione?

Il Problem solving, pratica studiata dalla psicologia sperimentale e applicata in particolare al management e alle ingegneria, è uno dei tanti modi per dare risposta a questi interrogativi e per la semiotica riveste un'importanza limitata. Tuttavia, è bene collocare la nozione di “problema” in un quadro semiotico. Tento di farlo a partire da una comunanza epistemologica fra *processo psicologico* e *processo semiotico*, che riscontro in quanto osservano Giuseppe Mosconi e Valentina D'Urso (1973) sulla natura del problema:

Si è sempre assunta l'esistenza del problema come un dato, come un *fatto esistente* per sé e non richiedente ulteriore comprensione [...]. Ma questa assunzione del problema come dato dal quale partire è arbitraria: il problema non è un dato, un fatto naturale, ma è un *prodotto psicologico*.

Si converrà senza difficoltà che esiste un problema solo là e quando vi è *una mente che vive una certa situazione come problema*. Diciamo di più, e più esattamente: vi è problema solo quando la mente crea o determina il problema: vi è problema solo nella *dimensione psicologica*, non in quella naturale, od oggettiva. (Mosconi e D'Urso 1973: 31; corsivi miei)

29 Di “modalità conversazionale” nella progettazione partecipativa parla anche Manzini (2015 e 2018). Su dialogicità e progettualità rimando a Zingale (2009 e 2019).

30 Il testo citato si riferisce alla versione italiana del paper presentato alla Conferenza EAD 2017 (cfr. Deni e Zingale 2017).

31 Sui rapporti fra design e narrazione vedi Penati (2013).

32 Fra i sostenitori dell'inattualità del design visto come Problem solving cito Mattozzi (2009).

Propongo allora una seconda operazione di commutazione: al posto di “psicologico” si legga “semiotico”; e là dove Mosconi e D’Urso ci dicono che la mente “vive” una certa situazione come problema, si intenda che la mente “interpreta” questa situazione come problema. Va infatti ricordato che il *Problem solving* è solo il momento finale di un processo più articolato che inizia con un *Problem finding* (individuazione o percezione di un problema) e transita attraverso un *Problem shaping* (inquadramento e valutazione del problema), fase intermedia che presenta, a mio avviso, una forte analogia con la nozione semiotica di mediazione.

In quanto atto iniziale, il *Problem finding* è il primo stadio di un processo interpretativo, direi quasi uno stadio etnografico, di osservazione e ricognizione. Un problema, insomma, deve prima di tutto essere riconosciuto come tale: sappiamo, ad esempio, che non tutti vedono nel riscaldamento globale un fatto di cui preoccuparsi. Ora, questa capacità di *vedere* un evento come fatto problematico è una azione semiotica. Allo stesso modo, una valenza semiotica può essere individuata anche nel *Problem shaping*, la fase che fornisce una rappresentazione semantica di un fatto-problema.

Il brano di Mosconi e D’Urso suggerisce un’altra analogia fra psicologia e semiotica: il “fatto esistente” iniziale è infatti riconducibile alla nozione peirceana di Oggetto dinamico – che è chiamato *dinamico* proprio perché appartiene a un’esistenza esterna alla mente –, il quale assume le sembianze di un problema solo quando viene interpretato come tale, ossia una volta che viene rappresentato in quanto Oggetto immediato all’interno di una relazione segnica. Se ciò è vero, allora il *Problem solving* – in questo caso inteso come risposta interpretante a una situazione problematica – occuperà la posizione dell’Interpretante, che come sappiamo non è la conclusione della semiosi, solo un suo momentaneo stato di “riposo”: l’acquisizione di una credenza o giudizio che è pronta a rimettersi in discussione e quindi alla ricerca di una ulteriore trasformazione (fig. 3).³³

Figura 3. Il Problem solving interpretato attraverso il triangolo semiotico (da Peirce).

³³ Questa mia osservazione fa riferimento alla definizione di “semiosi” contenuta nei *Collected Papers* di Peirce, in particolare: CP 2.92 e CP 5.484.

Ciò che chiamiamo problema, insomma, altro non è che un fatto (che sottoponiamo a un atto interpretativo) che mette in movimento altri fatti (che possono costituire un'azione progettuale). È qualcosa che si inserisce all'interno di un processo di semiosi illimitata.

9. Problema ed epifania

La natura problematica di questo “fatto” o “stato di cose” non vuol dire che esso sia solo un *intralcio* o un *disagio*. Per una mente progettuale, allenata all'inventiva, esso viene inteso anche come una *possibilità*. Ogni situazione problematica è un'apertura di possibilità.

Una situazione problematica può infatti essere interpretata o vissuta come avversità o turbamento, come l'emergere di un bisogno: una mancanza, un'ineadeguatezza, un'insoddisfazione, un disagio. In questo caso il problema è uno stato di cose che avvertiamo come *insostenibile*, una condizione che corpo e mente non possono tollerare e che chiede una reazione. Ma la nozione di problema non riguarda solo ciò che è riconducibile al bisogno, è anche ciò che innesca il desiderio. Voglio dire che se è vero che un qualsiasi fatto diventa problema da momento in cui l'interpretazione lo tramuta in un *segno d'altro*, allorane cose che questo *altro* può essere anche uno stimolo che accende l'immaginazione: una epifania.

Dopo essermi affidato alla psicologia di Mosconi e D'Urso, ora ricorro all'etologia di Roberto Marchesini, che non a caso si pone come etologia filosofica.³⁴ Nella citazione che segue scorgo infatti un altro processo che può interessare la semiotica progettuale: il passaggio che va dall'osservazione e analisi di un *fenomeno* (qualcosa che dice di sé) all'interpretazione che lo trasforma in una *epifania* (qualcosa che dice di me e a me):

Indubbiamente il volo di un uccello ha qualcosa di maestoso e di suggestivo e tuttavia se nei larghi cerchi di un'aquila o nel volo planare di un albatros, nelle picchiate di un falco o nelle ascensioni di un colombo, nei caroselli dei rondoni o nell'immobilità a mezz'aria di un colibrì, l'essere umano vedesse solo un fenomeno [...] per quanto fonte di stupore e di smarrimento, per quanto sublime, non sarebbe in grado di annunciare una dimensione esistenziale altra. Perché il volo di un uccello possa tramutarsi in un evento epifanico è indispensabile che l'essere umano veda sé stesso nel volo [...]. (Marchesini 2014: 128)

Ciò vuol dire che la relazione tra un fatto problematico e il suo superamento è sempre dialettica, perché la sintesi, lo *stato di cose trasformato* cui tendiamo, è un elemento *terzo* e *inedito* rispetto alla dualità problema-soluzione. È qualcosa che viene generato proprio nel corso del lavoro progettuale e in virtù delle nostre capacità interpretative.

³⁴ Il lettore avrà compreso che, a mio avviso, la Semiotica del progetto è epistemologicamente dialogica: non può non interrogare altre discipline, perché non può sussistere solo con i propri mezzi e le proprie categorie.

Quando Keplero scoprì di non riuscire a dare una spiegazione al fallimento dei suoi calcoli dell'orbita di Marte, si accorse che per trovare una risposta a quello stato di stallo doveva *uscire* dai modelli di pensiero cui faceva spontaneamente riferimento e rivolgersi ad altri strumenti. Il suo problema, sappiamo,³⁵ fu risolto ricorrendo a una nozione nuova: l'ellisse al posto del cerchio come forma della traiettoria dei pianeti.

Bisogno e desiderio, insieme alla volizione, possono quindi essere considerati due *fattori destinanti*, la spinta all'impresa e all'azione. Affrontare inventivamente un problema, affrancarsi da uno stato di bisogno o dalla tensione del desiderio, fa del resto parte della nostra natura, una natura proiettiva che è declinazione della nostra animalità, come ancora apprendiamo dall'etologia:³⁶

Al suo primo sbocciare nel mondo, l'animale (umano e non-umano) desidera e questo suo desiderare si esplicita nell'azione come nella pianificazione, nell'apprendimento come nel sogno, [...]. (Marchesini 2016a: 18)

E ancora:

L'animale desidera-vuole, si fa largo nel mondo attraverso la soggettività come una pianta attraverso la crescita vegetativa. L'essere dell'animale si manifesta nel desiderio e nella volontà, in una sorta di "imperativo di resistenza" rispetto alle leggi che regolano l'abiotico, in particolare al dettato entropico dei processi termodinamici. (Marchesini 2016a: 76)

Marchesini pone il desiderio a fondamento («forza motrice») della soggettività animale, in contrapposizione alla visione «cartesiana» dell'animale come macchina. Ora, nemmeno il progettare è proprio delle macchine. Così, alla domanda se gli artefatti, così come qualsiasi altro risultato di un atto progettuale, possono davvero risolvere un problema, non si può che rispondere che la domanda è mal posta. Infatti, si ha vera e propria soluzione di un problema quasi solamente nelle situazioni lineari o «macchiniche», quelle che non richiedono né invenzione né innovazione: se un ambiente di lavoro è altamente rumoroso, l'adozione di cuffie antirumore evita danni all'udito; se un'antenna non è in grado di ricevere, spostarla e orientarla diversamente può permettere una migliore ricezione. In questi e in altri simili casi la soluzione rimuove o attenua il problema, oppure ripristina o corregge le condizioni iniziali,³⁷ ma non conduce a uno scenario nuovo dove il problema iniziale non sussisterebbe più.

³⁵ Peirce giudica l'abduzione di Keplero «the most vigorous exercise of all the powers of reasoning from beginning to end» (CP 1.71) e riprende l'esempio in CP 2.96 (tr.it. *Opere*: 125). Sull'abduzione inventiva di Keplero vedi Proni (1983).

³⁶ La questione meriterebbe un più adeguato approfondimento, che in questa sede non è purtroppo possibile sviluppare.

³⁷ In ambito ergonomico è chiamata «azione correttiva» l'azione intrapresa per eliminare le cause di difetti o altre situazioni non desiderate, con lo scopo di prevenirne il ripetersi. Sulla differenza fra ergonomia correttiva ed ergonomia progettuale vedi Tosi (2004).

Nel design possiamo trovare molti esempi che vanno in questa direzione. È il caso del design che si limita al compito di rendere gli artefatti d'uso e di comunicazione più efficienti, gradevoli e comprensibili, ma che non propone, se non implicitamente, una nuova visione del nostro "ambiente umano". Beninteso, si tratta pur sempre di compiti non da poco: spesso questo design è di vitale importanza, come la progettazione ergonomica e ogni forma di design inclusivo insegnano.³⁸

La domanda è allora se sia plausibile pensare a un design in grado di porsi compiti più alti, un design in cui la *soluzione* si configuri come una *trasformazione* delle condizioni iniziali.³⁹ Vista in modo radicale, infatti, la soluzione non è mai *solo* una risposta al problema ma è, *soprattutto*, la trasformazione di uno stato problematico in uno stato in cui non solo il problema non sussiste più (si spera) ma in cui tutto l'intorno acquista un senso rinnovato.⁴⁰ Se così in un edificio pubblico – un ospedale, una stazione ferroviaria, un museo – gli utenti fanno fatica a orientarsi, non basta il *restyling* dei cartelli segnaletici: occorre un design in grado di riformulare la comunicazione complessiva, e complessa, dell'ambiente architettonico. Come dichiara Paul Mijksenaar, uno dei più importanti designer di sistemi di orientamento, «I'm successful if nobody notices the sign and finds their way» (in Mijksenaar e Westendorp 1999).⁴¹ Questo significa che un sistema di orientamento efficiente e soddisfacente deve guidare gli utenti, anche senza rivelare la sua natura artefattuale. Deve guidare la persona nel percorso attraverso la stessa conformazione degli spazi, rimuovendo ogni stato problematico.

Il progetto inteso come trasformazione del senso comporta insomma l'azzardo inventivo di un *passo in avanti*, oppure *di lato*, l'abbandono delle vie già percorse, e in tal modo il lasciarsi alle spalle ogni situazione irrisolta. Comporta una *trasformazione inventiva*.

38 Un esempio per tutti: il Progetto Lettura Agevolata del Comune di Venezia, rivolto alle persone con disabilità visiva: <<http://www.letturagevolata.it>>.

39 In questo concordo con Mattozzi (2009: 269), che parla del design come «riarticolazione di questioni». Non concordo ovviamente con l'espungere la nozione di problema dal processo progettuale.

40 Mi permetto il racconto di un aneddoto, che è anche un omaggio a un amico da cui ho imparato molto. Luigi Bandini Buti – architetto, designer ed ergonomo – un giorno mi mostrò la scalinata dell'entrata dell'edificio della Scuola del Design del Politecnico di Milano, e in particolare la rampa laterale per portatori di handicap motorio. «Quella rampa, mi disse, è un esempio di cattivo design». Qualche anno prima, a seguito di una cancrena, Bandini aveva subito l'amputazione di una gamba, e da allora si era sempre più interessato al Design for All. Per questo quella sua osservazione mi meravigliò e mi incuriosì. Chiesi che cosa intendesse. «Io uso sempre le scale, non la rampa. Perché camminare per quella rampa, con la mia gamba fasulla, mi risolve un problema fisico, ma me ne procura uno psichico: mi costringe a mostrare a tutti il mio handicap, come fossi su un palcoscenico». E aggiunse: «In questi casi la soluzione è togliere del tutto e per tutti le scale, non creare strutture discriminatorie».

41 Sul design del wayfinding si veda anche Mijksenaar (1997) e, in ambito semiotico, Zingale (2012b).

10. Inventiva e narrazione

Questo procedere *di lato* definisce la progettualità come *attività inventiva*, la cui forma logica è l'abduzione.⁴² Progettualità e inventiva vanno intese come *abiti mentali* – o *esercizi nell'immaginazione*, come direbbe Peirce⁴³ –, come disposizioni che noi umani (pur sempre *animali*) sviluppiamo per dare risposta alle diverse *situazioni problematiche* che l'ambiente, naturale e sociale, ci presenta.

In un certo senso, riprendendo ancora un esempio di Marchesini, noi siamo come il gatto che è filogeneticamente disposto alla predazione per procurarsi del cibo, anche quando, vivendo nelle nostre case e disponendo di scodelle quotidianamente colme, questa necessità non si pone. In un felino, il desiderio predatorio non si spegne in assenza del bisogno; solamente, viene declinato in maniere differenti: nel gioco, nell'affettività, nella voglia esplorativa. Questo desiderio è sempre *pronto* a manifestarsi in azioni specifiche: correre, afferrare, porsi in agguato, ecc. Il gatto adatta l'oggetto al proprio scopo: non rincorre la pallina perché attratto da essa, rincorre qualsiasi oggetto per esercitare lo schema predatorio (cfr. Marchesini 2016a: 94-95).

Allo stesso modo, l'inventiva progettuale va pensata come una *dotazione umana* o come un *abito* che perfezioniamo e che regola gran parte delle nostre azioni quotidiane, non ultimo il pensiero stesso. La domanda è perché, a differenza del gatto, i nostri abiti progettuali li lasciamo assopire; e perché spesso anche all'interno del design essi sembrano del tutto trascurati.

A guardar bene, il desiderio sta alla base sia del pensiero abduittivo-inventivo, sia della narratività vista come logica delle azioni: chi altro è un soggetto inventivo se non un Soggetto che cerca un Oggetto di valore, l'oggetto dell'invenzione? E che cosa è un'invenzione se non la trasformazione di un'immaginazione ipotetica nella sua concretizzazione?

Nel modello attanziale di Greimas, come abbiamo anticipato, la trasformazione opera infatti sulla relazione fra Soggetto e Oggetto (che non a caso è chiamata "asse del desiderio"). Ma la volontà o necessità di trasformazione può anche prendere avvio dal Destinante – oppure, secondo un'espressione che preferisco, da una *Istanza di destinazione* –, che la trasferisce al Soggetto (al progettista). È quindi il desiderio (il progetto) che ci pone alla ricerca di un *Oggetto di valore* (il prodotto). Il successo del progetto, il suo essere promotore di innovazione sociale e culturale, dipende dal tipo di trasformazione che viene messa in atto: (i) *trasformazione congiuntiva* (quando il Soggetto si appropria dell'Oggetto, ossia quando questo risponde alle esigenze per cui è stato pensato); (ii) *trasformazione disgiuntiva* (quando il Soggetto rinuncia all'Oggetto, ossia quando questo fallisce nei suoi obiettivi) (cfr. Greimas 1983: 34-35 tr. it.). Ognuna di queste trasformazioni muta lo stato delle cose, nel bene e nel male.

⁴² Sull'abduzione come forma logica dell'inventiva vedi: Club Psòmega (1986, 1988, 1998, 2006), Proni (2008) e Zingale (2012a).

⁴³ Vedi l'episodio raccontato da Peirce nella nota in (CP 5.487; tr. it. *Opere*: 270).

È quindi lo stato di instabilità a produrre una *istanza di destinazione*, e di conseguenza la messa in atto di un programma per appropriarsi di un Oggetto di valore. Il percorso di trasformazione che porta dall'istanza di destinazione all'acquisizione (o alla perdita) dell'Oggetto desiderato può essere così a tutti gli effetti considerato un percorso progettuale. O se si preferisce: uno dei modelli della progettualità.

11. Conclusioni: il come e il perché

Ho qui sostenuto la necessità e la possibilità di una Semiotica del progetto, che non è una semiotica che spiega come progettare, ma una semiotica capace di indagare dentro i processi progettuali, che come detto sono anche processi semiotici. Penso infatti che la semiotica, a prescindere dalle scuole storiche, possieda gli strumenti per proporsi come riflessione sui modi e sulle finalità del progettare. Per questa ragione ritengo che sia necessario occuparsi del design *in quanto* progettualità, perché la progettualità è a fondamento della nostra stessa esistenza e persistenza culturale.

Il design è da diversi anni in una fase di cambiamento: anche il modo di considerare il design da parte della semiotica deve cambiare. Non è più solo in gioco la natura semiotica degli artefatti, presi in sé o nel sistema d'uso in cui agiscono, ma il sapere progettuale socialmente diffuso e condiviso. Ciò comporta che per la semiotica non è più sufficiente seguire le varie metamorfosi del design, ma contribuire attivamente alla formulazione di un pensiero progettuale e, forse, anche individuare il proprio ruolo epistemologico nell'universo sempre più variegato delle attività progettuali. Insomma, se questa via sarà fruttuosa, dovremmo arrivare a poter dire che, se il design è un pensiero progettuale che ha per scopo il nostro benessere e quello degli ambienti in cui viviamo, se esso sarà in grado di ripensarsi in relazione ai mutamenti sociali, questo processo di continua ridefinizione sarà possibile anche grazie alla semiotica.

A condizione che la semiotica, come ha già iniziato a fare, non si chiuda nel ruolo di scienza descrittiva, con il compito di studiare al microscopio l'organizzazione dei testi artefatti, e sia disposta ad alzare lo sguardo per contribuire al formarsi di una coscienza progettuale critica in grado di rendere il mondo migliore di quello che finora siamo stati in grado di lasciare. Ogni progetto è infatti, come ho cercato di mostrare, una produzione di senso; e il senso delle cose lo si valuta, in ultima analisi, dalle conseguenze che dalle cose derivano. In sintesi, la semiotica progettuale non si pone più solo come scienza del *come*, ma anche come scienza del *perché*.

Bibliografia

Argan, Giulio Carlo
1983 "La crisi del design" (1980), in *Storia dell'arte come storia della città*, Roma: Editori Riuniti.

Aristotele
Etica Nicomachea, tr. it. Milano, Bompiani, 2000.

- Baule, Giovanni; Bucchetti, Valeria (a cura di)
2012 *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, Milano, Franco Angeli.
- Baule, Giovanni; Caratti, Elena (a cura di)
2016 *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto. "Design e traduzione": un manifesto*, Milano, FrancoAngeli.
- Benjamin, Walter
1955 "Parigi. La capitale del XIX secolo", tr. it. in *Angelus Novus*, Torino, Einaudi, 1962.
- Bertola, Paola; Manzini, Ezio (a cura di)
2006 *Design multiverso. Appunti di fenomenologia del design*, Milano, PoliDesign.
- Bianchi, Cinzia; Montanari, Federico; Zingale, Salvatore (a cura di)
2010 *La semiotica e il progetto 2. Spazi, oggetti, interfacce*, Milano, Franco Angeli.
- Bonfantini, Massimo A.
1987 *La semiosi e l'abduzione*, Milano, Bompiani.
2003 "Presentazione", in Charles S. Peirce, *Opere*, a cura di M.A. Bonfantini con la collaborazione di G. Proni, Milano, Bompiani.
- Bonfantini, Massimo A.; Renzi, Emilio (a cura di)
2001 *Oggetti Novecento*, Bergamo, Moretti&Vitali.
- Bonfantini, Massimo Achille; Terenzi, Marina Tatiana (a cura di)
2004 *Come inventare e progettare alla maniera di Poe. Filosofia della composizione*, Bergamo, Moretti&Vitali.
- Carmagnola, Fulvio
2009 *Design. La fabbrica del desiderio*, Milano, Lupetti.
- Club Psòmega
1986 *La forma dell'inventiva*, Milano, Unicopli.
1988 *Il pensiero inventivo*, Milano, Unicopli.
1998 *La vita inventiva*, Napoli, Esi.
2006 *L'inventiva. Psòmega vent'anni dopo*, Bergamo, Moretti&Vitali.
- D'Agostini, Franca
2010 *Verità avvelenata. Buoni e cattivi argomenti nel dibattito pubblico*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Deni, Michela
2002 *Oggetti in azione Semiotica degli oggetti : dalla teoria all'analisi*, Milano, Franco Angeli.
2019 "Des sciences du design à la science du design", in J. Fontanille, A. Zinna (éds), *Le dialogue entre la sémiotique structurale et les sciences. Hommage à Algirdas Julien Greimas*, Langages, 213, 93-103.
- Deni, Michela; Proni, Giampaolo (a cura di)
2008 *La semiotica e il progetto. Design, comunicazione, marketing*, Milano, Franco Angeli.
- Deni, Michela; Zingale, Salvatore
2017 "Semiotics in Design Education: Semiotics by Design", *The Design Journal*, Vol. 20, Issue sup1: Design for Next: Proceedings of the 12th European

- Academy of Design Conference, Sapienza University of Rome, 12-14 April 2017, edited by Loredana Di Lucchio, Lorenzo Imbesi, Paul Atkinson, 1293-1303.
2018 “Semiotica e didattica del design”, in Furlanis, Giuseppe (a cura di), *La didattica del design in Italia*, Roma, Gangemi.

Eco, Umberto

- 1979 *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano, Bompiani.

- 1984 *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Torino, Einaudi.

Forty, Adrian

- 1986 *Objects of Desire. Design and Society since 1750*, London, Thames and Hudson.

Greimas, Algirdas J.

- 1966 *Semantica strutturale*, tr. it. Roma, Meltemi, 2000.

- 1983 *Del senso 2. Narrativa modalità, passioni*, tr. it. Milano, Bompiani, 1984.

Hillman, James; Ventura, Michael

- 1992 *Cento anni di psicoterapia e il mondo va sempre peggio*, Milano, Garzanti, 1993; Milano, Raffaello Cortina, 1998.

Horkheimer, Max; Adorno, Theodor W.

- 1944/1969 *Dialettica dell'illuminismo*, Torino, Einaudi, 1966.

Lorusso, Anna Maria; Paolucci, Claudio; Violi, Patrizia (a cura di)

- 2012 *Narratività. Problemi, analisi, prospettive*, Bologna, Bononia University Press.

Maldonado, Tomás

- 1970 *La speranza progettuale*, Torino, Einaudi.

Mangano, Dario

- 2009 “Premessa”, in Mangano, Dario e Mattozzi, Alvise (a cura di), “Il discorso del design”, *E/C*, 3-4.

Manzini, Ezio

- 2015 *Design, When Everybody Designs. An Introduction to Design for Social Innovation*, Cambridge Mass., The MIT Press.

- 2018 *Politiche del quotidiano. Progetti di vita che cambiano il mondo*, Roma, Edizioni di Comunità.

Marchesini, Roberto

- 2014 *Epifania animale. L'oltreuomo come rivelazione*, Milano, Mimesis.

- 2016a *Etologia filosofica. Alla ricerca della soggettività animale*, Milano, Mimesis.

- 2016b *Alterità. L'identità come relazione*, Modena, Mucci.

Marrone, Gianfranco

- 2011 *Introduzione alla semiotica del testo*, Roma-Bari, Laterza.

Mattozzi, Alvise

- 2009 “Conclusioni: aperture”, in Mangano, Dario e Mattozzi, Alvise (a cura di), “Il discorso del design”, *E/C*, 3-4.

Mijksenaar, Paul

- 1997 *Visual Function. An Introduction To Information Design*, Architectural Press, Prince-ton.

Mijksenaar, Paul; Westendorp, Piet

1999 *Open Here: The Art of Instructional*, London, Thames and Hudson.

Mosconi, Giuseppe; D'Urso, Valentina

1973 "Il farsi e il disfarsi del problema", in Id. (a cura di), *La soluzione di problemi. Problem-solving*, Firenze, Giunti-Barbera.

Peirce, Charles S.

1931-1958 *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Voll. I-VI, 1931-1935, a cura di Ch. Hartshorne e P. Weiss; voll. VII-VIII, 1958, a cura di A.W. Burks, Cambridge (Mass.), Harvard University Press. Trad. It. parziale in *Opere*, a cura di M.A. Bonfantini con la collaborazione di G. Proni, Milano, Bompiani.

Penati, Antonella (a cura di)

2013 *È il design una narrazione? Design e narrazioni*, Milano, Mimesis.

Pozzato, Maria Pia

2001 *Semiotica del testo. Metodi, autori, esempi*, Roma, Carocci.

Proni, Giampaolo

1983 "L'abduzione di Keplero", *Versus*, 34, 27-58.

2008 "Per una semiotica dell'azione progettuale", in Deni e Proni 2008.

Sartre, Jean-Paul

1946 *L'esistenzialismo è un umanismo*, Milano, Mursia, 1971.

Simon, Herbert A.

1969 *Le scienze dell'artificiale*, Bologna, il Mulino, 1988.

Tosi, Francesca

2004 "Ergonomia per il Design", in Id. (a cura di), *Ergonomia & Design*, Milano, Poli.design.

Vitta, Maurizio

2011 *Il progetto della bellezza. Il design fra arte e tecnica dal 1851 a oggi*, Torino, Einaudi.

Zingale, Salvatore

2009 *Gioco, Dialogo, Design. Una ricerca semiotica*, Milano, ATi Editore.

2012a *Interpretazione e progetto*, Milano, Franco Angeli.

2012b "Orientarsi tutti. Il contributo della semiotica per un Wayfinding for All", in Steffan, Isabella, (a cura di), *Design for All. Il Progetto per Tutti. Metodi, strumenti, applicazioni*, Parte prima, Rimini, Maggioli.

2015 "'This is my Design'. Lo spazio dell'abduzione nella progettualità", in Bonfantini, Massimo A.; Fabbrichesi, Rossella; Zingale, Salvatore (a cura di), *Su Peirce. Interpretazioni, ricerche, prospettive*, Milano, Bompiani.

2016 "Come una traduzione. La traduzione del senso nel design", in Baule e Caratti (2016).

2019 "Verso un metodo dialogico. Il dialogo come strumento di conoscenza e di progetto", in *Il metodo semiotico. Questioni aperte e punti fermi*, E/C, 24.

Salvatore Zingale è Professore associato al Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, e insegna Semiotica del progetto e Teorie della comunicazione nella Scuola del Design. I suoi interessi di ricerca nell'ambito della semiotica del progetto com-

prendono: il ruolo dell'attività interpretativa nei processi progettuali; lo studio dei processi inventivi; la dimensione visuale nel design e nella comunicazione; lo sviluppo degli aspetti dialogici del design; il formarsi degli abiti mentali e di comportamento. È responsabile scientifico della ricerca «Design e alterità» e membro del comitato di redazione della collana di Design della comunicazione (FrancoAngeli). Fra le sue pubblicazioni in volume: *Segni sui corpi e sugli oggetti* (a cura di, con M.A. Bonfantini, Moretti&Vitali 1999); *La semiotica e le arti utili in undici dialoghi* (a cura di, Moretti&Vitali 2005); *Gioco, dialogo, design. Una ricerca semiotica* (ATi Editore, 2009); *Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva* (FrancoAngeli, 2012).

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

Il governo della scrivania Design come “dispositif”

Imma Forino

Dipartimento di Architettura e Studi Urbani, Politecnico di Milano, IT

Abstract

The desk has been a controversial symbol of the office work, a piece of furniture to manage the confusion of papers and to settle all the employees. Over the centuries its design was often instrumental in identifying the personal habitat and the time of work. In the Ford era, the desk is the first element to order the office environment – a strategic “dispositif” for regulating employees and the workflow –, while today its design satisfies the new desires of the organization of work: transparent and thin, the office desk becomes dematerialized into the logic of the “dynamic working” by contemporary Science Management, which involves its use in sharing, in rotation or its elimination.

Keywords

Office desk; Offices; Office work; Dispositif; Office design.

Contents

- 0. Introduzione
- 1. *Dispositif*
- 2. *Bureau*
- 3. L'arnia operativa
- 4. Il paternalismo vincolante
- 5. L'economia del *quadrillage*
- 6. L'eterodirezione *gray*
- 7. Il paesaggio democratico
- 8. Il dominio della trasparenza
- 9. Il *networking* flessibile
- 10. *Out of desk?*
- Bibliografia

o. Introduzione

La scrivania come strumento di lavoro all'interno degli uffici moderni e contemporanei, il cui progetto e linguaggio comunicativo sono raffrontati con la coeva evoluzione spaziale dei luoghi del terziario, è l'argomento di questa riflessione sul design come *dispositif*. Essa è vista come un elemento ambivalente: atta a governare la confusione delle carte, nel corso del tempo la scrivania è diventata il simbolo del lavoro d'ufficio, ma individua altresì l'habitat personale dell'addetto, che spesso coincide con il «posto di lavoro», l'impiego propriamente detto. D'altra parte, il suo progetto si colloca nella più complessa organizzazione del lavoro burocratico, diventando parte dei *dispositif* strategici – nell'accezione indicata da Michel Foucault (1980) – messi in campo per dirimere la classe sociale degli impiegati. L'oggetto-scrivania, inscritto nella relazione che intercorre fra la persona e lo spazio, fra l'arredo e lo spazio, può essere considerato l'emblema del compito burocratico e, al contempo, latore di precisi significati sociali e culturali. Vista nella sua quotidianità, insieme ai gusti, alle abitudini, al modo di lavorare di chi la usa, la scrivania rappresenta

una maniera per segnare [lo] spazio, un approccio un po' obliquo alla ... pratica quotidiana, un modo di parlare del [proprio] lavoro, della [propria] storia, delle [proprie] preoccupazioni, uno sforzo per cogliere qualche cosa che appartiene alla [personale] esperienza, ma non a livello di esperienze lontane, bensì nel vivo del suo mostrarsi. (Perec 1985: 22)

Se per Georges Perec classificare e descrivere gli oggetti sul proprio tavolo da lavoro equivalgono a riflettere sul suo operato di scrittore, altre considerazioni scaturiscono interpolando il design della scrivania da ufficio con la visione filosofica e politica di Michel Foucault, di Richard Sennett e di Byung-Chul Han in rapporto alle strutture di potere o di autorità e ai sistemi di controllo, fisici ancorché interiorizzati, che affiancano le teorie manageriali dell'organizzazione del lavoro burocratico.

Accantonando la scrivania quale «scenografia del potere» secondo l'interpretazione di Jean-Marie Floch (1983) – l'arredo di grandi dimensioni individua spazi e linee di interazione del dirigente a seconda del suo ruolo in un'azienda e mediante «regimi di visibilità», paragonabili a quelli individuati da Foucault (Mangano 2009: 54) –, la nostra riflessione è orientata a coloro che da quel potere sono governati con norme disciplinanti, dirette e indirette, affinché siano più produttivi. In quest'ottica la scrivania dell'impiegato fa parte di una «scenografia della subordinazione», costruita ad hoc all'interno dell'ufficio, che inquadra l'addetto in un sistema di riferimenti topologici e psicologici. Pur mutando nel corso del tempo a seconda delle modalità organizzative imposte dal Management, tale scenografia influenza le persone e le loro relazioni, oltre ai modi e ai tempi di svolgere un compito.

Riprendendo l'affermazione di Tomás Maldonado (1976: 15), per cui il design è «un fenomeno sociale globale», che non si può esaminare

isolatamente ma in relazione ad altri fenomeni con cui costituisce un tessuto connettivo, il progetto della scrivania travalica la «funzione prima» o l'*utilitas* dell'oggetto (Eco 1968: 207) per incarnare il carattere normativo, ancorché accogliente, dell'ambiente di lavoro. Atta a regolamentare corpo e mente dell'addetto, nell'ufficio la sua «efficacia simbolica consiste nell'indicare a ciascuno il posto che occupa al suo interno secondo una logica di equivalenze isomorfe tra relazioni spaziali e relazioni sociali, in modo da far coincidere l'identificazione di una persona con il proprio posto» (Pasquinelli 2004: 93). Quest'indicazione, pressoché univoca dalla fine dell'Ottocento ai primi anni Novanta del Novecento, muta di significato nel momento in cui alla stabilità del lavoro si sostituisce la sua flessibilità e intercambiabilità, fino ad arrivare alla sua precarietà. Se nell'adattarsi ai desiderata contemporanei del Management, la scrivania sembra smaterializzarsi assecondando l'incessante flusso di informazioni che proviene dai più aggiornati dispositivi informatici, la logica del *dynamic working* prevede di farla usare in condivisione oppure a rotazione o, altrimenti, di eliminarla del tutto. In un mondo del lavoro, in cui «uomini flessibili» – per usare la nota espressione di Sennett (1998) – devono adattarsi per non perdere il lavoro, la scrivania incarna l'ultimo baluardo di resilienza oppure il miraggio di un approdo, spesso sempre più lontano.

1. Dispositif

L'ufficio è un universo complesso, uno scenario di scambio quotidiano fra le persone, ma anche un luogo di autodeterminazione e di sopraffazione, in cui si riflettono la storia sociale e la sua evoluzione, i suoi progressi e le sue contraddizioni; d'altronde, l'ufficio incarna anche un sistema di relazioni fra l'essere umano e lo spazio, fra l'essere umano e gli arredi (Forino 2011). Questo sistema può essere variamente interpretato alla luce delle indicazioni provenienti dalla storia sociale e dalla lettura politica delle sue fenomenologie. Partendo dalla concezione marxista generale del potere ovvero dalla sua «funzionalità economica» atta a sostenere i rapporti di produzione, la visione di Michel Foucault (1997: 21) sui luoghi collettivi e le relazioni di potere è mutuabile allo spazio dell'ufficio e a un dato momento storico, che vede l'ascesa del capitalismo nella maggior parte dei paesi occidentali e il passaggio dalla proto-industria alla vera produzione industriale dei beni (Forino 2012: 534-535).

Per la sua analisi dei sistemi di potere, il filosofo francese ha coniato il concetto di *dispositif* a indicare un complesso di fattori eterogenei attraverso i quali si realizza il controllo: il loro insieme «implica discorsi, istituzioni, strutture architettoniche, decisioni regolative, leggi, misure amministrative, enunciati scientifici, proporzioni filosofiche, morali e filantropiche, in breve: tanto del detto che del non-detto, ecco gli elementi del dispositivo. Il dispositivo è la rete che si stabilisce fra questi elementi» (Foucault 1994: 299). Il *dispositif*, scrive ancora Foucault (1980: 194-195), «ha una funzione dominante strategica»; è cioè uno «strumento tecnico», che consente di assicurare il funzionamento dei rapporti di «dominazione» (Foucault 1997: 45). L'autore riconduce l'idea di *dispositif* a strutture di controllo,

costrizione o coercizione, e infine di produzione, quali il modello teorico del Panopticon (1786) di Jeremy Bentham, il carcere, l'ospedale, la caserma, la scuola, la fabbrica. In queste istituzioni è possibile «sorvegliare la condotta degli individui aumentandone la redditività, la produttività stessa della loro attività» (Foucault 2004: 69).

Parlando di sistemi di autorità, il filosofo pone poi l'accento sul potere microscopico, capillare, che si attua *all'interno* del corpo sociale, più che al di sopra di esso (Foucault 1975a: 121-122). In tal caso, oltre agli «strumenti tecnici», alla dominazione delle persone contribuisce l'uso di una psicologia coercitiva, che genera cioè l'illusione di una costante sorveglianza grazie a strutture progettate per la (reciproca) visibilità (Foucault 1975b: 201). Tale psicologia costrittiva, fondata sul «campo di visibilità», può essere esercitata mediante tipologie architettoniche create «per permettere un controllo interno, articolato e dettagliato – per rendere visibili coloro che vi si trovano. Più in generale, [...] un'architettura che sarebbe diventata un operatore nella trasformazione degli individui» (*ivi*: 188).

Dalla seconda metà dell'Ottocento e durante tutto il XX secolo l'interno dell'ufficio materializza l'idea di *dispositif* come uno «strumento tecnico», che assicura il funzionamento di forme di controllo alla stregua delle strutture normative analizzate da Foucault. Contribuiscono a ciò non solo le indicazioni dell'Office Management Science, ma anche la sistemazioni degli ambienti e i loro arredi: l'ufficio quale spazio architettonico può cioè essere visto come un tramite, fisico quanto psicologico, per esercitare il potere microscopico all'interno del corpo sociale degli impiegati con una sorveglianza quotidiana, perché la routine del lavoro e dei movimenti degli addetti negli spazi contribuisce a introiettare le attese della dirigenza. A seconda delle epoche e del tipo di organizzazione del lavoro, il controllo è stato esperito verticalmente, cioè in modo diretto e dall'alto, oppure orizzontalmente, con vigilanze indirette e reciproche. Interni e arredi hanno contribuito all'effetto psicologico dell'essere costantemente controllati: l'ambiente architettonico e i mobili che lo attrezzano, quali soprattutto le scrivanie, possono quindi essere considerati come un *dispositif* che integra le organizzazioni burocratiche dell'amministrazione, che accompagnano e indirizzano il lavoro dei suoi impiegati. Non si negano qui gli aspetti emancipatori della razionalizzazione, ma si vuole evidenziare come quest'ultima si sia servita del design dell'ufficio quale «dispositivo» per regolare i rapporti fra dirigenti e dipendenti secondo l'accezione del controllo: forma ed estetica possono allora essere valutate come accattivanti meccanismi con cui orientare il lavoro degli impiegati in nome dell'efficienza, ancora più che per facilitare il loro benessere o sviluppare al meglio le attitudini personali.

2. Bureau

Le più importanti trasformazioni dell'ambiente dell'ufficio avvengono a partire dalla seconda metà dell'Ottocento e sono strettamente correlate alla modalità di organizzazione del lavoro burocratico. L'uso del termine

Bureaucratie è però coniato nel 1745 dall'economista Vincent de Gournay per identificare un nuovo gruppo di detentori del potere (non direttamente derivato dalla monarchia francese settecentesca) e un diverso metodo di governare (Albrow 1970: 15). È poi adottato dal barone Friedrich Melchior von de Grimm nel riconoscere l'obbligatorietà della pratica amministrativa per il buon funzionamento dello Stato: in alcune lettere indirizzate all'amico Denis de Diderot nel 1764, von de Grimm usa la parola *Bureaucratie* per indicare lo svolgimento della cosa pubblica secondo quotidiani esercizi di trascrizione svolti da appositi addetti (Grimm e Diderot 1813: 146 e 508).

L'ufficio come ambiente di lavoro a se stante si connota come tale durante la seconda Rivoluzione Industriale, con la cesura definitiva fra l'abitazione e lo spazio dedicato al lavoro. Contemporaneamente al consolidarsi di una dimensione industriale che ridisegna tutto il paesaggio umano – iniziata nella seconda metà del Settecento con invenzioni che determinano il progresso di ogni settore produttivo –, si rinsalda e si diffonde universalmente la concezione che il lavoro negli opifici, nelle imprese commerciali, negli uffici sia un valore su cui situare il senso della vita; si dà cioè luogo a un sistema teorico di interpretazione dello sviluppo della civiltà occidentale, attivo fino a tutto il Novecento, che coincide con l'*homo faber*. Nell'universo produttivo all'officina, per lo più a conduzione familiare, si va lentamente affiancando la fabbrica; se quest'ultima nella fase iniziale non può fare a meno di addentellati con il mondo rurale, si segna più nettamente la separazione fra la casa e il luogo di produzione (Forino 2012: 534-535). Walter Benjamin (1955: 153) individua un elemento sintomatico nello sviluppo del capitalismo moderno proprio nel contrasto fra lo spazio privato e quello del lavoro: d'ora in poi, la parola “ufficio” (dal lat. *opus facere*, svolgere materialmente un'opera) identifica non solo il lavoro, ma individua anche il luogo dove questi è svolto.

Nell'ufficio un ruolo di primo piano è assegnato alla scrivania o al *bureau*, termine che in francese fa coincidere l'arredo con lo spazio ovvero la scrivania con l'ufficio. Elemento di proporzionate misure, il mobile per scrivere e leggere ha antecedenti a partire dalla seconda metà del Trecento e si sviluppa con dotazioni via via più sofisticate, fino ad evolvere nelle tipologie del *secrétaire* in Francia, del *trumeau* in Italia e del *writing cabinet* in Inghilterra (Forino 2011: 20-21, 32-33). Diventa un arredato specializzato per il compito burocratico, amministrativo o commerciale nella seconda metà dell'Ottocento, quando la sua realizzazione non è più affidata a raffinati ebanisti, ma è oggetto della produzione in serie. Da questo momento, il suo design è minuziosamente concepito affinché il lavoro possa essere svolto nel migliore dei modi. D'altra parte, la scrivania finisce per coincidere fisicamente e metaforicamente con il “posto di lavoro”: affollata da documenti da smaltire rapidamente, essa concretizza l'idea del *topos* individuale all'interno dell'edificio per uffici. E, per lungo tempo, rappresenta la “misura indispensabile” alla vita lavorativa dell'addetto in termini spaziali, psicologici, finanche coercitivi.

3. L’arnia operativa

Fra il 1850 e il 1880 le città americane si popolano di edifici per uffici: sono le sedi di società di assicurazioni e di servizi, banche, borse valori e imprese commerciali e, d’ora in poi, rappresentano il nucleo pulsante delle metropoli. Le alte costruzioni – gli *elevator building* in acciaio rivestito da muratura – non sono paragonabili agli odierni grattacieli, ma l’adozione dell’ascensore solleva dal suolo e dalla polvere i piani di lavoro, organizzati secondo una precisa gerarchia: al piano terra l’atrio rappresentativo su due livelli, con negozi e banche. Segue la sequenza degli uffici ai vari livelli; infine gli impianti tecnici sono collocati nell’attico.

Nel 1896 l’architetto Louis Sullivan definisce puntualmente i caratteri pratici, tecnici ed estetici di queste nuove costruzioni, mentre sembra meno preoccupato del comfort delle singole stanze, considerate alla guisa di “celle”. Il *tall office building* è dato da «un numero indefinito di piani per uffici, un volume dopo l’altro, ogni volume uguale all’altro – ogni ufficio è simile a una cella di alveare, un semplice compartimento e nulla più» (Sullivan 1896: 404). Se la metafora sociale dell’arnia operosa guida il progetto degli uffici, la sua cellula di base è costituita dalla *standard office room* che, insieme al corridoio, dà luogo alla tipologia del *cellular office* o “ufficio a stanze”. La camera è un’unità replicabile, uguale a ogni piano, che in facciata si manifesta con la doppia finestra o *Chicago window*. Il compatto skyline delle metropoli degli affari è quindi originato da una tipologia edilizia semplice e facilmente affittabile per singole unità, stanze o gruppi di stanze.

L’architetto George Hill fissa in maniera inequivocabile le misure della camera standard per uffici e della sua finestra¹ (Hill 1901-02: 15). Queste dimensioni influenzano la composizione generale degli edifici per uffici con una notevole compressione degli spazi e danno luogo ai *file building*: altissimi edifici dalle superfici uniformi per ogni piano e con uffici perfettamente regolari. Le misure della *standard office room* condizionano, peraltro, quelle dei mobili: alla fine del XIX secolo diverse aziende di arredi domestici iniziano a produrre scrivanie e archivi per uffici e moltissime sono le proposte di brevetto depositate presso lo U.S. Patent Office. Sono arredi in legno, con cui organizzare il lavoro dei contabili, prodotti da ditte specializzate dall’ampissimo catalogo, che offrono ogni tipo di oggetto vendendolo per corrispondenza. Le scrivanie sono massicce e articolate in cassetti e sportelli; il piano di lavoro può essere chiuso da una serranda scorrevole in legno, per celare il disordine delle pratiche non ultimate (fig. 1).

Alcune scrivanie sottolineano in particolare l’idea della “cella da alveare” o quella del “microcosmo” in cui rinchiudere metaforicamente l’impiegato in un singolo alveo, identificandone il ruolo e, al tempo stesso, isolandolo in parte rispetto ad altri addetti. Di siffatto tipo e particolarmente imitato, il “Wooton Patent Desk” (1874) di William S. Wooton è un mobile altamente specializzato,

¹ *Standard Office Room*: 4,75x2,74 m; h=2,20 m, con finestra larga 1,20 m (h=1,83 m).

Figura 1. A. Cutler, "Business Desk", brevetto, U.S. Patent 242,436, 7 giugno 1881.

progettato con innumerevoli varianti. È un arredo in legno con molti scomparti per archiviare i documenti e un piano di scrittura ribaltabile; grazie ad ante simili a quelle di un armadio, permette di celare il lavoro non completato. Il "Wooton Patent Desk" è l'espressione della cultura tardovittoriana, importata in America, che dà grande rilievo all'ordine e alle «strategie per fare ordine» (Norman 1993: 165): in tal senso, esso può essere considerato come un modo per controllare il contabile tramite l'organizzazione minuziosa dei suoi gesti (Forino 2018b: 60). Nella scrivania la corrispondenza può essere arrotolata, chiusa da un nastrino e infilata in uno dei profondi scomparti, replicando un'abitudine tipicamente rinascimentale; i sessanta o cento scomparti del mobile consentono quindi di riporre altrettanti documenti e oggetti, ma il maggiore problema per l'impiegato è ricordare dove li ha accantonati: è cioè necessaria una mente affidabile ed esercitata all'autocontrollo, secondo la sfaccettata psicologia coercitiva indagata da Foucault.

4. Il paternalismo vincolante

La *standard office room*, su cui si fondano gli uffici di inizio Novecento, è disintegrata dal Larkin Administration Building (Buffalo, 1903-06) di Frank Lloyd Wright: un'architettura straordinaria, del tutto introversa (anche a causa del vicino scalo ferroviario), proiettata dinamicamente verso la fonte luminosa del lucernaio, da cui si affaccia un giardino pensile. L'architetto adegua il progetto dell'edificio all'organizzazione del lavoro dell'azienda, la cui amministrazione gestisce attraverso milleottocento impiegati un complesso sistema postale di premi a punti ottenuti dall'acquisto di saponi, profumi e detersivi per la casa prodotti da questa ditta.

Presso gli uffici Larkin le pratiche amministrative calano dall'alto ovvero smaltite dai vari reparti secondo un movimento gravitazionale: la

corrispondenza postale con i diversi Stati americani viene ricevuta nell’area del basamento e inviata con gli ascensori al terzo piano; qui è suddivisa fra i vari *State group*, collocati fra il quarto e il terzo piano, i cui impiegati registrano le risposte ai clienti su dei dittafofoni. I nastri vengono trascritti dalle dattilografe al secondo livello, poi corretti e inviati al piano terra per la spedizione presso l’ufficio postale di Buffalo. Nella corte centrale al piano terra si trova la sezione che si occupa della distribuzione dei premi, della gestione dei cataloghi e dell’organizzazione generale dell’intera struttura amministrativa. Qui gli *executive* sono posti alla testa di un alveare di “api operaie”, le impiegate disposte su ordinate file di scrivania.

Nelle intenzioni dei committenti e dell’architetto, il Larkin Building rappresenta un’architettura del lavoro *democratica* nel mettere al medesimo livello differenti gerarchie di lavoratori², in particolare dirigenti e impiegati, ma in realtà un’organizzazione paternalistica governa gli addetti. Fondata sulla promessa di cura e di educazione, il paternalismo esprime un vincolo di dipendenza personale, basato sulla benevolenza dell’autorità e la riconoscenza passiva dei subordinati: è «il potere esercitato per il bene degli altri», scrive Richard Sennett (1980: 77). Presso la società Larkin anche il tempo libero degli impiegati è predisposto con incontri e feste; la sua organizzazione del lavoro fa leva, inoltre, sull’etica individuale, già propugnata dal filosofo e poeta Ralpho W. Emerson, per la quale è indispensabile la fiducia in se stessi e nei valori tradizionali dell’America (Norris Smith 1966: 173). Il lavoro va quindi considerato come qualitativamente edificante per chi lo compie: riportate in caratteri d’oro sulle balconate dei vari piani dell’edificio per uffici, scritte inneggianti alla “bellezza del lavoro” – fra cui «Intelligenza-Entusiasmo-Controllo» e «Cooperazione-Economia-Industria» – esaltano l’idea di partecipare a una comunità di pari, tutti impegnati in un comune, lodevole compito. Inoltre l’azienda promuove le iniziative culturali e di svago per gli impiegati per non creare una frattura fra la vita svolta in ufficio e quella domestica e sviluppare, allo stesso tempo, un’affettuosa “dedizione” alla ditta: è quindi attuata una forma emotiva di supervisione delle persone, portate a interiorizzare la fusione di protezione e potere quale valore che dà senso alla propria esistenza.

Del resto, l’architettura e gli arredi del Larkin Building aderiscono alla logica del controllo: gli altissimi davanzali, con al di sotto lo spazio per gli archivi, non consentono di distrarsi guardando fuori, ma lo sguardo degli impiegati viene orientato sull’atrio centrale o sulle scrivanie affollate da carte. Vi è poi una totale assenza di privacy, oltre al fatto che l’avere accanto i propri dirigenti pone gli addetti in una condizione psicologica di soggezione. Ciò che però esprime maggiormente l’idea del “vincolo” paternalistico è la scrivania degli impiegati:³ realizzata in metallo con il piano rivestito in magnesite,

² Al presidente e ai suoi figli sono destinati piccoli ambienti appartati nell’ala sud-est al piano terra.

³ È una delle tre varianti di sistema scrivania-sedia progettato da Wright, mentre negli altri due tipi la sedia è staccata e spostabile mediante rotelle.

Figura 2. Frank Lloyd Wright, Sistema sedia-scrivania, Larkin Administration Building, Buffalo (New York), 1905.

materiale fonoassorbente, reca al di sotto la sedia, collegata al tavolo con un giunto pivotante; quando non in uso, la seduta si ripiega sotto la scrivania (fig. 2). Nella sua autobiografia l'architetto spiega di averla inventata per facilitare la pulizia dei pavimenti (Wright 1932: 236), ma il sistema sembra piuttosto un'ingegnosa trappola per legare – anche fisicamente – maggiormente l'impiegato alla mansione da svolgere quotidianamente, limitandone i movimenti al minimo indispensabile e tenendolo visivamente concentrato sui documenti davanti a sé.

5. L'economia del *quadrillage*

Ispirati al metodo scientifico di conduzione del lavoro nella fabbrica, all'inizio del Novecento il controllo e la disciplina emigrano negli uffici, visto che la sincronizzazione, la continuità e la rapidità devono orientare anche l'andamento dell'operato amministrativo. Frutto di una ricerca ventennale svolta sul campo, il volume *The Principles of Scientific Management* (1911) dell'ingegnere Frederick W. Taylor trasforma il mondo della produzione industriale e, di seguito, quello del lavoro burocratico a partire dalla valutazione della capacità produttiva dell'essere umano. Il taylorismo prevede la divisione del lavoro in unità sequenziali, attentamente misurate – grazie agli esperimenti cronometrici di Frank e Lillian Moller Gilbreth –, ognuna delle quali è affidata a un singolo operaio, ma pianificata a monte dagli uffici direttivi. L'orologio di verifica della produzione, le pause proporzionali alla fatica del compito, una severa selezione iniziale del personale da assumere, contribuiscono al successo del metodo scientifico di Taylor. Apporti importanti sono, inoltre, la disciplina "da caserma" e un chiaro ordine gerarchico fra i dipendenti, che finalizzano i comportamenti e fanno «entrare i corpi in un ingranaggio e le forze in una economia» (Foucault 1975b: 229).

La Scientific Management Science è adottata nel terziario grazie agli studi di William Leffingwell (1918), John Schulze (1919) e Lee Galloway (1918): premessa comune a questi autori è che, come avviene in fabbrica, il lavoro d'ufficio possa essere parcellizzato in incarichi individuali e sottoposto al

controllo dirigenziale. Negli uffici si assiste allora alla dissociazione fra la “mano” e il “cervello”, con la separazione degli uffici produttivi (contabilità, copiatura, archiviazione, corrispondenza, ecc.) da quelli direttivi. L’impiegato è considerato come un “mezzo produttivo”, su cui è imposta una severa disciplina in nome della massimizzazione dell’efficienza. L’orario di lavoro è controllato dall’introduzione dell’orologio marcatepo (il sistema di registrazione di ingresso e uscita), le pause ammesse sono misurate in pochi minuti, ogni errore o mancanza deve essere segnalato al capo del proprio dipartimento. Una feroce supervisione è quindi alla base della “disciplina-meccanismo” imposta agli impiegati, ora considerati meri esecutori materiali: l’esecuzione, scrive Galloway (1918: VII), implica un *controllo*.

L’interno dell’ufficio realizza tale aspirazione prendendo a prestito dalle fabbriche del Novecento i grandi spazi aperti e flessibili, l’assenza di partizioni interne, le ampie vetrate e la collocazione periferica dei servizi, sperimentate da Albert Kahn nelle Daylight Factory progettate per l’industriale Henry Ford. Le stanze lasciano ora il posto alle *pool* (“piscine”), ampi spazi aperti; qui, grazie alla sistemazione di uguali scrivanie in serrati filari paralleli, si sperimenta «il principio della localizzazione elementare o *quadrillage*. A ogni individuo, il suo posto; ed in ogni posto il suo individuo. Evitare le distribuzioni a gruppi; scomporre le strutture collettive; [...] Lo spazio disciplinare tende a dividersi in altrettante particelle quanti sono i corpi o gli elementi da ripartire», come scrive Foucault (1975b: 155) a proposito della disciplina militare esperita in caserma. Le scrivanie così organizzate sono “particelle”, che non possono coagularsi in gruppi incontrollabili né facilitano le comunicazioni fra le persone. Le pratiche passano da un tavolo all’altro, combinati come gli elementi dell’*assembly line* negli stabilimenti industriali, particolare che contribuisce ad assottigliare la differenza fra gli operai e gli impiegati (Wright Mills 1951: 276). Talvolta le carte sono spostate da un nastro trasportatore, posto al centro delle fila delle scrivanie, per rendere più rapido il loro smaltimento.

La *pool* – detta con disprezzo *bullpen* (“recinto di buoi”) – non solo organizza una forma di controllo diretta, cioè esercitata “dall’alto”, ma consente anche di sfruttare l’effetto psicologico della Social Facilitation. Studiata per la prima volta da Norman Triplett (1898), misura l’esito della presenza di altre persone nello stesso luogo (di lavoro) e nel medesimo momento (l’orario d’ufficio) sulla loro produttività, concludendo che l’effetto è positivo se alle persone sono affidate mansioni semplici da svolgere. La *pool* si offre dunque come il «campo di visibilità» rintracciato da Foucault (1975b: 219) nella struttura architettonica e psicologica del Panopticon, che assicura il funzionamento automatico del controllo. Nell’ufficio si attua così la relazione visiva di tipo coercitivo fra impiegati e capireparto, ma anche fra impiegati e colleghi, mentre i manager non rinunciano alle stanze private.

Le scrivanie fanno parte del dispositivo di controllo e sono del tutto omologate: al posto dello scrittorio a tamburo dell’epoca precedente, le aziende propongono modelli di tavoli piani, che permettono una verifica diretta sul lavoro degli addetti ed evitano l’accumulo disordinato di documenti. Due o tre cassetti poco profondi, non ammessi all’uso personale, completano un arredo

Figura 3. William H. Leffingwell, “The Modern Efficient Desk” (tratta da: Leffingwell 1925).

che poggia per lo più su gambe sottili, anziché su compatte cassettiere laterali, per facilitare la pulizia del pavimento. Sono mobili essenziali e standardizzati, in metallo o lamierino piegato, dalle superfici pulibili con facilità e dai colori luminosi, ma non troppo chiari per evitare l’abbagliamento della vista, già affaticata dal riverbero dei fogli. Le scrivanie sono progettate perché il documento rimanga sempre in orizzontale, riposto nel cassetto apposito, trattato sul piano da lavoro, infine custodito negli archivi (fig. 3). L’azienda americana Steelcase è fra le prime a produrre un’essenziale scrivania metallica (modello “601”, 1914), che ben presto rende obsoleti gli elaborati modelli in legno, ancora preferiti dai dirigenti.

6. L’eterodirezione *gray*⁴

Dopo la seconda guerra mondiale, il lavoro negli uffici è in competizione con quello delle fabbriche, poiché aumenta esponenzialmente il numero delle persone attive nel settore amministrativo. Gli impiegati entrano a far parte di un pianificato meccanismo economico, che regola il lavoro come lo svago, attraverso l’omologazione dei loro bisogni in un clima di apparente democratizzazione. Ora sono altri i mezzi a cui si guarda per incentivare la produttività: gli studiosi delle Human Relations entrano a far parte delle organizzazioni burocratiche e considerano le variabili emotive (come l’assenza di tensioni fra dirigenti e impiegati) e ambientali quali fattori per incrementare il rendimento dei lavoratori. *Organizzare il fattore umano* diventa l’imperativo che risuona negli uffici:

Il potere è concepito come la capacità di influenzare un’altra persona in modo che alla fine la persona si senta gratificata. I dipendenti, gli oggetti del potere, vengono analizzati minuziosamente per scoprire come possano essere influenzati; il soggetto che esercita l’influenza è trattato come se fosse neutrale. (Sennett 1980: 102)

Il controllo si esercita mettendo in campo valori simbolici, come l’appartenenza a una casta di eletti ovvero alla “grande famiglia” dell’azienda. Gli addetti sono omologati in una forza silenziosa da governare in modo

4 Grigio o bigio, in americano [*grey*, in inglese], dal titolo del romanzo di Sloan Wilson (1955).

manipolatorio, facendo leva sulla loro partecipazione affettiva alla ditta: l'impiegato è un *uomo eterodiretto*, secondo la nota definizione di David Riesman (1948: 362), il cui carattere sociale è influenzato dalle aspettative e dalle preferenze degli altri. Si può cioè rispondere solo con la conformità comportamentale, che negli uffici corrisponde con il forzato adattamento al gruppo, mentre “la Direzione” diventa sempre più indistinta: è una comunicazione stampata, un avviso sul quadro comunicazioni interne, una voce dall'altoparlante. L'autorità non è più esercitata come esplicito controllo o con ordini diretti, ma come strategia per stimolare l'efficienza produttiva.

Dal punto di vista architettonico il senso di adesione all'azienda è rimarcato da diversi fattori: la sua riconoscibilità mediante un edificio che si staglia come un *landmark* nella città e la sua rappresentazione mediante di un nuovo tipo di “bellezza” ovvero un'estetica netta e pulita, che si riflette nel *curtain wall* delle facciate, negli spazi comuni, negli uffici. In questi ultimi è prioritario l'uso di una griglia geometrica (dal modulo base di circa 1,2x1,5 m), che ordina il posizionamento degli impianti tecnici e degli arredi e il disegno dei pavimenti, oltre a dare il passo alla standardizzazione dei vari componenti (finestre, impianti, illuminazione, partizioni verticali, soffitti) e dei mobili. La semplificazione dello spazio si attua grazie a una planimetria elementare, per lo più rettangolare, con i servizi e i sistemi di risalita collocati al centro o su una fascia laterale. L'ufficio diventa, allora, un amplissimo *open space*, dove lavorano addetti “intercambiabili”, che non possono aspirare a metamorfosi professionali, ma solo a titoli o privilegi rappresentativi di una forma di prossimità all'autorità formale – il telefono e la targhetta sulla scrivania, l'accesso alla mensa dei dirigenti, il conto spese personale. Lo spazio apparentemente indifferenziato, artificialmente e costantemente illuminato dall'alto, riflette comunque la piramide gerarchica: al centro sono collocati gli impiegati di livello inferiore, soggetti al controllo diretto, e ai margini quelli che possono aspirare a un pur minimo avanzamento di posizione.

Se il *quadrillage*, che disciplina la dislocazione delle persone nello spazio, ricompare sotto forma di una griglia geometrica astratta, ma onnipresente, la metafora dell'omologazione è garantita dall'uniformità coloristica e dal tipo di scrivanie:

Acres of gray steel desks, gray steel filing cabinet, and steel-gray faces under indirect light. One wall is lined with glass-enclosed cubiche for the supervisory personnel. It is all very neat, antiseptic, impersonal. The only human touch is supplied by a bank of IBM machines, cracking away cheerfully in the backround. (Wilder and Diamond 1971, 14)⁵

Per gli uffici della Lever Brothers Corporation a New York (1950-52) il designer Raymond Loewy crea un colore dominante, un beige-grigio

5 La citazione è tratta dalla sceneggiatura pubblicata del film *The Apartment* (1960), diretto da Billy Wilder. Si tratta dello script della scena n. 3, che introduce l'ufficio dove lavora il protagonista della storia, l'impiegato C. C. «Bud» Buxter (interpretato da Jack Lemmon).

Figura 4. “Skyscraper Clutter-Prof Desk”, prod. Shaw-Walker, immagine pubblicitaria, 1952.

chiaro, che distingue anche le uniformi degli addetti agli ascensori: tutte le superfici, comprese quelle dei tavoli, dei soffitti e delle veneziane, sono della medesima gradazione. Come il colore grigio diventa l’emblema della divisa degli impiegati – il completo in *gray flannel* che dà il titolo al noto romanzo di Sloan Wilson (1955) e all’omonimo film (1956)⁶ –, così gli uffici “si vestono” di una sua tonalità, leggermente più chiara: il riverbero luminoso proveniente dalle finestre viene mitigato e, al contempo, è attutita qualsiasi attitudine personale a trasformare l’ambiente. Persino le scrivanie metalliche si tingono di grigio, materializzando in tal guisa l’origine del loro nome: il francese *bureau* deriva infatti dal termine *bure*,⁷ il tessuto grossolano di lana bigia con cui si foderavano i primi scrittoi (Rey 1999: 552). Rispetto al passato, queste scrivanie sono progettate ergonomicamente, accessoriate con schedari riposizionabili, scomparti interni, vassoio da appoggio per la corrispondenza e gettacarte; hanno inoltre i piani rivestiti in linoleum per garantirne la pulizia e gli spigoli cromati sono arrotondati per non ferire i fianchi (fig. 4).

6 *The Man in the Gray Flannel Suit* (1956), regia di Nunnally Johnson.

7 Il tessuto in lana ruvida, noto anche come *burel*, fabbricato nell’area dei Pirenei era all’inizio utilizzato per le tonache dei monaci, variando il colore dal grigio, al bruno, al nero.

7. Il paesaggio democratico

Alla fine degli anni Cinquanta la Scuola Motivazionalista arricchisce le teorie del Management ed emerge una nuova antropologia dell'impiegato, determinata dall'analisi dei suoi bisogni. Abraham Maslow (1954: 263-264) sottolinea come gli esseri umani siano guidati da *wantings* e *needings*, desideri e necessità, secondo una gerarchia piramidale: alla base vi sono i bisogni fisiologici (cibo, acqua, sonno, sesso) e di sicurezza (la sopravvivenza nel lungo periodo); al vertice della piramide quelli dell'ego ovvero la realizzazione personale, interiore e psicologica. A mano a mano che i primi vengano soddisfatti, l'individuo può occuparsi di come appagare gli altri bisogni, sia con l'iniziativa personale sia mediante fattori organizzativi, sociali e lavorativi. Se ogni persona è unica, i bisogni possono essere invece comuni: negli uffici la spinta all'autorealizzazione diventa allora uno strumento da utilizzare per gli scopi dell'azienda, perché incentivando le ambizioni dei dipendenti si può aumentare la loro produttività. Ai contributi teorici della Scuola Motivazionalista si aggiungono poi quelli di Rensis Likert (1967) sui *work team*, i gruppi di lavoro costruiti sulla capacità d'interazione e gli obiettivi da conseguire, e dello psichiatra Jacob Levy Moreno (1959) sulle analisi sociometriche. Quest'ultimo indaga le dinamiche di gruppo attraverso le caratteristiche psicologiche di ogni individuo, formalizzandole in diagrammi matematici.

Nelle aziende prevale quindi l'organizzazione del lavoro per *team*, che deve essere facilitata dalle connessioni psicologiche e fisiche fra le persone mediante riduzione dello spazio fra le scrivanie e lo studio dell'effettivo andamento della lavorazione dei documenti (*workflow*): nasce una nuova idea di ufficio, il *Bürolandschaft* (o Office Landscaping o Ufficio-paesaggio) del Quickborner Team, diretto dai fratelli Eberhard e Wolfgang Schnell. In questo modello di organizzazione del lavoro le distanze gerarchiche fra manager e impiegati sono ridotte da un nuovo “paesaggio” artificiale, composto da scrivanie, basse schermature e molte piante; sono inoltre eliminati gli uffici dirigenziali, sostituiti da aree di riunioni, per facilitare la partecipazione fra colleghi. Il risultato visivo è un luogo di lavoro aperto e informale.

Non mancano però le forme di controllo, facilitate dallo spazio non più suddiviso da muri, ma solo da schermi e arredi. Scompare poi il concetto di privacy: si è sempre a conoscenza di ciò che accade nell'ufficio, anche quando non si è direttamente coinvolti; allo sguardo “dall'alto” del supervisore, ora si sostituisce la reciproca sorveglianza degli impiegati, cioè una forma di controllo “orizzontale”. Cambiano di fatto anche le regole comportamentali: il tono della voce si abbassa, ci si priva di telefonate personali, si sorride a distanza mostrandosi intenti al proprio lavoro. La concentrazione è del resto limitata dal frastuono delle macchine da scrivere, ancorché elettriche, e dalle conversazioni fra colleghi, benché si cerchi di ottemperarvi usando materiali fonoassorbenti per gli schermi, moquette sui pavimenti e inserendo un “rumore bianco” per attenuare il brusio di fondo.

Per rispondere al bisogno di privacy, gli office designer progettano scrivanie sempre più complesse, con cui dividere lo spazio e separare fra loro

Figura 5. Robert Propst, scrivania del sistema “Action office 2”, immagine pubblicitaria, prod. Herman Miller, 1968.

gli addetti. Il prototipo è rappresentato dall’“Action Office System” (AO 2) di Robert Propst (dal 1968, prod. Herman Miller). Frutto della collaborazione fra designer, studiosi di prossemica, matematici, psicologi e antropologi, è una scrivania che sfrutta lo spazio in verticale: grazie all’adozione del *panel-system*, un pannello agganciato al piano di lavoro a cui appendere scaffali e attrezzature, si crea infatti un microambiente molto organizzato, dove è possibile avere tutto a portata di mano ed eventualmente appartarsi. L’“Action Office” è inoltre concepito come un sistema componibile e flessibile a seconda delle esigenze delle aziende che lo adottano (fig. 5).

Nel tentativo di sfruttare al massimo lo spazio dell’ufficio, i molti epigoni di Propst radicalizzano però l’idea della scrivania-microambiente, affollando gli spazi a disposizione. Alla fine l’ufficio si trasforma in un labirinto di “scatole”, per quanto prive di coperchio: pur se attrezzate da mensole, contenitori e sportelli, e raffinate nei dettagli e nei colori, il risultato finale è una opprimente *cubicleland* (Saval 2014: 217-218). I “cubicoli”, d’altra parte, servono a irreggimentare le tendenze all’autonomia che, secondo i manager, rischierebbero di deflagrare nell’autarchia. Tra la fine degli anni Sessanta e l’inizio degli anni Ottanta il panorama abitativo offerto da questo tipo di uffici non è tanto dissimile dall’insieme delle celle di una prigione, non scevro dalla costante supervisione. Su tutti gli addetti sembra infatti vigilare ancora lo sguardo del controllo, di chi può stare in piedi – come il capoufficio – e osservare gli altri seduti al lavoro, poiché le pareti degli arredi non sono così alte da isolare realmente gli individui.

8. Il dominio della trasparenza

L'accessibilità all'informazione, la condivisione dei saperi, la visibilità a ogni costo sono i diktat della società della trasparenza, in cui persone e cose, ridotte a «nient'altro che merci, devono essere *esposte per essere*» (Han 2012: 22). Durante le ultime decadi del XXI secolo la comunicazione digitale, che supera barriere geografiche e temporali, pervade il mondo del lavoro, garantisce in tempo reale l'accesso ai dati, trasforma i sistemi di produzione e i processi lavorativi. Il web non è solo la principale rete di comunicazione, ma diventa una forma di organizzazione delle imprese, per la quale sono indispensabili dinamici lavoratori della conoscenza (i *knowledge worker*), capaci di muoversi nel flusso delle informazioni, di sistematizzarle, di trasformarle. L'ambiente di lavoro riflette il nuovo «capitalismo dell'informazione» (Drucker 1993: 198) o «capitalismo informazionale» (Castells 1996: 238): nelle teorie del Management l'ufficio va progettato come uno strumento per comunicare idee e intenzioni, in particolare da parte di un'azienda che desidera coinvolgere i lavoratori nei processi decisionali.

Diminuisce la dimensione degli ambienti dirigenziali, perché i manager sono sempre più in viaggio, a favore di quelli dei collaboratori stanziali, mentre per la divisione degli spazi è adottata la finitura della trasparenza (pannelli in cristallo o in materiali plastici) a indicare, non solo metaforicamente, che in azienda non ci sono segreti. Gli impiegati sono quindi esposti come prodotti, secondo una logica per cui la cui la visibilità è indice di veridicità: dovrebbe assicurare l'ipotetico cliente, ma amplia di fatto la potenzialità del controllo – verticale (il dirigente), orizzontale (il gruppo dei pari), *a-prospettico* (dato dall'iper-comunicazione). L'ufficio è ora paragonabile a un «mercato» – per riprendere un'espressione del filosofo Byung-Chul Han (2012: 59) –, luogo di esposizione, vendita, consumo delle intelligenze, ma anche fiera delle apparenze. È quanto sussume anche il distopico romanzo di Dave Eggers *The circle* (2013),⁸ incentrato su un'organizzazione del lavoro in cui prevale l'iperconnessione: in un ufficio concepito come un villaggio universitario e dotato di ogni *facilities* (residenze, ristoranti e bar, campi da gioco, sale per il tempo libero, aree verdi), tutti i dipendenti sono soggetti alla dittatura della socializzazione, della trasparenza di sé, della perenne tracciabilità di corpo, pensieri ed emozioni grazie a tecnologie comuni come computer, smartphone, telecamere indossabili e, soprattutto, il comando *I like*.

La trasparenza come estetica informa anche le scrivanie dei nuovi uffici, con piani in cristallo, sostenuti da solide strutture in acciaio, in cui corrono le canalizzazioni informatiche. All'inizio il tavolo trasparente è utilizzato solo per le riunioni, quale invito a una comunicazione senza finzioni fra i *work team* (Bruce Burdick, "Burdick Group", 1981, prod. Herman Miller). In seguito, il cristallo è adottato anche per la scrivania singola: "Nomos", progettato da Richard Foster and Partners (dal 1986, prod. Tecno), coniuga la limpidezza del piano con l'idea di tecnologia avanzata in un progetto dal forte impatto segnico.

8 Dal romanzo è stato tratto il film omonimo (2017), regia di James Ponsoldt.

Figura 6. Richard Foster and Partners, scrivania “Nomos”, immagine pubblicitaria, prod. Tecno, 1986.

Rimanda infatti alle navicelle spaziali per l’allunaggio, grazie agli snodati piedini di appoggio e alla struttura tubolare cromata, mentre un supporto flessibile, come un insieme di vertebre, nasconde e conduce i cavi elettrici. Adattabile a qualsiasi ambiente, “Nomos” si caratterizza per essere uno strumento d’uso neutro, ma la cristallina trasparenza impone di non lasciare tracce visibili di lavoro sul piano per non turbare l’eleganza dell’arredo (fig. 6).

Questa filosofia estetica del lavoro è, d’altronde, rimarcata da scrivanie dai piani sempre più sottili, quasi eterei, e per lo più privi di cassetti o altri contenitori (Jean Nouvel, “Less”, 1994, prod. Unifor). Per esse non è difficile ricordare le indicazioni di William Leffingwell (1925: II, 408), che auspicava un piano libero dalle carte così come la superfluità dei cassetti, perché indicatori di efficienza ovvero della rapidità con cui il lavoro è svolto. Del resto, il trattamento delle informazioni mediante la tecnologia informatica sottolinea l’immaterialità quale valore funzionale, a cui anche la scrivania può tendere.

9. Il *networking* flessibile

La capacità di “fare rete”, di condividere le idee, di collaborare informa le più recenti organizzazioni del lavoro:

L’interazione – scrive l’*office planner* Francis Duffy (2000: 142) – è preferibile all’isolamento, la trasparenza è meglio dell’opacità, l’open space meglio degli spazi angusti. Ciò che si tenta di suggerire, in fondo, è che la trattativa è più efficace del comando e del controllo.

Se alla base vi è l’idea di far emergere la *corporate community* – l’intelligenza distribuita nelle strutture aziendali, spesso sacrificata dalla rigidità organizzativa –, questa deve essere comunque orientata, affinché le spinte creative non debordino fuori controllo, ma siano canalizzate verso l’obiettivo da raggiungere collegialmente.

La «comunità creativa», indagata anzitempo da Richard Florida (2002), è evocata in uffici progettati come *club* ovvero informali luoghi di relazione, che richiamano l'ambiente associativo che, nella società inglese dell'Ottocento, offriva possibilità di incontro e scambio di opinioni in un luogo confortevole e protetto dalla turbolenta città industriale. Nessuno spazio o arredo personale, ma un ambiente di lavoro aperto accoglie le persone, che lavorano dove trovano un piano libero – non una scrivania, ma un tavolino simile a quello del bar –, mentre le riunioni si tengono sui divani collocati qua e là all'interno dell'ufficio (Gaetano Pesce, uffici Chiat/Day, New York 1994-95). Se all'inizio l'ideologia del lavoro “senza confini” trova ostilità e rifiuto nei dipendenti, di seguito diviene sempre più adottata dalle aziende, che propongono addirittura un'unica lunga scrivania, dove chiunque può sedersi liberamente a seconda dell'orario e del compito da svolgere (Mario Cucinella, uffici Uniflair, Conselve 2003). L'idea del piano continuo e comune diventa anche un noto prodotto industriale di *office design* (Ronan ed Erwan Bouroullec, “Joyn”, 2002, prod. Vitra).

Nell'era contemporanea una classe di lavoratori pseudo-autonomi affianca le altre tipologie di dipendenti: si caratterizzano per spirito d'iniziativa e inventiva, ma anche per un costante stato di precarietà. Alla standardizzazione del lavoro della società fordista si è in parte sostituita la sua individualizzazione; al lavoro subordinato o salariato si è avvicinato quello informale (Forino 2016: 27-30). L'«uomo flessibile», secondo la nota espressione di Sennett (1998), ha vocazione al rischio e al cambiamento, capacità di rinnovamento, ma è anche disponibile a una retribuzione inferiore, a occupazioni temporanee o, ancora, alla vulnerabilità assicurativa e pensionistica. Alla società disciplinare indagata da Foucault si è sostituita la «società della prestazione» (Han 2010: 21), in cui gli individui sono imprenditori di se stessi, ma spesso frustrati dalla «pressione della prestazione» (*ivi*: 25) ovvero dal nuovo imperativo a cui li obbliga la società lavorativa contemporanea.

Alla labilità occupazionale rispondono gli scenari del presente quali gli uffici *co-working*, che offrono condivisione di spazi e di attrezzature a lavoratori indipendenti. Apposite società forniscono uffici, scrivanie, strumenti e connessioni internet in affitto, per poche ore, giorni interi, mesi. La conseguenza più visibile del fenomeno è una generale deprivazione del luogo di lavoro dei caratteri personali di ciascun utente: la scrivania, che un tempo individuava il “posto”, ora deve soltanto alludervi, essendo a rotazione.

Questo panorama, a un primo sguardo de-umanizzato e apparentemente distante dalle competenze dello *space planner*, rivela d'altra parte positive conseguenze se chi vi si affaccia è un *free-lance* o un giovane imprenditore che voglia iniziare un'attività in autonomia. Il *co-working office* può trasformare in un'opportunità creativa ciò appare come negazione di privacy e indipendenza, perché il ritrovo di persone con professionalità differenti genera altre occasioni di crescita: «L'ufficio migliore è quello che fa incontrare fra loro persone che non avrebbero mai frequentato lo stesso bar; mettendo in connessione fra loro competenze e talenti, forgiando alleanze, provocando scintille» (Murray 2016). Anche l'*office design* si adegua a un mercato instabile e in trasformazione con prodotti flessibili e più economici: materiali poveri,

ma ignifughi, componibilità elementare e versatilità dei componenti sono alcuni dei coefficienti messi in gioco (Jack Brandsma, sistema "SpareSpace", 2007). Si tratta di arredi che con mezzi esigui consentono di risolvere, almeno provvisoriamente, l'organizzazione degli spazi per il lavoro alla stregua di un temporaneo allestimento espositivo. Ridotte all'essenziale e assemblabili come le parti di un meccano, le scrivanie possono essere facilmente trasportate e riproposte altrove.

10. *Out of Desk?*

Oggi al processo di «nidificazione» negli uffici (Moles 1989: 30), spesso stigmatizzato dalla presenza della propria scrivania, si è quasi del tutto sostituito un paesaggio di *azione*, dato dalla mobilità di relazioni e l'avvicendamento dei ruoli. «In una società confusa, il lavoro non è più un posto: è un'attività» (Nordström, Ridderstråle 2007: 121) e l'ufficio, da spazio fisico, si trasforma sempre più in un luogo mentale, perché si può lavorare ovunque, a casa come altrove, purché connessi al wi-fi. La scrivania è infine sostituita da un laptop, un tablet, uno smartphone.

Destrutturati i due principi fondamentali del mondo del lavoro – la sincronia (lavorare insieme nel medesimo orario) e la concentrazione (lavorare insieme nello stesso spazio) –, un continuum a-temporale e a-spaziale caratterizza il panorama professionale. Il *white collar worker* è sempre più un «nomade del lavoro collegato in rete» (Beck 1999: 107): perennemente ubiquo, opera costantemente, in uno spazio privo di distanze, ma concatenato al "qui e ora" – per una produzione *just-in-time* delle idee. Spesso un ufficio virtuale si accompagna a quello reale, in un sistema parallelo e coesistente, il cui sviluppo dipende dalla capacità individuale di muoversi – e talvolta sottrarsi – dall'uno all'altro. In questo frangente storico e sociale senza confini, e soprattutto disincantato circa il futuro del lavoro, la scrivania perduta finisce per rappresentare il miraggio della stabilità, della sicurezza, delle certezze. Non solo quelle di avere un lavoro, ma anche della misura di un tempo definito per quel lavoro, da svolgere possibilmente sulla (propria) scrivania.

Bibliografia

- Albrow, Martin
1970 *Bureaucracy*, London, Pall Mall Press (trad. it. *La burocrazia*, Bologna, il Mulino, 1973).
- Beck, Ulrich
1999 *Schönene neue Arbeitswelt. Vision: Weltbürgergesellschaft*, Frankfurt am Main, Campus Verlag (trad. it. *Il lavoro nell'epoca della fine del lavoro. Tramonto delle sicurezze e nuovo impegno civile*, Torino, Einaudi, 2000).
- Benjamin, Walter
1955 *Schirften*, Frankfurt am Main, Suhrkamp (trad. it. *Angelus Novus. Saggi e frammenti*, a cura di Solmi R., Torino, Einaudi, 1995).

Castells, Manuel,

1996 *The Information Age. Economy, Society and Culture. I. The Rise of Network Society*, Oxford, Blackwell (trad. it. *La nascita della società in rete*, Milano, EGEA-Università Bocconi, 2008).

Drucker, Peter

1993 *Post-Capitalist Society*, New York, Harper Business (trad. it. *La società post-capitalistica*, Milano, Sperling & Kupfer, 1993).

Duffy, Francis

2000 *Chi è il responsabile dell'ufficio?*, "Domus", 830, Ottobre, pp. 142-143.

Eco, Umberto

1968 *La struttura assente*, Milano, Bompiani.

Eggers, Dave

2013 *The circle. A novel*, New York, Alfred A. Knopf (trad. it. *Il cerchio*, Milano, Mondadori, 2014).

Floch, Jean-Marie

1983 "Sémiotique et design. La scénographie du pouvoir dans le mobilier de haute direction", *Protée*, 21, pp. 89-95 (trad. it. "Scrivanie per dirigenti. Una scenografia del potere", in Id., *Bricolage. Lettere ai semiologi della terra ferma*, a cura di Agnello M. e Marrone G., Roma, Meltemi, 2006, pp. 170-183).

Florida, Richard

2002 *The Rise of Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York, Basic Books (trad. it. *L'ascesa della nuova classe creativa. Stile di vita, valori e professioni*, Milano, Mondadori, 2003).

Forino, Imma

2011 *Uffici. Interni arredi oggetti*, Torino, Einaudi.

2012 "Lavoro", in Ferlenga A. e Biraghi M. (a cura di), *Architettura del Novecento. I. Teorie, scuole, eventi*, Torino, Einaudi, pp. 534-544.

2016 "Moving Figures (on Changing Backgrounds)", in Basso Peressut L., Forino I. e Leveratto J. (a cura di), *Wandering in Knowledge. Inclusive Spaces for Culture in an Age of Global Nomadism*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli, pp. 25-32.

2018 *Il design (morale) dell'ordine*, "Op. cit. Selezione della critica d'arte contemporanea", 161, Gennaio, pp. 55-67.

Foucault, Michel

1975a *Entretien sur la prison, le livre et sa méthode*, "Magazine Littéraire", 101, Giugno, pp. 27-33 (trad. it. "Conversazione sulla prigione. Il libro e il suo metodo", in Id., *Microfisica del potere. Interventi politici*, Torino, Einaudi, pp. 119-135).

1975b *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris, Gallimard (trad. it. *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*, Torino, Einaudi, 1976).

1980 "The Confession of the Flash", in Gordon C. (a cura di), *Power/Knowledge. Selected Interviews and Other Writings 1972-77*, Brighton, Harvester Press, pp. 194-228.

1994 *Dits et Ecrits, 1954-1988*, Paris, Gallimard, vol. III.

1997 *Il faut défendre la société*, Paris, Seuil-Gallimard (trad. it. *Bisogna difendere la società*, Milano, Feltrinelli, 2010).

2004 *Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France 1978-1979*, Paris, Seuil-Gallimard (trad. it. *Nascita della biopolitica. Corso al Collège e Rance 1978-1979*, Milano, Feltrinelli, 2015).

Galloway, Lee

1918 *Office Management. Its Principles and Practice*, New York, The Ronald Press.

Grimm, Friedrich Melchior von de; Diderot, Denis de Diderot

1813 *Correspondance littéraire, philosophique et critique, adressée à un Souverain d'Allemagne, depuis 1753 jusqu'en 1790*, Paris, Longhchamps-F. Bouisson.

Han, Byung-Chul

2010 *Müdigkeitsgesellschaft*, Berlin, Matthes & Seitz (trad. it. *La società della stanchezza*, Milano, nottetempo, 2012).

2012 *Transparenzgesellschaft*, Berlin, Matthes & Seitz (trad. it. *La società della trasparenza*, Milano, nottetempo, 2014).

Hill, George

1901-02 "Office Buildings", in Sturgis R. (a cura di), *A Dictionary of Architecture and Building. Biographical, Historical, and Descriptive*, New York, McMillan Co.; reprint New York, Dover, 1989, vol. III, coll. 11-18.

Leffingwell, William H.

1925 *Office Management. Principles and Practice*, Chicago e New York, A.W. Shaw Co., 3 voll.

Likert, Rensis

1967 *The Human Organisations. Its Management and Value*, New York, McGraw-Hill (trad. it. *Il fattore umano nella organizzazione*, Milano, ISEDI, 1971).

Maldonado, Tomás

1976 *Disegno industriale. Un riesame. Definizione storia bibliografia*, Milano, Feltrinelli.

Mangano, Dario

2009 *Semiotica e design*, Roma, Carocci.

Maslow, Abraham H.

1954 *Motivation and Personality*, New York, Harper & Row (trad. it. *Motivazione e personalità*, Roma, Armando, 2002).

Moles, Abraham A.

1989 "Complessità ambientale e nuovo modo di vivere. Il caso ufficio", in Centro Studi COM (a cura di), *L'ufficio in via di estinzione? Scenari, oggetti, relazioni del posto di lavoro di domani*, Milano, Il Sole 24 ore-Libri, pp. 29-39.

Moreno, Jacob Levi

1959 *Who Shall Survive? A New Approach to the Problem of Human Interrelations* (1934), New York, Beacon House (trad. it. *Who Shall Survive? Principi di sociometria, psicoterapia di gruppo e sociodramma*, Roma, Di Renzo, 2007).

Murray, Christine

2016 *The Best Workplace Brings People Together Who Would Never Frequent the Same Coffee Shop*, "The Architectural Review", 28 gennaio: <<http://www.architectural-review.com/archive/the-best-workplace-brings-people-together-who-would-never-frequent-the-same-coffee-shop/10002025.fullarticle>> [accesso 20 agosto 2019].

Nordström, Kjell, Ridderstråle, Jonas

2007 *Funky Business Forever. How to Enjoy Capitalism*, Stockholm, Book House (trad. it. *Funky Business Forever. E adesso godetevi il capitalismo!*, Milano, FrancoAngeli).

Norman, Donald A.

1993 *Things That Make Us Smart. Defending Human Attributes in the Age of the Machine*, Reading MA, Addison-Wesley (trad. it. *Le cose che ci fanno intelligenti. Il posto della tecnologia nel mondo dell'uomo*, Milano, Feltrinelli, 1995).

Norris Smith, Kelly

1966 *Frank Lloyd Wright. A Study in Architectural Content*, Englewood Cliffs NJ, Prentice-Hall (trad. it. *Frank Lloyd Wright*, Bari, Dedalo 1983).

Pasquinelli, Carla

2004 *La vertigine dell'ordine. Il rapporto tra Sé e la casa*, Milano, Baldini Castoldi Dalai, 2009.

Perec, Georges

1985 *Penser/Classer*, Paris, Hachette (trad. it. *Pensare/Classificare*, Milano, Rizzoli, 1989).

Rey, Alain (a cura di)

1999 *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Le Robert, vol. I.

Riesman, David (con Nathan Blazer e Revek Denney)

1948 *The Lonely Crowd*, New Haven e London, Yale University Press (trad. it. *La folla solitaria*, Bologna, il Mulino, 1999).

Saval, Nikil

2014 *Cubed. A Secret History of the Workplace*, New York, London, Toronto, Sydney e Auckland, Doubleday.

Schulze, John W.

1919 *Office Administration*, New York, McGraw-Hill.

Sennett, Richard

1980 *Authority*, New York, Knopf (trad. it. *Autorità. Subordinazione e insubordinazione. L'ambiguo vincolo fra il forte e il debole*, Milano, Bruno Mondadori, 2006).

1998 *The Corrosion of Character. The Personal Consequences of Work in the New Capitalism*, New York e London, W.W. Norton & Co. (trad. it. *L'uomo flessibile. Le conseguenze del nuovo capitalismo sulla vita professionale*, Milano, Feltrinelli, 2010).

Sullivan, Louis H.

1896 *The Tall Office Building Artistically Considered*, "Lippincott's Magazine", 57, Marzo, pp. 403-409.

Taylor, Frederick W.

1911 *The Principles of Scientific Management*, New York, Harper & Brothers (trad. it. *Principi di organizzazione scientifica del lavoro*, Milano, Edizioni di Comunità, 1952).

Triplett, Norman

1898 *The Dynamogenic Factors in Pacemaking and Competition*, “American Journal of Psychology”, 9, pp. 507-533.

Wilder, Billy, Diamond, I. A. L.

1971 *The Apartment and the Fortune Cookie: Two Screenplays*, London, Studio Vista.

Wilson, Sloan

1955 *Man in the Gray Flannel Suit*, New York, Simon and Schuster (trad. it. *L'uomo dal vestito grigio*, Torino, Einaudi, 2005).

Wright, Frank Lloyd

1932 *An Autobiography*, New York, Logmans, Green & Co. (trad. it. *Io e l'Architettura*, Milano, Mondadori, 1955, vol. I).

Wright Mills, Charles

1951 *White Collars. The American Middle Class*, New York, Oxford University Press (trad. it. *Colletti bianchi. La classe media Americana*, Torino, Einaudi, 1971).

Imma Forino, Arch e PhD, è Professore ordinario di Architettura degli Interni e Allestimento al Politecnico di Milano. I suoi principali interessi di ricerca sono relativi alla teoria e storia degli interni, dell'arredamento e del *furniture design*, su cui ha pubblicato articoli, saggi e monografie, fra cui: *Uffici. Interni arredi oggetti* (Einaudi, Torino, 2011) e *La cucina. Storia culturale di un luogo domestico* (Einaudi, Torino, 2019).

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

Ethnosemiotics and Design

A Contribution to a Symptomatology of Design

Francesco Galofaro

Università degli Studi di Torino, IT

francesco.galofaro@unito.it

Abstract

Ethnosemiotics, a term included in the Greimas and Courtès dictionary, has been applied to various objects of observation in recent years. Ethnosemiotics does not simply consist in the semiotic analysis of ethnographic material; its ambition is rather to investigate the conditions of possibility of observation. Learning a method to observe objects in the context of everyday life, becoming aware of the planned and unforeseen relationships that occur between the actors that populate it, understanding the consequences of the project in the context in which the design will operate: this is the ambition of ethnosemiotics applied to design. The intervention presents the potential of the method and some preliminary results.

Keywords

Ethnosemiotics; Sociosemiotic; Symptom; Metasemiotics; Constructivism.

Contents

- 0. Art or Design?
- 1. Possible Symptoms of Design
- 2. When is it Ethnosemiotics?
- 3. Ethnosemiotics and Design
- References

o. Art or Design?

According to Paolo Fabbri's suggestion, we should not try to provide a definition of 'what' design is. From a semiotic point of view, it is more interesting to ask 'when' it is design. The invitation refers to Nelson Goodman (1978), who dedicated a chapter of *Ways of worldmaking*, his excellent book on constructivism, to a similar question: *when is art?*

A relevant answer to this question implies a short outline of Goodman's criteria. As we read in Goodman (1978), some symptoms enable us to understand when we are in the presence of art:

- 1) syntactic density, where the finest differences in certain respects constitute a difference between symbols — for example, an ungraduated mercury thermometer as contrasted with an electronic digital-read-out instrument;
- 2) semantic density, where symbols are provided for things distinguished by the finest differences in certain respects — for example, not only the ungraduated thermometer again but also ordinary English, though it is not syntactically dense;
- 3) relative repleteness, where comparatively many aspects of a symbol are significant — for example, a single-line drawing of a mountain by Hokusai where every feature of shape, line, thickness, etc. counts, in contrast with perhaps the same line as a chart of daily stock market averages, where all that counts is the height of the line above the base;
- 4) exemplification, where a symbol, whether or not it denotes, symbolizes by serving as a sample of properties it literally or metaphorically possesses;
- 5) multiple and complex reference, where a symbol performs several integrated and interacting referential functions, some direct and some mediated through other symbols.

Goodman (1968) had already proposed symptoms (1-4); symptom (5) is new. Since we are interested in Design, the point is not whether these symptoms are relevant to Design or not. Design is definitively not art, even though, from time to time, art is Design. Scholars who appreciate Design for its aesthetic qualities are interested in art, overlooking at the same time many important design functions in contemporary social life, and many cases in which good design does not claim to be art.

0.1 "Interruttore Rompitratte"

Let us consider, for example, Castiglioni's *Interruttore rompitratte*, 1968, which is an undisputed classic of Design, even if it is a simple, cheap switch. It is not syntactically or semantically dense; on the contrary, its semantic and syntactic dimensions could be defined as 'rarefied'. It is possible to discuss its 'repleteness': for example, its unmistakable sound when the light is turned on or off can be considered significant, but this is rather a sort of readiness to idiosyncratic meaningfulness than an actual articulated meaning. On the plastic plane, it is possible to distinguish an eidetic opposition between the

rectilinear cam and the curvilinear case, isomorphic to a categoric opposition between ‘interactive’ and ‘non-interactive’ on the content plane. However, semiotic categories fit every dimension of meaning, including the most trivial: it is debatable whether semiotic descriptions prove the ‘repleteness’ of the described phenomena in terms of aesthetic significance. As regards exemplification, Castiglioni’s switch undoubtedly exemplifies the features of every switch: it is discrete, cheap, almost unbreakable, handy, easy to find in the dark, anonymous. Its anonymity in association with its success could be considered a symptom of Design. Yet, if we regard it as an aesthetic feature, we come to a sort of paradox, since this kind of ‘exemplification’ in the case of design concerns the genus-species relation: in the same way, Mona Lisa trivially exemplifies every oil on wooded panel. Finally, coming to Goodman’s fifth criterion, I find it really hard to identify both direct and symbolically-mediated reference in a switch.

Obviously, all this does not mean that Castiglioni’s switch could not work as an artwork. If placed in a museum on a pedestal, it would perfectly identify a period, an aesthetic, an idiolect, embodying the platonic idea of a switch, perfectly fulfilling the five criteria. However, this would prove, at most, that Castiglioni’s *interruttore rompitratta* is a masterpiece, leaving the question as to whether or not it is good design unanswered.

0.2 Symptoms and Functions

It is more interesting to underline the semiotic relations between Goodman’s criteria and artwork. First, all the proposed criteria concern semiotic features – and not historical, sociological, or psychological ones. The criteria imply that artworks depend on *systems of symbolization*, including a scheme of syntactic rules. From Goodman’s nominalistic point of view, the system consists of a *characteristica* (not necessarily *universalis*) plus a form of *calculus* (not necessarily *ratiocinator*). Thus, symptoms (1-2) seem related to the features of the implied system, and not of the considered masterpiece, whereas symptom 3 represents a sort of principle of economy, referring to the symbolic use of the features that it is possible to discern on the expression plane. The fourth feature seems to refer to the relation between the artwork and its culture – a portion or a format of Encyclopedia, according to Eco (1984) – while the fifth criterion refers to the relation between artworks and a supposed, referenced ‘reality’.

Thus, symptoms (1-2) recall Jacobson’s metalinguistic function; symptom 5 obviously represents the referential function; symptom 4 is the phatic function at least in the original meaning that Malinowski attributed to this linguistic function, instituting the feeling of belonging to the community. Function (3) is comparable to the poetic function. Since, according to Jakobson, there are two other linguistic functions (emotive and conative), new symptoms of art could be discovered in the future. This is possible due to the symptomatic nature of the signification process: Goodman himself discovered the fifth symptom ten years after the first four. In fact, symptoms do not imply a par-

ticular disease. For example, a fever does not imply the flu; the flu implies a fever in association with other symptoms (a syndrome). Furthermore, a certain symptom of a syndrome may be silent – I focused on the semiotics of medical symptoms in Galofaro (2007). Thus, if Goodman is right, art implies a variable number of symptoms, not vice-versa. This is to say that art, as a manifested configuration, establishes the features of its own manifesting plane.

0.3 A Meta-Meta-Semiotics

According to Hjelmslev (1961), a meta-semiotics is a semiotics whose content plane is the Relation between the *Expression* and the *Content* plane of an object-semiotics:

$$ER(ERC)$$

In this light, Goodman's attempt to individuate art is a case of meta-meta-semiotics. The first meta-semiotic relation is represented by the statement of different criteria relative to syntax, semantics, etc. The relation between these statements and art is the object of a second-order meta-semiotic statement, according to which these conditions have to be considered symptoms (when something is art, one or more of them are present; since new symptoms can be discovered in the future, one should consider the possibility of asymptomatic art).

For this reason, if we are interested in the question 'when is (something) Design', we should look for meta-semiotic statements that work as a symptom. This is probably the most interesting feature of Goodman's work: it tries to define the intrinsic semiotic features of art, while a different discipline would be interested in other definitions: for example, sociology might study the organization which has the power to select and sell artwork; psychology might describe the cognitive and emotive a-priori conditions governing the aesthetic experience.

In a similar way, semiotics should try to define the intrinsic, immanent meta-semiotic relations that can be considered a symptom of design. In the second part of the paper, we will have a look at some good candidates and propose a possible symptom: the presence of ethnosemiotic relevance.

1. Possible Symptoms of Design

As a starting point, I will consider different attempts to define design. The first is proposed by the World Design Organization, and is relative to industrial design:¹

Industrial Design is a strategic problem-solving process that drives innovation, builds business success, and leads to a better quality of life through innovative products, systems, services, and experiences. Industrial Design bridges the gap between what is

¹ <<https://wdo.org/about/definition/>>, retrieved on September 30th 2019. I'm grateful to Salvatore Zingale for having drawn my attention to this site.

and what's possible. It is a trans-disciplinary profession that harnesses creativity to resolve problems and co-create solutions with the intent of making a product, system, service, experience or a business, better. At its heart, Industrial Design provides a more optimistic way of looking at the future by reframing problems as opportunities. It links innovation, technology, research, business, and customers to provide new value and competitive advantage across economic, social, and environmental spheres.

Industrial Designers place the human in the centre of the process. They acquire a deep understanding of user needs through empathy and apply a pragmatic, user-centric problem-solving process to design products, systems, services, and experiences. They are strategic stakeholders in the innovation process and are uniquely positioned to bridge varied professional disciplines and business interests. They value the economic, social, and environmental impact of their work and their contribution towards co-creating a better quality of life.

Now, there are many reasons to be suspicious of this definition. The first is methodological: the scientific attitude in semiotics requires that we reject phenomena, to focus on deep structures – see Fabbri (2018 [1973]). The second concerns the lexicon used in this definition, related to marketing and to euphoric connotations, uncritically narrating a tale of success where Design is the magic wand, syncretically mixing different semantic fields to achieve the semantic effect of scientificity: economy (innovation, business success, products, systems, services, new value, competitive advantage), psychology (strategic problem-solving process, reframing problems as opportunities, empathy), sociology (trans-disciplinary profession, stakeholders). In other terms,

o) techno-bla-bla-bla: it is Design when it is bullshit theory

However, there is an element that can be interesting in this controversial definition, and it is connected to a phenomenologically-relevant attitude toward the future. In semiotic terms, the narrative structure of this 'definition' can be summarized with a homology:

present : future = problem : solution

Design is described as a *process* whose output is this homology. Temporal programming is an interesting feature, which emerges when we disassemble this ideological tale finalized to persuading companies to invest in Design.

1.1 More Serious Attempts to Define Design

In fact, according to Salvatore Zingale's point of view, Design is an ideational and operative activity that aims, starting from an intention, at the production of an artifact – or a system of artifacts, procedures, services or experiences – in view of a purpose.²

² See Zingale's contribution in this volume. Obviously, every misinterpretation of Zingale's point of view is my responsibility. However, it should be noted how, in

As we can see, Zingale's definition is more philosophical, and less oriented to selling a product, thus it is more interesting to our purpose: in particular, it is relevant to the two features that have already attracted our attention (design as a process, temporalization). Here they are associated to the intentionality of a particular subject, the Designer, directed toward the future (*protention*). The same feature is underlined by Giampaolo Proni (2006), who seeks in Peirce's notion of abstractive observation a model of reasoning projected toward the future:

The faculty which I call abstractive observation is one which ordinary people perfectly recognize, but for which the theories of philosophers sometimes hardly leave room. It is a familiar experience to every human being to wish for something quite beyond his present means, and to follow that wish by the question, "Should I wish for that thing just the same, if I had ample means to gratify it?" To answer that question, he searches his heart, and in doing so makes what I term an abstractive observation. He makes in his imagination a sort of skeleton diagram, or outline sketch, of himself, considers what modifications the hypothetical state of things would require to be made in that picture, and then examines it, that is, observes what he has imagined, to see whether the same ardent desire is there to be discerned. By such a process, which is at bottom very much like mathematical reasoning, we can reach conclusions as to what would be true of signs in all cases, so long as the intelligence using them was scientific. (CP 2.227, 1897)

In this long fragment I am not interested in Peirce's usual obsession with scientific reasoning, but rather in the 'skeleton diagram', an interesting sketch that includes its author, a technology which allows the subject to operate on itself-an enunciatinal device.

On a similar line, Alvise Mattozzi³ individuates a condition for design in the presence of a *drawing*. This drawing can be considered a *shifter*, introducing a detachment between the Designer and his/her work, allowing comparison and innovation. According to Mattozzi, the opposite of the Designer is not the Craftsman, but the gastropod, which produces its shell without any shift or innovation. Mattozzi makes a very good point, introducing the semi-

Zingale's perspective, this seems a general semiotic feature, with political consequences: 'thinking today of the social world of communication starting from Peirce perhaps means thinking of the same communication as the place where the present prepares its own overcoming. As if to say that every project of a possible society is to a large extent in what we are able to sow within the images, the discourses, the strategies we use in today's society. Because, Peirce tells us, after all it is the idea we have of the future that influences the way we act in the present.' This seems a rather optimistic point of view, open to the possibility of rational policies and rational overcoming of present inconsistencies. A possible objection concerns the radically contradictory nature of reality and of meaning itself, at a deeper level than the one which is referentially set up by rational reasoning and by political discourse. It is the dark side that we can appreciate, for example, in hostile design.

3 Mattozzi's conference, in Urbino, September 2018. Once again, every misinterpretation is my responsibility.

otic dimension and offering a basis for reasoning in analogy with Goodman's symptoms. Good symptoms of Design are:

- 1) Shifting: it is design when the phenomenological coordinates of the subject-designer (me, here, now) and those of the project (not-me, not-here, not-now) are not coincident;
- 2) Temporalization: it is design when temporal programming is present as it presupposes protension;
- 3) Drawing: it is design when one or more semiotic systems (visual,⁴ verbal) are employed together to allow comparisons.

These criteria are probably still too general: they do not allow us to distinguish an object of design from a symphony. The list is not complete. In particular, the first symptom suggests that spatialization is also an interesting discursive feature of Design to investigate. For example, Zinna (2009) differentiates between supra-objectual and intra-objectual design. When compared to visual semiotics, the formal properties of different materials seem to be relevant too.⁵ However, we would like to focus our attention on the problem upstream of the design process, and not on the solution downstream, to suggest another possible symptom:

- 4) It is design when we find ethnosemiotic relevance.

In other terms, the individuation of the problem as a source of inspiration for proposing possible solutions implies an (even unconscious) ethnological point of view, capable of rejecting the idea that the system of the existing artifacts around us is optimal, 'natural', or necessary, and of understanding to what extent it is conventional and contingently constructed, as a first step to critically discussing it and possibly improving it.

In order to prove this, we must first define ethnosemiotics and construct its relation with other fields such as ethnology and sociosemiotics.

2. When is it Ethnosemiotics?

According to Greimas and Courtés (1979), the goals of ethnosemiotics are:

- to problematize the universality of cultural objects;
- to gather significant sets, i.e. meaningful portions of reality we assume as a whole before analysis;
- to focus on speeches and texts whose syntagmatic connections are not linguistic;
- to construct general models of significant behaviors;

⁴ On visual semiotics see Greimas (1984). The way in which different semiotic systems are used to work on the meaning of design warrants a closer look which is outside the scope of the present paper. It should probably be analyzed in terms of theory of sign production – Eco (1976: 150-313).

⁵ Two different solutions have been proposed by Zinna (2009) and Mattozzi (2009).

Greimas' problem was to repay semiotics' debt to ethnology and folklore research, in particular to Claude Lévi-Strauss and Vladimir Propp. Aiming at general models, Semiotics seems to need ethnological research. It is true that Hjelmslev's principle of immanence requires the avoidance of extra-semiotic (i.e. psychological, sociological, historical) explanations of meaning – cf. Hjelmslev (1961[1943]). However, Hjelmslev (1935-37) himself took inspiration from Lucien Lévy-Bruhl when analyzing the sub-logical case system. Thus, Greimas tried to clarify the reciprocal relations between these two epistemological regions.

2.1 Ethnosemiotics and Sociosemiotics

Greimas opposes ethnosemiotics to sociosemiotics. This indication is useful. These two disciplines share a similar object, focusing on meaning in the light of social relations. However, ethnosemiotics is interested in social constants, whereas sociosemiotics focuses on social variables. Nevertheless, the two disciplines presuppose each other.

Figure 1. Entries in Greimas' dictionary connected to sociosemiotics (in red) and ethnosemiotics (in green).

Figure 1 represents the entries in Greimas' dictionary which are respectively connected to ethnosemiotics and sociosemiotics. Focusing on the differences, sociosemiotics is connected to connotation, sociolect, collective, culture, register, typology, veridiction, communication. Ethnosemiotics is instead connected to categorization, taxonomy, semic analysis, denomination, i.e. to the deeper levels of the generative trajectory, to metasemiotics, to a scientific object constructed according to Hjelmslev's empirical principle (formal coherence and material adequacy).

Thus, in Greimas' view, ethnosemiotics constructs or tests new parts of semiotic theory, connecting 'significant sets': the latter expression refers to the meaningful portions of reality we assume as a whole before analysis.

2.2 Ethnosemiotics and Ethnography

According to Vincenzo Matera (2015) there is no definitive method for writing ethnographic research (participant observation, field notes, interviews, surveys). Even so, ethnosemiotics is not supposed to be the ‘correct’ method for collecting and analyzing ethnographic material: on the contrary, its research focuses on the conditions of possibility of Ethnography.

This needs to be stressed. For example, in Greimas’ dictionary, the entry ‘culture’ is connected to sociosemiotics, not to ethnosemiotics. As Francesco Marsciani wrote,

Ethnosemiotics is not cultural anthropology; its center of interest are not cultural forms as such, nor their determinations nor their specificity. Ethnosemiotics tries to avoid a double risk that it sees in ethno-anthropological practice: on the one hand, the tendency to want or need to obtain exhaustive descriptions of anthropological facts (documentation, field notebooks, verification of information obtained, etc.), on the other the tendency to specify more and more in detail its own fields of interest (anthropology of pain, anthropology of kin, anthropology of the visible, anthropology of ritual, etc.). Ethnosemiotics does not believe in a supposed determinate and factual nature of its objects (although qualified as cultural). On the contrary, it willingly lets its objects self-organize, without prejudging with pre-constituted categories the possibility of their identification. (Marsciani 2014: 25)

In fact, the object of ethnosemiotics is constructed through analysis, starting from a significant set. To do that, Ethnosemiotic reconstructs the relationships between actors, spaces and times within a certain discursive scene: the result of the reconstruction is a certain *image* of the scene.

2.3 Reality or Construction?

A debated question among ethnographers concerns the epistemological foundations of their research practice. According to Ybema et al.,

Realist-objectivist narratives treat the evidence presented as a fixed-stage, univocal account that holds out the promise of mirroring social reality. Constructivist-interpretive narratives emphasize the contingency and multivocality of what is being reported, treating social realities as collectively or intersubjectively constructed in an ongoing interplay between individual agency and social structure, in and through which individuals and structures mutually constitute each other. (Ybema et al. 2010: 349)

Ethnosemiotics can help cast a different light on this problem. In particular, there is philosophical confusion in the way in which social sciences use the term ‘intersubjectivity’, as a sort of agreement between the subjects involved in the action. This is a naive point of view. Even if four people starving in a jail agree on the fact that their stool is a chicken, they will not eat it. According to a *relational principle of individuation*, subjects are the product of an indivi-

duation process starting from their system of culture, and changing according to their position in a network of relations: there are strong limitations to their power to discuss and to change their relation to it. On the other hand, from a phenomenological point of view, subjects always construct the same, shared reality. Intersubjectivity is a disembodied, transcendental, structural, inhuman relation, producing humans (and stuff).

The notion of image can help us to understand this semiotic process:

- a) images present themselves to our perception;
- b) social actors grasp their meaning thanks to their organization;
- c) images represent the way in which our experience captures the effects of the meaning we encounter in the world of life (*Lebenswelt*);
- d) images are organized into transformation chains: they constitute moments of singularity in a background of permanence (Marsciani).

Some brief comments: points (b) and (c) are direct consequences of Greimas (1966), according to whom the natural world is a semiotics, whose figures are organized by a grid of abstract, sub-logical⁶ relations. The observer is never located in a pre-meaningful world. Babies learn the world together with language or other semiotic systems. Point (d) introduces a non-static notion of meaning, suggesting another possible path to overcoming the disappointing, apolitical reading of many semiotic analyses.

2.4 The Observer

Constructivist-interpretive perspectives on ethnography require ethnographers to inquire into their own meaning-making processes, since the interaction between the observer and research participants generates ethnographic knowledge – cf. Goodman (1978) on “worldmaking”. However, it is rather dubious whether the observer has the privilege of free will in determining reality. It is true that the ethnographer should not simply adhere to the native’s vision, searching for the right “distance”. However, free will cannot escape the principle of individuation formulated above (2.3): both the ethnographer’s and the native’s subjectivity and world of experience are co-determined in their relation. In the same way, a scientist can determine whether Schrodinger’s cat is dead or alive by opening the black box, but he/she cannot choose between the two alternatives. Thus, from a methodological point of view it is important to become aware of the limits of one’s perspective; to adopt different perspectives or to prefer teamwork to individual researches.

3. Ethnosemiotics and Design

In my experience as a semiotics lecturer at the faculty of design, I had the possibility to have my students use ethnosemiotics to analyze existing objects

⁶ I have borrowed the term ‘sublogical’ from Hjelmslev (1935) since Greimas’ examples clearly make use of the same categories to describe the abstract semes that organize figurativity in semantics.

in their relation to their users and their social environment. In particular, during a summer course at Politecnico di Milano (2018) in collaboration with Salvatore Zingale, ethnosemiotics was used in a workshop on wayfinding, aimed at studying how users orient themselves in the metro-stations in Milan. In a similar way, in my summer course at Università di Bolzano, with the collaboration of Alessandro Mason and the creative direction of Harry Thaler, ethnosemiotics was employed to study public lighting. In both cases, the critical analysis was aimed at rejecting the idea that existing solutions are necessarily the best possible or the ‘natural’ ones. Let us consider street lamps: they are so integrated in the urban landscape that we no longer pay attention to them, yet they are pretty useless in the daytime. They can be used to perform different functions, depending on how people behave and what they need in a street, park or square, and which different thematic roles and action programs can be defined. Having observed objects in action⁷, students enhanced lamps by adding new functions to them, such as musical instruments or birdhouses, or they implemented lights in different supports, such as bricks, drones, and portable and rechargeable sharing-systems. After an exhibition at the *Museion* in Bozen, the company bought all the prototypes produced by the students thanks to the labs at the UNIBZ University.⁸

3.1. Objections and clarifications

These are just two examples of how ethnosemiotics can be useful in encouraging ethnological awareness in young designers. Every ethnologist could rightly raise objections about the confusion between a scientific ethnographic study and the naive application of observation techniques outside ethnology to different purposes, such as creativity and design.

On the other hand, ethnosemiotics should not be confused with ethnography in so far as the first is interested in the conditions of possibility of the second: the conditions under which meaning is produced and reality makes sense to us and is transformed by us. In other terms, we are not saying that good design implies an ethnographic study, even if it would be very interesting to develop this kind of collaboration. We would rather suggest that it is Design when it has ethnological relevance, as we are going to show.

3.2 How to disassemble barracks

In the final part of this paper we are going to present a specific case-study: *Multiplo*, by GISTO, a studio based in Milan that works in design, architecture and craftsmanship. Presented at the 2019 Oslo Architecture Triennial, Mul-

⁷ *Object in action* is the English translation of the Italian title of Michela Deni (2002). Deni’s critical analysis of the train carriages can be considered a seminal work in relation to the purpose of the present paper.

⁸ See <<https://www.ewo.com/it/ewolab/unibzewo-magic>>, retrieved on September 30th 2019.

Figure. 2. Aerial View of Druso Barracks.

tiplo is an instruction manual on how to disassemble barracks. The project is the result of research that started in 2017 on behalf of BASIS Vinschgau Venosta, a new social activation hub set up in Silandro in the Druso Barracks (1937), a former military base – see fig. 2.

In fact, an interesting feature of barracks is their modularity. As the authors write in their volume, all rationalist military architecture is based on modular systems, repeated building sections that form a square. They are an assemblage of standard materials, objects, and relations – see fig. 6. This feature can be exploited for recycling purposes. A good project using some of these architectural elements (fig. 8) will produce a great quantity of objects.

Figure 3. Exploring the Barracks.

Figure 4. Disassembled Materials.

For example, MULTIPLO 1 is a table produced by recycling wooden tops, aluminium window frames, threaded pins, and a 3D-printed element – fig. 9. The production process implies a comparably simple action program:

Figure 5. Transformation in Design.

1. to unmount windows;
2. to remove glass and fasteners;
3. to produce 3d-printed elements;
4. to fix the central pin;
5. to fix the adjustable feet and the wooden top.

Other projects recycle elements of furniture such as wooden beams and carpeting – fig. 4.

However, the performance of these projects requires formidable competence. It is the result of the acquisition of blueprints (to be used as a map, fig. 7), historical data (mission briefing), exploration (fig. 3). As ethnologists, designers wander among the ruins, reflect, photograph, study mankind and the value it gives to things. This seems a necessary operation since the design process is not based on form, but on transformation (fig. 5). In other terms, the process through which designers acquire knowledge is relevant to ethnosemiotics: it is a promising research field, and ethnosemiotics aims to develop useful tools and categories for this purpose.

Conclusions

The present paper aims to demonstrate how ethnosemiotics can be useful to design from a theoretical and educational point of view. To this purpose, we asked ourselves ‘when is it design?’: in analogy to Nelson Goodman’s attempt to underline the semiotic features of art, we searched for some symptoms of good design which may be present separately or together. First we suggested some conditions based on my esteemed colleagues’ experience (shifting,

Figure 6. Modular Elements.

temporal programming, drawing). Then, we suggested how these conditions require knowledge of the relation between the system of objects, users, and social environment, and the acquisition of awareness of its conventional, arbitrary, contingent nature. For this reason, it is design when the designer's research has ethnosemiotic relevance. To demonstrate this point, we had to define ethnosemiotics as an inquiry on the condition of possibility of ethnographic research. Finally, we presented some examples of ethnosemiotic relevance in Design research and teaching. In particular, the case of MULTIPLO by GISTO seems useful in suggesting another symptom of design. According to our analysis, the design process does not involve form, but rather transformation, which is – indeed – a transformation of the involved materials but, above all, a transformation of meaning. Thus, we can conclude that

- 1) Shifting: it is design when the phenomenological coordinates of the subject-designer (me, here, now) and those of the project (not-me, not-here, not-now) are not coincident;
- 2) Temporalization: it is design when temporal programming is present – as it presupposes protension toward the future;

Figure 7. Plan of the Barracks.

- 3) Drawing: it is design when one or more semiotic systems (visual, verbal) are employed together to allow comparisons;
- 4) Transformation: it is design when meaning is transformed together with materials, forms, and functions;
- 5) Ethnosemiotic relevance: it is design when it discusses the universality of cultural objects, helping construct general models of significant behaviors.

Figure 8. Drawing.

Point 5 needs clarification. In particular, the reader may wonder how ethnosemiotics is employed as a tool during a semiotic analysis and how someone who would like to analyse a design project can recognize an ethnosemiotic symptom. In particular, while in the works of my students an ethnosemiotic analysis was required before the project, in the case of GISTO we simply know that the designers, consciously or not, behaved like explorers; finally, in the case of Castiglioni's *Interruttore rompitratta*, 1968, there are no reports of ethnographic work. Still, there is ethnographic relevance since – as we wrote in 1.1 – the new object changed the existing system of objects, rejecting the idea

Figure 9. Final Product.

that it was ‘natural’, or necessary, and improving it. A direction of research – with students and in cooperation with designers – is to let ethnosemiotics become operational, as a meta-projectual tool available for designers to carry out a first inspection of reality, to let problems and contradictions emerge, and to find inspiration for possible interventions and solutions.

References

- Deni, Michela
2002 *Oggetti in azione*, Milano, Franco Angeli.
- Eco, Umberto
1976 *Theory of Semiotics*, Bloomington, Indiana University Press.
1984 *Semiotics and the Philosophy of Language*, Bloomington, Indiana University Press.
- Fabbri, Paolo
2018 [1973] *Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociologia*, Milano, Luca Sossella Editore. Online version: <https://www.paolofabbri.it/comunicazioni_massa/ retrieved on Spetember 4th 2020>.
- Galofaro, Francesco
2007 “Interpreting Radiograms”, in *Working Papers and Pre-publications* 366-367-368, series F, Urbino, Università di Urbino ‘Carlo Bo’.

Goodman, Nelson

1968 *Languages of Art: An Approach to a Theory of Symbols*, Indianapolis, The Bobbs-Merrill Company.

1978 *Ways of worldmaking*, Indianapolis, Hackett Publishing Company. On line version: <<https://web.archive.org/web/20120205014705/http://ru.philosophy.kiev.ua/library/goodman/oo.html>>, retrieved on September 16th 2019.

Greimas, Algirdas J.

1966 *Sémantique structurale : recherche de méthode*, Paris, Larousse (Engl. Trans. *Structural semantics: an attempt of method*, Lincoln, University of Nebraska Press, 1984)

1989[1984] “Figurative semiotics and the semiotics of the plastic arts.” *New Literary History* 20(3), 627–649.

Greimas, Algirdas J. ; Courtés, Joseph

1979 *Sémiotique: dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette (Engl. Tr. *Semiotics and Language: An Analytical Dictionary*, Bloomington, Indiana University Press, 1982).

Hjelmslev, Louis

1935/37 “Catégorie des cas (2 volumes)”. *Acta Jutlandica* VII, IX.

1961[1943] *Prolegomena to a Theory of Language*. Madison, University of Wisconsin Press.

Marsciani, Francesco

2014 “À propos de quelques questions inactuelles en théorie de la signification”, in *Actes Sémiotiques*, 117.

Mason, Alessandro; Giustozzi, Matteo (eds)

2019 *Multiplo: Transformation in Design*, Milan, GISTO.

Matera, Vincenzo

2015 *La scrittura etnografica. Esperienza e rappresentazione nella produzione di conoscenze antropologiche*, Milano, Eleuthera.

Mattozzi, Alvise

2009 “A Model for the Semiotic Analysis of Objects” in Vihma, Susann (eds) *Design Semiotics in Use*, Helsinki, Helsinki University of Art and Design Press.

Proni, Giampaolo

2006 “Semiotica del progetto”, in *Ocula*, 7, <<https://www.ocula.it/files/OCULA-7-PRONI-Semiotica-del-progetto.pdf>>.

Ybema, S.; D. Yanow, H. Wels; F. Kamsteeg

2010 “Ethnography”, in A. Mills, G. Durepos, & E. Wiebe (eds), *Encyclopedia of Case Study Research*, Thousand Oaks, CA, SAGE Publications, Inc., pp. 348-352.

Zingale, Salvatore

2014 “Nota finale”, in Zingale, Salvatore e Proni, Giampaolo (eds), *Commemorating Charles S. Peirce (1839-1914): interpretive semiotics and mass media*, *Ocula* 15, <<https://www.ocula.it/files/OCULA-15-ZINGALE-Nota-finale.pdf>>.

Zinna, Alessandro

2009 “À quel point en sommes-nous avec la sémiotique de l’objet?” in Darras, Bernard and Belkhamssa, Sarah (eds) *Object and Communication*, MEI 30-31, Paris, L’Harmattan, pp. 69-86.

Francesco Galofaro is a semiotician. He graduated in Communication Studies (MA) and holds a PhD in Semiotics from the University of Bologna. His research focuses on ethnosemiotics, epistemology, Information Retrieval, and Morphodynamics, with particular regard to litanic structures. He is part of the research team NeMoSanctI, an ERC project on semiotics of religion.

He single-authored the books *Eluana Englaro* (Meltemi, 2009), dedicated to the political, scientific, and ethic debate on euthanasia, and *Dopo Gerico. I nuovi spazi della psichiatria* (After Jericho: the new psychiatric spaces, Esculapio, 2015), an ethnosemiotic analysis on psychiatric service design. He co-edited the books *Morphogenesis and Individuation* (with F. Montanari and A. Sarti, Springer, 2014) dedicated to Gilbert Simondon, and *Il senso della tecnica. Saggi su Bachelard* (*The meaning of technology: essays on Bachelard*, Esculapio, 2017, with Paola Donatiello and Gerardo Ienna).

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

È design della comunicazione

Valeria Bucchetti

Dipartimento di Design, Politecnico di Milano, Milano, IT

valeria.bucchetti@polimi.it

Abstract

The contribution intends to limit the field of reflection to Communication Design. We therefore propose to reformulate the question: “When is Communication Design”?

When can we talk about Communication Design and what are the conditions and processes that allow us to support it?

To take care of them means to refocus the different levels in which the field is articulated: from that of the communicative artefacts, in their prosthetic dimension, to that of the systems that organize them, starting from directorial logic, coming to trace implicitly the profile of the communication designer.

Keywords

Communication Design; Artefacts; Systems; Design Culture.

Contents

1. Premesse all'interrogativo
 2. Le ragioni delle parole
 3. Quando è cultura del progetto
- Bibliografia

1. Premesse all'interrogativo

L'interrogativo “Quando è design” sembra far perdere i confini. A questa domanda provo quindi a rispondere circoscrivendo innanzitutto il mio contributo al *design della comunicazione*.

Come è noto, quantomeno in Italia, si vede associare alla parola *design*, usata senza alcuna specificazione, la nozione di *industrial design*, così come De Fusco (2008) argomenta in premessa al suo testo *Parodie del design*.

Se si vuole parlare di design secondo una prospettiva disciplinare, e non dell'accezione che la conversazione quotidiana ha attribuito al termine, distorcendone il significato unicamente verso una dimensione estetizzante, il *design* ha sempre la necessità di essere connotato attraverso un'etichetta attributiva, attraverso un termine di specificazione a partire dal quale lo si declina e che ne determina una precisa definizione di campo (De Fusco 1985, 2008; Trabucco 2015).

Il Design della comunicazione, in questo senso, afferma la propria esistenza, il proprio ambito di azione, ma anche il proprio specifico disciplinare, all'interno del più vasto campo del Design che rimanda, invece, a svariati contenuti possibili a cura della progettualità.

È fondamentale precisare come alcune trasformazioni avvenute negli ultimi decenni, anche sul piano istituzionale – attraverso la costituzione di corsi di laurea –, abbiano reso esplicita l'articolazione del campo in ambiti disciplinari autonomi, seppure tra loro in dialogo costante. Quando parliamo di *design degli interni*, *design della moda*, *design del prodotto*, *design della comunicazione* facciamo riferimento ad aree del progetto con un proprio baricentro specifico, ciascuna delle quali vede coinvolti nuclei distinti di saperi disciplinari. E questo vale per i saperi storico-critici, tra loro differenti, dalla *storia del prodotto industriale* per design del prodotto, alla *storia della grafica* per design della comunicazione; così come per le aree a carattere tecnologico, sino alle conoscenze che coinvolgono le tecniche di produzione. Allo stesso modo, all'interno di ciascun ambito disciplinare vengono sviluppati sistemi artefattuali caratterizzati e caratterizzanti, che nascono da un processo progettuale radicato in quella precisa cultura del progetto. Una cultura del progetto improntata sulla dimensione autoriflessiva, propria delle discipline del design, ovvero sulla capacità della disciplina di riflettere su se stessa attraverso l'agire progettuale; capacità che non può, pertanto, prescindere dalle specificità dei saperi disciplinari che ne stanno alla base.

Fatta questa precisazione vorrei quindi provare a interrogarmi, e a declinare la domanda *quando è design*, proprio su una di queste aree, mettendo al centro il *design della comunicazione*, chiedendomi ‘quando’ è *design della comunicazione*. Quando il design della comunicazione si dà.

Per tracciare delle risposte ritengo indispensabile ripartire da alcune definizioni che consentono di perimetrare ciò di cui parliamo. Giovanni Lussu (2010), nella definizione elaborata per l'Enciclopedia Treccani, osserva come l'espressione *design della comunicazione* sia:

inscindibile dall'esistenza di una specifica categoria di operatori che in tale ambito si riconoscono e in quanto tali vengono riconosciuti dall'ambiente in cui sono attivi: l'associazione professionale europea di gran lunga più rappresentativa, la *Chartered society of designers*.

E sottolinea ciò che si intende per *design della comunicazione*:

nella terminologia italiana e negli assetti didattici e istituzionali, per *design della comunicazione* s'intende oggi (rispetto al termine più generico *grafica*, il cui significato tende ormai più verso l'ambito espressivo) la progettazione di artefatti comunicativi, in particolare di tipo visivo, svolta da operatori specializzati in presenza di precisi vincoli produttivi e con obiettivi più nettamente tesi agli aspetti di tipo funzionale, legati alla risoluzione di specifici problemi posti da determinate committenze, pubbliche o private.

Una definizione quindi molto chiara che traccia con una certa nettezza il campo, poiché delinea le condizioni per poterne parlare, alla quale possiamo affiancare un ulteriore tassello parafrasando ciò che negli anni Sessanta Tomás Maldonado sosteneva al congresso ICSID (Venezia, 1961) e che viene riportato nel suo testo *Disegno industriale: un riesame*. Possiamo asserire che progettare il *formato comunicativo* significa «coordinare, integrare e articolare tutti quei fattori che, in un modo o nell'altro, partecipano al processo costitutivo della forma del prodotto [*dell'artefatto comunicativo*]. E precisamente si allude tanto ai fattori relativi all'uso, fruizione e consumo individuale o sociale del prodotto (fattori funzionali, simbolici o culturali) quanto a quelli relativi alla sua produzione (fattori tecnico-economici, tecnico-costruttivi, tecnico-sistemici, tecnico-produttivi e tecnico-distributivi)» (Maldonado 1976: 9-10).

2. Le ragioni delle parole

Sebbene questo primo perimetro possa aiutarci a comprendere la questione, vorrei richiamare il fatto che l'espressione *design della comunicazione* si è affermata solamente negli ultimi decenni e che rappresenta la risultante di un processo evolutivo di grande importanza per l'intera area, il cui esito ha trovato in questa locuzione l'espressione della propria identità disciplinare.

Si tratta di una locuzione che sottende infatti molteplici nozioni e richiamarle ci aiuta a chiarirne la natura.

In primis vi è la nozione di *grafica*, col suo «richiamarsi al laboratorio pre e proto-storico della nascita della scrittura, del tracciare e dello scrivere» (Anceschi 1991: 56; vedi anche: Anceschi 1981; D'Ambrosio, Grimaldi, Lenza 1985; De Fusco 1985; Margolin 2002); vi è la nozione di *Graphic design* che, come sottolinea Anceschi, potrebbe essere la definizione dell'attività sistemica a partire da Gutenberg, da Manuzio, da Griffo; non ultima, la nozione di *comunicazioni visive* che non designa tanto una professionalità quanto un

campo sterminato della produzione e della fruizione di oggetti, di programmi, di beni e servizi della comunicazione, dell'emissione e della ricezione di messaggi, comprendendo inoltre tutte le strategie e tutte le tecniche, tutti gli artifici e tutti i semilavorati che concorrono alla loro realizzazione. (*ibidem*)

A queste nozioni va aggiunto poi

il termine di conio anglosassone *Visual design* (che potremmo tradurre progettazione visiva, e che quindi chiaramente tende a collocare il fenomeno nel quadro del raggruppamento delle discipline progettuali accanto al disegno industriale, all'architettura ecc.). (Anceschi 1988: 11)

La nozione di *visual design* (vedi Vitta 1999) risultava peraltro consolidata e assolutamente chiara nella sua portata già nel 1954 quando Nino Di Salvatore fondò a Novara la prima scuola di Design in Italia (la Scuola Politecnica di Design) – e poi a Milano nel 1970 –, quando attraverso di essa designava uno dei corsi biennali. Il corso di *Visual design* e il corso di *Industrial Design* articolavano infatti l'offerta didattica della Scuola proponendo due programmi e due piani di studio distinti, sebbene entrambi riferiti al “design” e declinati in base alle caratteristiche di ciascun ambito.

A esse si è aggiunta poi anche la nozione di *sistemi grafici*, che fu la denominazione della disciplina insegnata al Dams di Bologna negli anni Ottanta, intesa

come la teorizzazione dell'insieme dei metodi e dei sistemi della progettazione di comunicazioni visive e, contemporaneamente, come la disciplina della progettazione di sistemi più o meno complessi di comunicazione visiva (cioè sistemi di segnaletica, di notazione, di raffigurazione ecc.). (*ibidem*)

Accezione questa che, come lo stesso Anceschi ricorda in *Monogrammi e figure* (1988: 12) «ingloba quella originaria e ristretta di *Graphic Systems*, cioè lo studio della progettazione e dell'uso di sistemi integrati e altamente tecnologizzati di composizione, impaginazione e stampa».

Si tratta certamente di un quadro composito, all'interno del quale l'individuazione di campo della grafica non è un dato assoluto; un quadro costituito da una molteplicità di approcci e da numerose definizioni che vedono instabile la definizione stessa di grafica. Instabilità che sembra essere connaturata con l'oggetto di ricerca, con l'ambito di attività, con le concrete mutazioni di un fare che ne ha marcato il profilo anche nei decenni successivi.

Anceschi affermava:

Se tentiamo cioè di delineare un profilo preliminare e sommario dell'oggetto di indagine è difficile, anche se ci si sforzi di procedere schematicamente, è anzi estremamente difficile sfuggire al meno definitorio e più aperto dei procedimenti di definizione e cioè l'elencazione. (Anceschi 1988: 11-12)

Il “profilo” dell’ambito disciplinare del design della comunicazione racchiude cioè un vasto elenco non solo di tipologie artefattuali proprie di questa specifica area del design, ma anche una vasta area nella quale si svolgono:

una serie di azioni, di procedimenti e di operazioni di cui fanno parte ad esempio quelle del rappresentare e del presentare, del trasmettere e del tradurre, dell’esporre, del descrivere, decodificare e del simboleggiare.

E ciò si realizza col tramite di tecniche e tecnologie svariate, servendosi di sistemi e di metodi, ma anche di accorgimenti e di trucchi, e avviene con l’aiuto di strumenti e di attrezzi produttivi, nonché di macchinari fabbricativi ecc. Tutte queste azioni e operazioni confluiscono poi e si coagulano in un oggetto, o meglio, in una serie di oggetti materiali, destinati in prima istanza semplicemente a stimolare gli organi visivi di uno o molti destinatari, e più in generale diretti ad essere da essi per qualche motivo usati o più genericamente fruiti. (*ibidem*)

È tra la fine degli anni Ottanta e l’inizio degli anni Novanta che, dall’intersezione di questi termini, nasce e si afferma la nozione di *Design della comunicazione*. Ossia quando

il sistema della comunicazione e dell’informazione dispone di «una presenza generalizzata, di una diffusione capillare, di un assetto poderoso». Quando cioè è «l’industria della comunicazione e dell’informazione a porsi come traente nello scenario contemporaneo». (vedi: Carta del progetto grafico)

In questo momento di trasformazione fu determinante la *Carta del Progetto grafico*, la sua stesura e la sua divulgazione. Un documento la cui redazione venne affidata a una commissione di estensori formata da Giovanni Anceschi, Giovanni Baule, Gianfranco Torri, a sua volta espressa da un comitato formato, oltre che dai tre citati, anche da Gelsomino D’Ambrosio, Pino Grimaldi, Giancarlo Iliprandi, Giovanni Lussu, Alberto Marangoni, costituitosi in occasione della preassemblea nazionale AIAP ad Aosta il 24 giugno 1989.

Si tratta di un testo che per la sua contemporaneità ci aiuta ancora oggi a tracciare delle risposte in merito alla questione complessiva che ci stiamo ponendo. Innanzitutto la Carta riportava come sottotitolo “Tesi per un dibattito sul *progetto della comunicazione*”, quindi letteralmente sul *design della comunicazione*. Il sottotitolo, inoltre, attraverso il termine *tesi* sottolineava e rendeva immediata la formula aperta con la quale la Carta intendeva caratterizzarsi. Potremmo dire, un modo per interrogarsi su “quando fosse design della comunicazione” e per aprire una discussione interna all’area estendendo gli esiti in un dibattito pubblico dichiarato da uno sviluppo a tesi.

Nel preambolo, il testo della Carta inquadrava il *nuovo* campo della grafica. Ciò fu allora fatto con un taglio pragmatico, giocato sull’evidenza imposta dal nuovo paesaggio comunicativo. Un primo argomento – in quel momento storico – è la constatazione del sistema della comunicazione come elemento chiave della contemporaneità e, a trent’anni di distanza, non possiamo che ri-

conoscere la centralità e l'attualità di questo passaggio che ha visto nel tempo un profondo rafforzamento del ruolo della comunicazione progettata.

Ma, come si evince da uno dei primi passaggi testuali, anche la presa d'atto in termini critici della conseguente invasività dei fenomeni comunicativi e l'indicazione della funzione e della responsabilità che la progettualità deve assumere.

Come ricorda Baule, in un saggio pubblicato sul numero della rivista AIS Design nel 2015 dedicato a "I designer e la scrittura nel Novecento", «è il primo pronunciamento che anticipa i passaggi che fanno della Carta un atto di *design critico*».

La presenza trasversale della grafica individua una dimensione estesa capace di trainare una pratica professionale diffusa: si tratta di un'estensione quantitativa e qualitativa, per supporti diversi e diversi campi applicativi che supera le forme tradizionali della grafica gutenberghiana. (Baule 2015: 9)

E se la Carta qui interviene come primo tracciamento di una mappatura dei campi applicativi della grafica, attraverso una sua rilettura attuale ci dà anche altri elementi per rispondere alla domanda "quando è design della comunicazione".

La Carta infatti affermava, sebbene lo facesse impiegando ancora il termine *grafica*, al quale noi oggi possiamo sostituire *design della comunicazione*, quanto la grafica fosse ormai una presenza trasversale. Il punto 1. della Carta dichiara che è là dove la cultura si fa editoria, è là dove i sistemi di trasporto si stanno informatizzando, interviene nell'assetto multimediale della politica. È presente non solo nella divulgazione ma anche nella modellazione della scienza, è in azione là dove il prodotto industriale interagisce con l'utilizzazione, è nella grande distribuzione dove il consumatore incontra la merce, è nello sport, nell'immagine delle grandi manifestazioni come nella loro diffusione massmediali ecc.

La Carta si pone dunque l'obiettivo di delineare un inquadramento di un'area della progettazione che intendeva riconoscersi come autonoma, rilanciando un ruolo e una funzione vissuti con ritardo nello stesso ambito della cultura del progetto. Allo stesso tempo essa

si conferma come un *atto fondativo aperto*, un ponte tra una radicata tradizione e le aspettative della rivoluzione digitale; marca una soglia storica e allarga i confini di campo culturale e di competenza disciplinare, puntando al riconoscimento di una figura professionale di riferimento. (op. cit: 14)

Getta le basi di quello che è andato poi configurandosi come l'attuale *design della comunicazione*.

In modo particolare fissa, sul piano dei saperi, della pratica e delle applicazioni progettuali un'accezione più estesa di progetto grafico, in grado di aprirsi ai sistemi multimediali, al design delle interfacce, alle forme di transmedialità.

La risultante della Carta sembra allora essere soprattutto una sorta di dichiarazione in filigrana di un profilo di designer che estende il proprio ambito di intervento ben oltre il sistema degli artefatti della grafica tradizionale e inizia ad attrezzarsi per la fase alta della rivoluzione digitale; rimarca un profilo della professione del progetto strettamente legato a una cultura e a un'identità disciplinare, consapevole di un ruolo di responsabilità all'interno del nuovo paesaggio comunicativo.

Aprire un processo che, al di là di un dibattito strutturato, si attiverà successivamente nelle pratiche di programma come l'attuazione del primo sistema di formazione e di ricerca universitaria a rete nazionale dedicata al design della comunicazione. (*ibidem*)

È al Politecnico di Milano che nasce nel 1993 il primo corso di laurea in Disegno Industriale e, successivamente (nel 2003), in *Design della comunicazione*.

Ed è un anno dopo la pubblicazione della Carta che nell'assemblea nazionale straordinaria, l'Aiap (associazione nata nel 1945 come tecnici e Artisti Pubblicitari), associazione dei grafici, intendendo favorire e diffondere la valorizzazione e lo sviluppo della professione e della cultura del progetto grafico, adotta un nuovo statuto che, tra gli altri cambiamenti, influisce anche sulla denominazione: la sigla AIAP fu mantenuta e venne aggiornata la sua specifica che fu trasformata in *Associazione italiana Design della comunicazione visiva*.

Oggi, nell'era di Wikipedia (cons. 27 luglio 2019), ricercando la voce "design della comunicazione" leggiamo:

Il design della comunicazione (in inglese *communication design*) è la branca del design che va a coprire tutti quegli ambiti in cui l'ideazione dei contenuti discende in buona parte dalla loro comunicabilità visuale.

3. Quando è cultura del progetto

Queste trasformazioni di cui ho dato conto, e i loro esiti, ci portano ad affermare che il Design della comunicazione *si dà* quando genera artefatti, *si dà* attraverso i formati della comunicazione, attraverso il sistema artefattuale nel suo complesso, là dove assume in forma implicita o esplicita una strategia comunicativa.

Ma dobbiamo anche sottolineare come la relazione tra *artefatti comunicativi* e *design della comunicazione* non sia una relazione biunivoca. La "produzione" di artefatti comunicativi, e più precisamente di protesi comunicative – secondo la prospettiva di Anceschi – non necessariamente implica "l'appartenenza" al Design della comunicazione. Possiamo trovarci di fronte a un artefatto comunicativo, ma non essere di fronte alla risultante di un'attività esercitata nel campo del design. Possiamo infatti affermare che il design della comunicazione *si dà* attraverso gli artefatti, i formati della comunicazione, il sistema artefattuale... a patto che si operi all'interno della *cultura del progetto* e della sua dimensione sistemica: punto di intersezione di conoscenze storico-critiche, semiotiche, metodologiche, tecnico-produttive.

Un distinguo che si fa ancora più marcato nella contemporaneità in relazione all'espansione complessiva della produzione di azioni comunicative e di

artefatti che le sostanziano, alla disponibilità di strumenti diffusi che consentono a ciascun individuo di produrne, liberamente e indipendentemente da conoscenze disciplinari.

Ma soprattutto, proprio in relazione alle trasformazioni riferite alle tecnologie e agli apparati, come esplicita con grande chiarezza Giovanni Lussu – sempre nel suo saggio, pubblicato per argomentare la nozione di design della comunicazione –, vediamo come:

Insieme alla parallela trasformazione degli assetti sociali e produttivi (con la progressiva scomparsa della “bottega” artigianale, ormai inadeguata alle esigenze del mercato), la tecnologia elettronica sta modificando profondamente il ruolo sociale del *designer della comunicazione*. È in atto, infatti, una sostanziale ridefinizione delle mansioni associate, perché gran parte di quelle tradizionali, com'è giusto che sia, vengono sempre più svolte da operatori di vario tipo che posseggono spesso solo una conoscenza di base nella gestione di un computer. Sono ormai disponibili software di facile acquisizione che assicurano uno standard qualitativo medio per la realizzazione di artefatti di uso corrente: pieghevoli promozionali, cataloghi commerciali, bollettini aziendali, siti web, prodotti di piccola editoria e così via vengono ormai prodotti da personale non specializzato.

[...] Il computer non fa che moltiplicare questa tendenza, non solo del tutto legittima ma senz'altro auspicabile: è evidente che, nel caso ne abbia la possibilità e gli strumenti, chi ha un'esigenza di comunicazione può ormai risolverla in modo appropriato ed economico. [...] Per quel che riguarda la realizzazione di artefatti comunicativi, il computer consente di gestire in proprio, fino all'utilizzazione di una stampante da ufficio, processi che in precedenza erano delegati, a pagamento, alla competenza di personale tecnico specializzato che ora rischia di apparire parassitario. (Lussu 2010)

Quella trattata da Lussu rappresenta una delle questioni “calde” che ricorrono al centro di riflessioni e dibattiti nel campo del progetto. Ricordo l'intervento di Beppe Chia, socio Aiap professionista quando, in una sua relazione presso l'università la Sapienza di Roma nel 2008 – *Guardare, vedere, progettare: educare* –, sottolineava l'urgenza di una riflessione sulla figura del progettista (del designer della comunicazione) in connessione a questi aspetti di *semplificazione e standardizzazione* dei dispositivi produttivi destinati a utenti generici, non “addetti ai lavori”, ritenendo che molte delle funzioni e competenze del progettista fossero destinate a essere assunte direttamente dai software.

Ma se da un lato nella nostra civiltà i *prodotti artefattuali* della comunicazione sono divenuti così inconsapevolmente praticati con scopi differenti – basti pensare a quanto è avvenuto per esempio con la fotografia che, come osserva Zoja (2018: 11), «è di tutti sia nel senso che ognuno può vederne infinite, sia perché, prima con la diffusione degli apparecchi facili ed economici, poi con gli smartphone, scattarle è diventata un'abitudine quotidiana e universale» –, dall'altro, il compito del *designer della comunicazione* si pone su un piano differente, sia per ciò che riguarda gli obiettivi e i compiti progettuali, sia per ciò che ha a che fare con la responsabilità. E, anche in questo caso,

alcune risposte possiamo rintracciarle nella Carta del Progetto Grafico, in cui erano già contenute, e più precisamente al punto 6.

Nei confronti dell'inquinamento prodotto da una comunicatività pletorica e da una complementare indifferenza per la cultura dell'immagine (risultato di una forma dell'industrializzazione dei processi comunicativi, dove l'industria massmediale e informazionale, prigioniera della ideologia dell'orientamento al mercato, produce vulcanicamente informazione), noi sottolineiamo le nuove responsabilità del progettista grafico [*del designer della comunicazione*]. Difendiamo il progetto della qualità nel campo della comunicazione visiva. Rivendichiamo nostre le responsabilità nei confronti dell'utenza. Competenza questa che è peraltro ciò che ci viene richiesta dalla committenza più avanzata. Noi dichiariamo pertanto il punto di vista dell'utenza fondamento costante del nostro operare.

Poniamo, inoltre, il massimo dell'attenzione, oltre che al risultato finale della comunicazione, anche a una presenza dei momenti strutturali e organizzativi della macchina della comunicazione... (Carta del Progetto Grafico 1989)

È interessante richiamare, in connessione con quanto appena affermato, ciò che veniva sostenuto da Di Salvatore nella documentazione prodotta per introdurre la propria proposta formativa nel campo del design.

Di Salvatore tra la fine degli anni Settanta e l'inizio degli anni Ottanta scriveva:

Il compito fondamentale del designer è quello di “umanizzare” il rapporto uomo-tecnica, proiettandolo e risolvendolo nel contesto culturale e sociale. L'ambito nel quale opera è costituito dalla tecnica (ideazione, necessità, mercato), dall'ergonomia (rapporto tra l'uomo e l'oggetto o la macchina; fattori della percezione per la comunicazione visiva), dalla società (sociologia, etica), dalla cultura (l'ambiente, la civiltà) e dalla proiezione nel futuro del design. È evidente che il primo requisito dei designer è l'alta coscienza professionale. (Di Salvatore 1981)

Ossia il design della comunicazione deve essere considerato, così come teorizzato da Victor Papanek (1983), uno strumento di trasformazione che deve accogliere punti di vista sociali ed etici, non necessariamente per le aree tematiche in cui si cala, ma attraverso la consapevolezza che il designer deve possedere in merito alle conseguenze sul piano trasformativo che il proprio agito implica.

Possiamo pertanto affermare che è design della comunicazione:

- dove vi è consapevolezza del processo e del suo governo, quindi quando si agisce con la consapevolezza di un metodo calato nella cultura progettuale;
- quando si è di fronte una scala elevata di complessità della comunicazione;
- laddove è implicata la nozione di sistema: da singoli artefatti a sistema;
- quando attraverso la progettazione parametrica si progettano i “comportamenti” e le configurazioni grafiche dei contenuti della comunicazione;
- quando l'azione progettuale è tesa a definire processi generativi (come nel caso delle identità generative) e i loro principi.

Così come la Carta recitava:

Consideriamo tra i nostri compiti principali quello di agire dentro ai sistemi che producono standard (dal design di caratteri ai progetti di simbologie segnaletiche, dai programmi di immagine coordinata alle strategie di comunicazione, dai software grafici a tutte quelle elaborazioni che serviranno in seconda istanza per produrre risultati finali). (Carta del Progetto Grafico 1989)

Oggi diciamo ancor più che *è design della comunicazione* all'interno di un campo in cui trova corpo la fusione fra diversi linguaggi, la graduale dissoluzione di codici comunicativi monolitici, in cui la cross-disciplinarietà tra saperi e culture, la convergenza tra produttori e consumatori, la confluenza di supporti e tecnologie in nuove piattaforme ibride, sono forme e dimensioni consolidate; ossia dove la competenza progettuale propria del designer della comunicazione è necessaria nella sua forma più elevata per affrontare e razionalizzare la dimensione emergente della trasformazione dei media e dei loro contenuti.

Quindi nulla a che vedere con quella “spinta corporativa di autoperpetuazione” che stava alla base delle critiche mosse da Giovanni Lussu quando accusava il settore di difesa corporativa, bensì la consapevolezza che la condizione per la crescita della cultura disciplinare pone al centro il governo dei processi, le pratiche traduttive, il ruolo registico del designer della comunicazione in relazione ai sistemi artefattuali che rendono attuabili le azioni comunicative.

Bibliografia

Anceschi, Giovanni

1981 *Monogrammi e figure*, Firenze, La casa Usher (seconda edizione riveduta e ampliata 1988).

Anceschi, Giovanni

1991 “Grafica, visual design, comunicazioni visive”, in Castelnovo E. (ed.). *Storia del disegno industriale. 1919-1990, il dominio del design*, Milano, Electa.

Baule, Giovanni

2015 *La Carta del Progetto grafico venticinque anni dopo. Una rilettura*, “AIS/Design. Storia e ricerche”, 6, 2015.

D'Ambrosio, Gelsomino; Grimaldi, Pino; Lenza, Cettina

1985 *Sulla definizione di Grafica*, “Grafica”, 1, 1985, pp. 7-14.

De Fusco, Renato

1985 *Storia del design*, Bari, Laterza.

2008 *Parodie del design*, Torino, Allemandi.

Di Salvarore, Nino

1981 Scuola Politecnica di Design (catalogo della scuola).

Lussu, Giovanni

2010 “Design della comunicazione”, *Enciclopedia Treccani*, <http://www.treccani.it/enciclopedia/design-della-comunicazione_%28XXI-Secolo%29/>.

Maldonado, Tomás

1976 *Disegno industriale: un riesame*, Milano, Feltrinelli.

Margolin, Victor

2002 *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*, Chicago, The University of Chicago Press.

Papanek, Victor

1983 *Design for Human Scale*, New York, Van Nostrand Reinhold.

Trabucco, Francesco

2015 *Design*, Torino, Bollati Boringhieri.

Vitta, Maurizio

1999 *Il sistema delle immagini*, Napoli, Liguori.

Zoja, Luigi

2018 *Vedere il vero e il falso*, Torino, Einaudi.

Carta del progetto grafico

1989 Pubblicata su *LineaGrafica*, 1 (gennaio), 1990.

Valeria Bucchetti è Professore ordinario di Disegno industriale presso il Dipartimento di Design (Politecnico di Milano); docente di Design della comunicazione nel Corso di laurea in Design della comunicazione, del quale è coordinatrice, e di Design della comunicazione e Culture di genere nei corsi di laurea Magistrale della Scuola del Design. Visual designer, laureata in DAMS (Università degli Studi di Bologna), dottore di ricerca in Disegno industriale. È stata socia AIAP (Associazione Italiana design della comunicazione visiva) dal 1989 al 2017; è stata membro dell'osservatorio dell'ADI Design Index; è membro del Collegio di Dottorato in Design e del comitato di redazione della collana di Design della comunicazione (FrancoAngeli). La sua attività di ricerca è orientata in particolare negli ambiti dell'identità visiva e dell'identità di prodotto, dell'identità di genere e degli stereotipi comunicativi, e più in generale ai sistemi di comunicazione visuali. Ha vinto il premio Compasso d'Oro (1995) come co-autore del catalogo multimediale per il Museo Poldi Pezzoli.

È autrice, fra l'altro, dei volumi *La messa in scena del prodotto. Packaging: identità e consumo* (2002) e *Packaging design. Storia, linguaggi, progetto* (2005). È curatrice di *Altre figure. Intorno alle figure di argomentazione* (2011); *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere* (2012); *Design e dimensione di genere. Un campo di ricerca e riflessione tra culture del progetto e culture di genere* (2015); *Un'interfaccia per il welfare. Le funzioni sociali del design della comunicazione* (2017); *Progetto e culture visive. Elementi per il design della comunicazione* (2018).

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

Soglie e ideologia del progetto

Daniele Barbieri

Accademia di Belle Arti di Bologna, IT

db@danielebarbieri.it

Abstract

No idea of design exists before William Morris, in the second half of the nineteenth century, came to develop it and put it into practice. Before the Industrial Revolution there were arts and crafts, and certainly there were also designing activities (architects, for example, have been doing it for a long time), but the project in a modern sense, the *design*, was born from the idea that so-ciety itself can be changed, and predictably, through a project. In his action, Morris designs not only an object, but an activity of social relevance through an object. Before him, objects belonged to the material culture of the time, and were part of it in a traditional way: if they came to trans-form it, it was not an expected consequence.

What should be considered an object is a complex question, however much it can have to be extended to virtual and intangible objects. In any case, a book is an object, even if we make refer-ence only to its verbal or visual content. But a theater play, is it? One of the thresholds that decide when the projectual operation that produces it is design or not, depends on the decision on what is and what is not an object.

Another threshold is more strictly pertinent to the precision with which the social conse-quences of one's action are designed. From this point of view, the domain of art is, for example, completely foreign to that of design, even though there may be objects that fall under both.

Keywords

Design; Semiotics; Object; Project; Ideology.

Accettiamo sensatamente che si attribuisca a William Morris l'invenzione dell'idea di design. Disgustato dalla scarsa qualità estetica degli oggetti prodotti in grande quantità e a basso costo dall'industria, Morris avrebbe sostenuto e diffuso l'idea che la produzione industriale non doveva necessariamente pagare i vantaggi di cui godevano per la prima volta nella storia i suoi prodotti, con una bruttezza che avrebbe imbarbarito inevitabilmente la qualità degli ambienti destinati a ospitarli, e di conseguenza anche la vita quotidiana dei loro utenti. Dimostrò che non era affatto impossibile produrre industrialmente degli oggetti di buona qualità estetica, perché la bellezza degli oggetti influiva sulla qualità della vita dei loro utenti, e se era possibile produrli a prezzi contenuti il miglioramento avrebbe potuto riguardare fasce di popolazione molto ampie, e quindi la società nel suo complesso.

L'idea di design nasce insomma insieme all'idea di progetto sociale. Non è certo un caso che siano, quelli, gli stessi anni in cui altre idee di trasformazione razionale della società, basata su un progetto, si stavano facendo avanti, prima tra tutte il marxismo. Pur senza il radicalismo del progetto di Marx, quello di Morris apparteneva alla stessa categoria: era infatti incentrato sul mostrare come fosse possibile progettare, razionalmente, un diverso e migliore modo di vivere.

È questo che distingue, sostanzialmente, il *design* dal *progetto* che già esisteva nella tradizione, in particolare quello architettonico. Prima di Morris l'invenzione di un oggetto nuovo non era argomento di una disciplina specifica, e non richiedeva teorizzazioni ideologiche. Poteva accadere, certo, che il progetto non riguardasse solo un oggetto materiale, ma anche una trasformazione sociale legata alla presenza di quell'oggetto: la costruzione delle cattedrali, in Europa, è sempre stato qualcosa di questo genere. In particolare, se vogliamo passare dall'azione corale e condivisa (anche quando al suo centro stava comunque un architetto di genio) che caratterizzava la costruzione delle cattedrali gotiche, a qualcosa di più modernamente progettato secondo un criterio sufficientemente esplicito e chiaro, il caso del Cupolone di Santa Maria del Fiore a Firenze può essere visto come esemplare. Progetto razionale architettonico quello di Ser Pippo, ma – ancora più interessante – progetto razionale politico quello di Giovanni de' Medici che, finanziando quest'opera ai limiti delle possibilità umane, ridava entusiasmo e coesione alla comunità fiorentina, ponendo inoltre solidissime basi al futuro potere della città sulla Toscana e della propria famiglia nella città stessa.

Ma né il Medici né Brunelleschi avevano in mente un processo globale, né alcuna utopia di riferimento. La pretesa di origine illuminista e positivista di poter controllare razionalmente il mondo sociale e la sua trasformazione ha la sua origine e il suo sviluppo nel corso dell'Ottocento. Nel Novecento arriva in diversi luoghi del mondo a gestire la politica di grandi paesi al massimo livello, con conseguenze più volte tragiche: se si ritiene che il benessere collettivo possa essere raggiunto attraverso la realizzazione di un'idea (sia essa il comunismo, la purezza della razza o anche solo l'omogeneità etnica di una nazione), qualsiasi strage viene giustificata dal progetto razionale. Non è in gioco nessuno scatenamento irrazionale, ma solo il perseguimento coerente

di un progetto sociale, nello sterminio sovietico per carestie programmate dei Kulaki, in quello nazista degli Ebrei o in quello turco degli Armeni. Il sogno della ragione può generare mostri, assai più del suo sonno (e che la parola spagnola *sueño* possa essere tradotta in ambedue i modi getta una luce diversa sul senso di quell'acquaforte di Goya – il medesimo pittore che dipingeva anche i fucilati spagnoli dagli invasori francesi, che morivano gridando “Abbasso la ragione!”).

Ben difficilmente il design come normalmente lo intendiamo potrà arrivare a conseguenze come queste, nemmeno quando lo chiamiamo *social design*, rendendo esplicita una vocazione di trasformazione sociale su base ideale, anziché una di conservazione o di trasformazione su base commerciale. Benché il designer si debba porre il problema di quale tipo di società venga favorita dal proprio progetto, sarà in tutti i casi consapevole che la portata della propria azione rimane molto più limitata. Tuttavia, fatta salva questa differenza di formato, la questione di fondo rimane comune, e le conseguenze sociali del proprio progetto ne fanno a tutti gli effetti parte, almeno nella misura in cui possono essere previste.

Il *Sein und Zeit*, Martin Heidegger (1927) individua nel progettare (*entwerfen*) il nocciolo della nostra condizione esistenziale, e nell'essere gettati (*Geworfenheit*) la sua natura. In tedesco le due espressioni sono ancora più legate etimologicamente tra loro di quanto lo siano in italiano: il progetto è l'inevitabile risposta all'essere gettati nel mondo (un *pro-ietto* che si contrappone a un *de-ietto*). Certo, l'idea di design si ritrova a sua volta promossa da questa posizione, ma c'è in essa qualcosa di più che nell'*entwerfen* heideggeriano, il quale consiste sostanzialmente in una prospettiva dell'azione umana, volta al futuro. Per questo è necessario distinguere il più precisamente possibile il campo specifico del design da quello di altre forme di progetto, individuando delle soglie, che separino *quando è design* da quando non lo è.

Per esempio, la natura di progetto razionale del design lo distingue in linea di principio dall'arte: in linea di massima, quando è design non è arte, e viceversa. Non lo era nemmeno nel passato, quando quel fenomeno sostanzialmente rituale che è l'arte celebrava i miti del proprio presente – e, da questo punto di vista, pure il Cupolone è una celebrazione rituale. Progetto razionale quello di ser Pippo, progetto razionale quello di Giovanni de Medici, ma per giungere a una celebrazione rituale della città e dei suoi cittadini. Valutando quell'operazione oggi, ci terremmo probabilmente a sottolineare le componenti civiche (e quindi sociali) del progetto di entrambi; ma prima che Morris ci inducesse a pensare in questo modo, la componente estetica, e quindi rituale, celebrativa, avrebbe riempito senza remore le nostre considerazioni.

Nell'epoca in cui il design è nato davvero, la differenza tra arte e design si è indubbiamente polarizzata. Con la complicità (già preromantica) delle poetiche del sublime, l'arte si è tendenzialmente allontanata da una dimensione mitica di carattere sociale (non senza remore, e produttivi riavvicinamenti). In fin dei conti, il massimo valore che l'arte può celebrare da fine Ottocento in poi (l'epoca in cui la trasformazione è effettivamente arrivata al suo compimento) è il dubbio razionale, la messa in discussione o in crisi. Se il progetto del desi-

gn è un progetto in positivo (si progetta una forma di vita a venire, un dettaglio sociale da realizzare o perfezionare), quello dell'arte è invece un progetto in negativo (si progetta la messa in discussione di una forma di vita, il dubbio, magari produttivo). Che il dubbio possa rivelarsi produttivo spiega perché i confini tra design e arte non siano affatto netti, e rimanga possibile un'ampia zona di sovrapposizione. Resta il fatto che i reciproci ambiti sono comunque differenti: all'arte, per esempio, non si richiede affatto di preoccuparsi delle proprie conseguenze; al design invece certamente sì.

Non è design, d'altra parte, nemmeno quando il progetto non c'è, cioè quando si arriva per caso, o per ispirazione del momento all'oggetto, al risultato anche brillante. Non è design, insomma, l'improvvisazione, una pratica che può invece essere anche cruciale per l'arte. Questo non vuol dire che un designer non possa avere una brillante e improvvisa intuizione sulla fattura di un oggetto: vuol dire semmai che l'intuizione di un momento deve poi essere valutata e soppesata sulla base delle sue possibili conseguenze. Solo in questo senso sarà progetto razionale. Alle indimenticabili improvvisazioni jazzistiche di John Coltrane non avrebbe nessun senso fare la medesima richiesta.

Meno basilare mi sembra la presenza o assenza dell'oggetto materiale. Parliamo più facilmente di design quando il prodotto è un oggetto, mentre parlare del design di una performance teatrale, o di una manifestazione politica ci sembra più una metafora che un uso legittimo. Ma qui credo che giochi la componente *disegno* del termine *design*. Se parlassimo del progetto razionale di una manifestazione politica, credo che nessuno avrebbe da ridire. Anche l'uso di *disegno* nel senso di *progetto*, per quanto accettato e assunto dai dizionari come letterale, ci suona vagamente metaforico.

Non si può trascurare il fatto che una parte consistente del design riguarda oggetti che sono comunque oggetti cognitivi: il *graphic design* o *design della comunicazione* produce oggetti che sono testi. Da questo punto di vista, la scrittura di testi è un atto di design (implicito, ma forse non tanto quanto quello del design propriamente detto) molto antico, perché un testo è comunque il prodotto di un progetto razionale che mira a dare una certa forma al mondo (confermandolo come è o cercando di cambiarlo, come anche da Platone in poi). Un testo è uno strumento, proprio come un cacciavite.

Qualcuno obietterà magari che un cacciavite produce alterazioni *pratiche* del mondo (viti avvitate) mentre un libro produce alterazioni *cognitive* (menti consapevoli). Ma è davvero pertinente questa distinzione? Non testimonierà piuttosto un forte debito nei confronti dell'opposizione cartesiana tra *res extensa* e *res cogitans*, magari nella forma rimodernata di *mondo vs mente*? E anche volendo restare nei termini tradizionali, se un prodotto di design deve trasformare (per quanto magari in minima misura) come potrebbe non produrre anche alterazioni cognitive?

In una prospettiva un po' da ecologia della mente¹, potremmo provare a considerare in generale *il vivente* come qualcosa che, prima di tutto, mira a ridurre la complessità del mondo circostante. Un essere vivente primitivo ed elementare, ancora senza organi di movimento e senza sensi, viene attraversa-

1 Cioè quella che si trova impostata in Bateson (1972).

to da quello che lo circonda, trattenendo ciò che gli è utile trattenere. Eppure già questa scelta di base è un proto-senso, qualcosa che categorizza il mondo secondo almeno due aree distinte: ciò che è assimilabile e ciò che non lo è. Se questa scelta venisse fatta da organi sensibili esterni, si eviterebbero molte delle sgradevoli conseguenze dell'essere attraversati, per esempio, da un veleno. Se l'organismo possedesse anche organi di movimento, essi lo porterebbero tendenzialmente verso ciò che è assimilabile, allontanandolo tendenzialmente da ciò che è pericoloso. Ogni espansione di sensibilità categorizza più finemente il mondo. Ogni espansione di attività favorisce ulteriori espansioni di sensibilità.

A un livello di complessità molto maggiore, scegliersi o, ancor di più, costruirsi una tana riduce fortemente la complessità del mondo, ora facilmente categorizzabile sulla base dell'opposizione *tana vs non-tana*, ovvero luogo del riposo e della sicurezza, contrapposto al luogo dell'azione (anche nutritiva) e del pericolo. La tana dell'animale è forse il proto-strumento, la prima modificazione dell'ambiente che ne permette una qualche forma di controllo, e quindi di semplificazione, di riduzione della complessità.

Nella misura in cui lo strumento divide il mondo in quello su cui esso stesso può operare e quello che no, ecco che lo strumento ci fornisce una prospettiva che è al tempo stesso operativa e cognitiva: la riduzione di complessità farà sì che io possa operare con maggiore sicurezza, e lo strumento ne sarà il tramite. Nel momento in cui nasce il segno simbolico, esso si rivela uno strumento molto potente: poter fare riferimento a qualcosa che non è presente (non solo cose, ma anche un'azione futura) comporta una facilità di azione combinata tra gli eventuali diversi attori in gioco, ma comporta anche la possibilità di una memorizzazione non soltanto operativa. Per un vivente che abbia una memoria esclusivamente operativa (sappia cioè imparare a fare, ma niente più) l'insieme delle condizioni esterne (naturali o costruite che siano) è fondamentale. Ma una memoria simbolica è in grado di costruire comunicativamente dei sostituti del mondo che lo sono in misura sufficiente perché si possa parlare di *progetto* nel senso ampio di Heidegger.

La parola è dunque uno strumento operativo cruciale, ancora prima che comunicativo. Il mito omerico dà forma alla società greca antica, diffondendone e rinsaldandone le basi sociali e culturali, dando un fondamento alle gerarchie, ai costumi e persino ai dettagli tecnici nella costruzione delle navi. Non è certo un progetto razionale, e non è certo design in questo senso. Ma quando Platone, qualche secolo dopo, in un contesto assai più direttamente e maturamente *politico*, descrive per iscritto la propria Repubblica, la sua scrittura è comunque un tentativo razionale (operativamente fallimentare alla breve, ma fertilissimo alla lunga) di trasformare il mondo per mezzo di sequenze organizzate di parole. In questo senso, potremmo considerare l'operazione platonica come l'antenato diretto dell'invenzione di Morris.

Il progetto razionale mira a controllare il mondo, riducendone la complessità, come fa peraltro qualsiasi strumento. In questo senso, un cacciavite è uno strumento esattamente come una teoria contenuta in un libro. Evidentemente il livello di complessità intrinseca a questi diversi strumenti è molto diver-

so, come è diverso l'impatto trasformativo implicito nel progetto. Le parole sono strumenti che servono per costruire altri strumenti (tra cui parole stesse) che servono per costruire altri strumenti, con un impatto culturale-sociale potenzialmente significativo; e quando dico "parole" non mi riferisco solo alle sequenze fonetiche o grafiche, ma a tutto il complesso di regole che tiene insieme il linguaggio verbale. Il cacciavite non è adatto né a costruire altri cacciaviti, né ad articolarsi troppo con i propri parenti strumentali. D'altra parte, nessuna sequenza di parole sarà mai in grado di avvitare una vite – anche se potrà avviare un processo a cui prenda parte un cacciavite che avviterà una vite. Il *design* di Morris possiede implicitamente un carattere più vicino, in questi termini, a quello del libro piuttosto che a quello del cacciavite.

Jean-Marie Floch ci proponeva² qualche anno fa di analizzare il suo coltellino Opinel come un soggetto manipolato, cui si *fa fare* questo e quello. Cosa succederebbe se trattassimo in questo modo anche un testo verbale? Quali sono le *affordances* della *Critica della Ragion Pura*, che ci permettono di farla operare in qualche modo nel nostro discorso? Quali sono le viti che quel tipo di cacciavite è in grado di avvitare? Io non dubito affatto che i classici strumenti (!) narratologici della semiotica generativa³ ci possano essere di grande utilità in questo senso, ma qui è proprio il senso di *interpretazione* che cambia: trattare un testo verbale come uno strumento significa interpretarlo nei termini della sua operatività. Il suo significato, alla Wittgenstein,⁴ starebbe in ciò che fa, o che può fare. Ridurlo alle opposizioni semiche fondamentali vorrebbe dire individuare quali ne siano le componenti massimamente operative, e come possano agire sul mondo. E in questo modo, magari, intuire anche come si possano costruire strumenti verbali con caratteristiche simili per ottenere efficacie simili, o anche superiori. La semiotica è inevitabilmente una teoria delle teorie, apoteosi delle possibilità intrinseche stesse dello strumento segnico e in particolare linguistico.

Ora, proviamo a valutare, data una vite, come essa venga interpretata diversamente per mezzo di un cacciavite, di un martello o di un cucchiaino, tre strumenti che ne valorizzano tre insiemi di proprietà diversi, e che rendono strumenti diversi la medesima vite: qualcosa che può essere fatta penetrare nel legno per avvitamento, qualcosa che può essere fatta penetrare nel legno per percussione violenta e ripetuta, qualcosa che può essere raccolto e sollevato. Guardare il nostro rapporto con il mondo per mezzo della *Critica della Ragion Pura*, della *Fenomenologia dello Spirito* o della *Gaia Scienza* cambia ampiamente il modo di vedere strumentalmente noi stessi. Che cosa succede se lo strumento è *Edipo re*? O se è *Ossi di seppia*?

Anche se il progetto razionale esiste certamente da Platone in poi, solo in ambito filosofico è stato teorizzato, e nemmeno troppo accuratamente. Il precetto marxiano secondo il quale sarebbe ora che i filosofi smettano di limitar-

2 Per esempio, in Floch (1995).

3 Il riferimento è ovviamente Greimas (1983), con tutta la letteratura che ne segue.

4 Il Wittgenstein del 1953, evidentemente.

si a interpretare il mondo, cercando piuttosto di trasformarlo (magari, certo, sulla base di quella stessa interpretazione) si ritrova nell'invenzione morrissiana del design. Gli oggetti, forse per la prima volta nella storia, vengono eletti a operatori razionali di trasformazione, sul modello della parola. È design quando si agisce in questo modo, all'interno di un'ideologia del design che ha segnato gli ultimi due secoli insieme ad altre ideologie, non sempre ugualmente proficue.

Bibliografia

Bateson, Gregory

1972 *Steps to an Ecology of Mind*, Chandler P.C. (tr.it. *Verso un'ecologia della mente*, Milano, Adelphi, 1976).

Greimas, Algirdas Julien

1983 *Du sens II. Essais sémiotiques*, Paris, Seuil (tr. it. *Del senso II. Narrativa, modalità, passioni*, Milano, Bompiani, 1985).

Heidegger, Martin

1927 *Sein und Zeit*, Tübingen, Max Niemayer Verlag (tr. it. *Essere e tempo*, Milano, Longanesi, 1976).

Floch, Jean-Marie

1995 "Il fondamento antropologico del *design*. Il caso del coltellino Opinel", in Pozzato, Maria Pia (a cura di), *Estetica e vita quotidiana*, Milano, Lupetti.

Wittgenstein, Ludwig

1953 *Philosophische Untersuchungen*, Oxford, Basil Blackwell (tr. it. *Ricerche filosofiche*, Torino, Einaudi, 1974).

Daniele Barbieri semiologo, si occupa di comunicazione visiva, ma anche di poesia e di musica. Insegna presso l'Accademia di Belle Arti di Bologna, l'ISIA di Urbino, l'Università di San Marino.

Tra i libri pubblicati: *I linguaggi del fumetto* (Bompiani 1991), *Questioni di ritmo* (ERI-RAI 1996), *Nel corso del testo. Una teoria della tensione e del ritmo* (Bompiani 2004), *Breve storia della letteratura a fumetti* (Carocci 2009), *Guardare e leggere. La comunicazione visiva dalla pittura alla tipografia* (Carocci 2011), *Il linguaggio della poesia* (Bompiani 2011), *Semiotica del fumetto* (Carocci 2017), *Letteratura a fumetti? Le impreviste avventure del racconto* (ComicOut 2019), *Testo e processo. Pratica di analisi e teoria di una semiotica processuale* (Esculapio 2020).

On line: <<http://www.guardareleggere.net>>.

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

Design social**Éléments constitutifs d'un projet sur le maintien
à domicile des personnes âgées et en situation
de handicap***Marine Royer*

PROJEKT (EA 7447) Université de Nîmes, FR

Abstract

Social design, as an expanding business line, covers a variety of approaches, methods and actors. This article attempts to develop the conditions and stages of its deployment, by listing the necessary elements for its elaboration on the one hand and by considering more precisely both ends and means on the other hand. These contextual elements useful for its production are exemplified by a project on home care for the elderly and disabled, called the Resource of Autonomy.

Keywords

Social design; Participation; Methodology; Elderly; Home.

Contents

- 0. Introduction
- 1. Éléments contextuels
- 2. Éléments méthodologiques
- 3. Conclusion
- Bibliographie

o. Introduction

Le mot « design » a la particularité de ne pas avoir de traduction en français. Dans son acception anglaise, *design* signifie conception. Il s'accompagne ainsi toujours d'un autre terme qui le caractérise : *product design*, *space design*, *service design*, *urban design*, *graphic design*, *fashion design*. S'il signifie d'abord le fait de concevoir, « Design » tout court a donc fondamentalement une signification très floue, et renvoie à une large interprétation. Alors que le mot design résiste à toute définition, il semble que ses liens avec des thématiques sociales ne soient pas évidents, en raison notamment de deux arguments aussi recevables qu'opposés. D'un côté, la spécification du terme « social » serait inutile puisque le design serait nécessairement social dans la mesure où il a pour mission d'améliorer le quotidien de tous en créant des produits ou des services. L'emploi de ce terme serait au mieux tautologique. De l'autre côté, si l'on considère que le « social » est ce que le design peut concevoir (au même titre que le design produit conçoit des « produits »), cela devient problématique, voire absurde, puisque la création de communs ne peut incomber à un designer, qui construirait et contrôlerait de l'extérieur les conditions du vivre-ensemble (Duhem 2018). Alors, de quoi le « design social » serait-il le nom ?¹

S'il s'inscrit dans une pensée critique *du* et *dans* le design qui trouve ses racines dans les ouvrages de Buckminster Fuller (2009 ; 2012), Victor Papanek (1971), ou plus récemment Ezio Manzini (2014), cette question reste accrue car l'on parle de design social pour définir une constellation de pratiques hétérogènes qui fleurissent depuis quelques années en France et un peu partout dans le monde. Afin d'introduire les premiers éléments de compréhension, il convient dans un premier temps de faire deux pas de côté.

Tout d'abord, il est nécessaire de commencer par le lien qui existe entre design et service. Le design de service a émergé au passage d'une société manufacturière à une économie basée sur l'information et les services. Cette approche se fonde sur l'idée que tout design doit être centré sur la relation entre les êtres humains. Elle réside dans l'étude de la fonctionnalité et la forme de certains services en se plaçant du point de vue des clients et des fournisseurs, avec comme objectifs de s'assurer que les interfaces des services soient utiles, fonctionnelles et attrayantes pour tous. Le designer de service met en oeuvre un ensemble de méthodologies lui permettant de comprendre le contexte, les personnes, de positionner le projet et d'en explorer les concepts, de sélectionner les solutions appropriées, puis de les mettre en oeuvre². Si le design de service est une adaptation du design à l'ère servicielle et des activités tertiaires et qu'il mobilise des méthodologies relativement proches du design

1 Pour paraphraser la troublante interrogation « de quoi le design serait-il le nom ? » de Pierre-Damien Huyghe (2014) faisant l'écho du paradoxe existant entre la forte médiatisation du design et la dissolution concomitante de sa définition.

2 Voir à ce sujet, la définition détaillée proposée par le Service Design Network (SDN), réseau du design de services : <<https://www.service-design-network.org/>>.

social, il ne s'intéresse pas directement à la responsabilité ou à l'éthique des projets. C'est ici le deuxième pas qui doit être fait pour comprendre cette association.

Face à l'urgence qui existe aujourd'hui de penser et de construire les conditions du vivre-ensemble, le design peut être un véritable catalyseur pour repenser les usages, rendre accessibles et permettre des communs (Thackara 2006). À ce titre, il peut être considéré comme un vecteur de transformation sociale, écologique et culturelle. On parle ici de design social ayant pour finalité l'intérêt général. Les dispositifs mis en place par ses designers permettent aux personnes de prendre part à la fabrication de la société et de leur environnement direct. En ce sens, ce sont des espaces critiques concrets (Maldonado 1972) où le designer doit permettre de repenser la transformation des espaces et des services eux-mêmes et les usages afférents. Le mot « social » doit cependant être appréhendé dans son acception anglaise, comme relatif à ce qui fait société et non aux pratiques dirigées exclusivement vers les personnes précaires.

Si le design social recouvre une pluralité de démarches, de méthodes et d'acteurs, il constitue cependant un secteur d'activité en pleine expansion. Le département du Gard en France peut se prévaloir de participer au développement de ce secteur depuis plusieurs années, mais également d'avoir intégré, depuis 2016, deux designers dits « sociaux » au sein du Conseil départemental. La création en 2011 du Master Design Innovation Société et en 2016, du laboratoire PROJEKT (EA 7447) à l'Université de Nîmes s'inscrit dans cette perspective. À l'échelle nationale, et internationale, on dénombre aussi une multitude de projets revendiquant le design social comme cadres pratique, méthodologique et éthique. En tant qu'acteurs de ce secteur, nous sommes souvent sollicités par des acteurs publics qui souhaitent mobiliser ses compétences, mais qui ont une vision assez confuse, souvent partielle, de ce que ses projets impliquent. Cet article présente brièvement les conditions et les étapes d'une recherche portée par le design social. Il s'agit d'une part, d'énumérer les éléments nécessaires à son élaboration et d'autre part, d'éviter les écueils courants, en revenant concrètement sur les fins comme sur les moyens. Nous proposons ici d'apporter des éléments de contexte utiles à sa fabrication en relatant précisément ce qui a pu (ou non) être fait lors d'une recherche-projet³ (Findeli et Coste 2007) intitulée la Ressource de l'autonomie⁴ donnée comme exemple.

3 PROJEKT développe des programmes de recherche-projet en design. Par « projet », on entend la conception – le design – d'un service, d'un espace, d'un dispositif et par « recherche-projet », on entend une conduite de projets de recherche s'appuyant sur ses projets de design. Il s'agit d'une recherche-action par le design qui poursuit deux objectifs : d'une part, faire progresser la connaissance dans le domaine du design et du design social ; d'autre part, transformer les réalités sociales par des projets de design.

4 Site internet : <<http://ressource-autonomie.fr/>>.

1. Éléments contextuels

La première partie de cet article revient sur les éléments contextuels qui ont été nécessaires à la conduite de la Ressource de l'autonomie, en tant que projet en design social. Loin d'être exhaustifs, ces éléments permettent, *a minima*, de façonner l'ambition du projet, de le structurer autour de partenaires adéquats et d'en stabiliser les objectifs afin qu'il puisse aboutir à moyen terme à la conception de solutions ou de préconisations, et à long terme à une vision collective entre les différents partenaires.

1.1 Un enjeu sociétal majeur

Répondre à des besoins sociaux est le point d'entrée du design social. Ainsi, il souhaite avoir un impact et propose selon son sujet une réponse à un nouveau besoin social ou une nouvelle réponse à un besoin social non ou mal satisfait dans les conditions actuelles par l'état (et les collectivités territoriales) ou par le marché. Il a également une ambition de transformation de l'économie et de la société – à l'échelle de l'activité ou du service – en lien direct avec l'aspiration sociale des parties prenantes (en cela il constitue une opportunité d'expérimentation de l'innovation sociale telle que définie par le CRESS PACA 2015). Si cela peut sembler *aller de soi*, la motivation première des designers devant répondre à des besoins réels fait l'objet, depuis longtemps déjà, de débats.⁵

Le point de départ de la Ressource de l'autonomie est l'allongement de la durée de vie qui constitue une évolution majeure de la société pour les décennies à venir. Elle devrait notamment se traduire par une forte augmentation du nombre des plus âgés (il y aura en 2060, près de 12 millions de plus de 75 ans), et une croissance relative des personnes en perte d'autonomie.⁶ Contrairement à ce que nous avons connu dans la deuxième moitié du 20^e siècle, la pauvreté risque de se développer à nouveau parmi les personnes âgées. Les perspectives de niveau de retraite sont nettement moins favorables et, si elles sont aujourd'hui proportionnellement moins pauvres que la moyenne de la population, on enregistre déjà une évolution significative qui concerne particulièrement les femmes, les travailleurs immigrés et les personnes vivant en milieu rural. L'isolement accompagne souvent le vieillissement et la pauvreté. Ces évolutions ont un impact important sur les besoins d'habitat. Or, l'habitat peut accroître la dépendance et l'isolement, ou il peut, au contraire, en être le premier facteur de prévention. C'est pourquoi l'habitat des personnes âgées constitue un enjeu qui dépasse le simple cadre des politiques du logement : il représente un enjeu sociétal majeur (HCLPD

5 Victor Papanek prend à ce sujet position par rapport aux conséquences et aux impacts liés aux systèmes de production, et dénonce la surproduction d'objets inutiles et le fossé créé entre des besoins artificiels factices et les besoins réels (Papanek 1971).

6 Source : <<http://www.gouvernement.fr/action/l-adaptation-de-la-societe-au-vieillessement/>>.

2012). Pour les personnes en perte d'autonomie, le maintien à domicile n'est possible que si elles bénéficient de solidarités et de services, mais il suppose aussi que le logement et, plus largement, l'habitat s'adaptent aux contraintes des personnes âgées (travaux d'aménagement, intégration d'aides techniques, amélioration des performances énergétiques, remise en état). Leur maintien à domicile met en jeu non seulement les interventions dans les logements, mais également celles qui portent sur la santé et sur l'action sociale.

1.2 Des problèmes mal définis et des objectifs multiples

Le design social souhaite résoudre des problèmes ayant du mal à être définis, pour lesquels les informations existantes sont confuses, où se trouvent de nombreux acteurs antagonistes et preneurs de décisions avec des valeurs ou des objectifs conflictuels, ou encore pour lesquels les liens avec les systèmes et les réseaux en place sont peu clairs. Selon Herbert Simon (1969), le travail des designers est d'abord un travail abstrait, une activité qui permet de résoudre des problèmes qu'il nomme épineux ou vicieux (« wicked problem », terme emprunté aux théoriciens Rittel & Webber [1973]). Ces problèmes résident sans solutions et semblent difficiles à résoudre parce qu'incomplets, contradictoires, ou avec des besoins changeants qui sont compliqués à identifier. De manière générale, ces types de problèmes apparaissent dans tous les systèmes socio-organisationnels et environnements complexes où le contexte fait face à de l'incertitude, de la complexité et de l'ambiguïté (Buchanan 1992). Le design social invite notamment à considérer les situations problématiques non pas comme des obstacles mais comme des leviers d'opportunités. Il s'agit de penser d'autres agencements, de trouver des résolutions possibles de problèmes dans les conditions du problème lui-même (Manzini 2015).

La Ressource de l'autonomie est pensée sous la forme d'un écosystème embrassant largement la question de l'accès aux aides techniques pour les personnes âgées et en situation de handicap. Elle est fondée sur une dynamique d'économie circulaire, comprenant trois grandes actions sous la forme d'une boucle (Image 1). Son objectif principal est d'améliorer l'accompagnement des personnes âgées en perte d'autonomie, en optimisant l'accès, la qualité et l'efficacité des dispositifs dans le champ des aides techniques. Sans entrer ici dans les détails de l'étude (Royer, Chirossel 2019), elle a émergé d'une série de constats faits par différentes structures souhaitant coordonner leurs efforts afin de solutionner des problèmes régulièrement rencontrés et entravant une partie de leurs missions. Il s'agissait tout d'abord de travailler au repérage des personnes en perte d'autonomie et à l'évaluation de leurs besoins à domicile. Dans ce domaine, il a été observé un manque de structuration de l'offre de services, un morcellement et un éclatement des structures d'aide à domicile ayant chacune leurs propres circuits, outils, mode d'évaluation, rendant l'offre confuse, perçue comme une source d'iniquité. Il était ensuite question de travailler à la préconisation d'aides techniques et à l'accompagnement des personnes à toutes les étapes de l'aménagement de leurs domiciles. Il s'agissait enfin de travailler au recyclage et à la redistribution des aides techniques, afin

Image 1. Boucle de la préfiguration des trois grandes actions du service de la Ressource de l'autonomie.

de pallier le coût rédhibitoire de certaines aides techniques pour les foyers les plus modestes et la mise au rebut d'aides en état de marche.

1.3 Une équipe pluriprofessionnelle et des bénéficiaires hétérogènes

Constituer une équipe pluridisciplinaire pour mener un tel projet est fondamental. La méthodologie a été éprouvée : une équipe composée de créatifs (designers, architectes et/ou artistes), de professionnels des sciences humaines et sociales (sociologues, anthropologues, etc.), de membres d'administrations publiques et d'organisations privées locales opérant dans le secteur. Cette pluralité a été essentielle, vitale et manifeste à différents niveaux dans le projet de la Ressource.

Tout d'abord, parce qu'elle a permis de fédérer, dès le montage du projet, une grande partie des personnes physiques ou morales concernées par l'application des politiques de prévention de la perte d'autonomie ou du vieillissement (conseil départemental, chantier d'insertion, centre hospitalier, service d'aide

à la personne, caisse d'assurance retraite, etc.). Ensuite, parce qu'elle a rendu possible la définition d'objectifs généraux communs, de stratégies à adopter pour y parvenir, et de critères d'évaluation. Cette pluralité est importante, d'autre part, parce qu'elle a été garante d'un engagement pratique et direct des personnes. Enfin, parce qu'elle a fourni la masse critique nécessaire pour mener ce type de travaux complexes et qu'elle a permis de localiser la recherche à la fois dans le temps et dans un contexte culturel, social et économique, afin de garantir un résultat adéquat et une viabilité à long terme. Réunir au sein de l'équipe les parties prenantes du secteur et les mettre en situation de concevoir collectivement des solutions peut conduire les acteurs de l'écosystème du problème – pouvant avoir, une pluralité de points de vue, des rapports de force et même des valeurs divergentes –, à trouver des points de convergence et des façons d'avancer entre approches politiques, intérêts personnels et nécessité de collaborer. Cependant, cela demande de nombreux efforts, du temps et des ressources. C'est pourquoi il est indispensable d'envisager les projets de design social sur une temporalité longue.⁷

1.4 Des usages et des bénéficiaires hétérogènes

L'utilisateur, le bénéficiaire, la partie prenante, ou quelle que soit la façon dont on le nomme, est central dans l'identification du besoin et de sa résolution. La conception du service, puis le service rendu croisent plusieurs types d'utilisateurs. Les bénéficiaires, mais aussi les professionnels, les partenaires, les financeurs, tous et toutes doivent être considérés comme les utilisateurs des futures solutions proposées et être inclus dans leur conception globale, dans leur mise en œuvre, voire dans la gouvernance de l'activité qui en résulte. De plus, la pertinence et l'amélioration du service passent par l'implication de toutes les parties prenantes.

Dans le projet, le service concerne, en premier lieu, les personnes âgées en perte d'autonomie (ou souhaitant l'anticiper) et/ou en situation de handicap, ainsi que leurs aidants. En second lieu, les professionnels, toutes structures confondues, relevant de l'évaluation et de l'accompagnement des politiques de l'autonomie dans le département. Également, les partenaires porteurs du projet de mise en œuvre, pouvant être mobilisés dans l'articulation entre la conception et la mise en place de ce nouvel écosystème. Enfin, et plus généralement, tous les habitants sur le département du Gard souhaitant s'informer sur le maintien à domicile.

1.5 Un territoire-écosystème

Le design social porte moins sur la figure du designer, que sur celle de l'organisation et des parties prenantes impliquées localement, relevant du

⁷ Il faut néanmoins ajouter que les décisions prises durant le projet peuvent faire aussi partie du problème et, dans une certaine mesure, contribuer à réveiller, entre les différents partenaires, le dragon qui dort (ou pour donner une autre image, ouvrir la boîte de Pandore) pour le meilleur ou pour le pire.

territoire d'action ou de projet. Autrement dit, elle privilégie les mutualisations et les coopérations territorialisées. La question de l'implication et de la contribution des différents acteurs du territoire – habitants, institutions, entreprises – irrigue l'ensemble des dimensions qui caractérisent le projet en design social. Il s'agit de travailler à l'identification de nouveaux types d'interaction entre les acteurs ; de nouvelles manières d'agencer des compétences, des savoir-faire, des ressources entre elles ; et ce, sur un territoire spécifique source d'opportunités et de contraintes. Les échelles de ces projets évoluent, dans une réduction de taille concomitante à la capacité à absorber la complexité (Manzini 2015). Le territoire-écosystème, considéré comme une micro-organisation, est en effet plus à même de prendre le pouls d'un milieu complexe et des situations qu'il traite.

S'agissant d'un projet prospectif devant s'appuyer sur des réseaux déjà constitués en matière d'opérateurs de services, d'entreprises spécialisées dans les aides techniques, de professionnels de l'intervention à domicile, etc., le territoire du projet correspondait à l'actuel périmètre d'intervention de l'Unité Territoriale d'Action Sociale et d'Insertion (UTASI) du Grand Nîmes. Toutefois, et afin de garantir une équité de traitement aux habitants du département, les ateliers ont été effectués avec des personnes vivant et travaillant sur l'ensemble du territoire.

2. Éléments méthodologiques

Faire une recherche-projet en design n'est pas une démarche de projet classique : il n'y a pas de cahier des charges préétabli et il ne suffit pas de résoudre le problème initialement posé, mais de chercher en premier lieu à l'interroger. Elle contribue à faciliter l'identification de problèmes ou l'émergence de questions saillantes et la résolution de ceux-ci par la mise en place de stratégies visant à l'amélioration de situations insatisfaisantes pour les personnes sur le terrain. Elle fonctionne sur le principe de l'immersion, de l'imprégnation en profondeur de l'équipe au contact du milieu spécifique dans lequel elle se trouve pour en faire émerger, de manière participative, différents éléments : une vision collective à long terme, des préconisations de projets à moyen terme, des prototypes de projets permettant d'enclencher de nouveau processus, et des enseignements globaux pour les partenaires. Cette partie présente les ingrédients nécessaires à la constitution d'un tel projet.

2.1 Une immersion en sillons

Le terme « sillonner » est intéressant, puisqu'il désigne à la fois le fait de travailler le terrain (comme on laboure la terre) et de laisser une trace, un sillon en passant. Or, le design social, qui fait la part belle à l'immersion, engage les deux sens du terme : il travaille le terrain en tant qu'il l'observe, l'analyse, l'étudie, et au sens où le fait d'être, sur un temps long *in situ*, au plus près des personnes, laisse une trace de l'immersion, creuse un sillon. Cette pratique *en situation et faisant situation* (Duhem 2018) s'appuie sur des rencontres

et des observations participantes sur le terrain, complétées par des entretiens exploratoires. Elle mobilise des outils spécifiques, créés sur mesure pour aider à la discussion et concevoir des solutions.

Le travail sur le terrain a permis, tout d'abord, d'analyser les modèles existants, à l'échelle nationale et locale ; ensuite, de comprendre en situation les usagers du futur service (travailleurs sociaux, personnes âgées et/ou en situation de handicap, aidants, professionnels de santé [médecins, kinésithérapeutes, infirmiers, aides-soignants, ergothérapeutes, fournisseurs, entreprises, etc.]), ainsi que leurs pratiques, leurs besoins et leurs attentes. Des visites ont été effectuées en France au sein de structures équivalentes. L'étude de leur contexte, leur modèle économique et leur spécificité permet de positionner la Ressource de l'autonomie en fonction de l'existant à l'échelle nationale. Parallèlement à ces études, l'enquête s'est concentrée dans le département, sous la forme de rencontres et d'observations, afin de voir la majeure partie des acteurs et actrices favorisant le maintien à domicile dans le Gard, et un grand nombre de personnes âgées et/ou en situation de handicap du territoire, ainsi que leurs aidants (Images 2-4).

2.2 Une approche participative

Participation habitante, participation publique, démocratie sanitaire. La participation s'est inscrite dans le vocabulaire et les pratiques d'un nombre considérable d'acteurs, souvent antagonistes, qui s'en disputent le sens, le but et l'utilité. Il est donc important de revenir précisément sur les dispositifs participatifs mis en place par le design social. Il s'inscrit dans la dynamique suivante : non pas seulement « faire participer » les usagers, mais participer soi-même au processus de conception, avec ses savoirs et ses spécificités. L'approche participative recouvre ici les deux faces d'une même pièce.

D'un côté, elle suppose que tous les acteurs soient activement impliqués en tant qu'usagers-experts et cela dans toutes les phases du projet, même s'il s'agit, dans le cas du secteur médico-social, d'une activité inhabituelle pour les bénéficiaires qui disposent souvent passivement des services, et pour les professionnels qui sont asphyxiés par leurs tâches dans des prises en charge de plus en plus complexes. L'approche participative tente également de désinstitutionnaliser les relations, en restaurant le pouvoir et la parole aux uns et aux autres. L'un des dispositifs phares de la participation en design social est l'atelier de co-conception.⁸ Il permet de faire collaborer des expertises différentes en associant des bénéficiaires, des professionnels du secteur, des politiques et des experts, afin de faire exister les points de vue pour obtenir plus de richesse et de transversalité dans les solutions. Un

8 Treize ateliers de co-conception ont permis de valider ou d'invalidier certaines hypothèses tout au long du développement de la Ressource de l'autonomie : en les soumettant, d'une part, à la discussion ; en imaginant, d'autre part, les conditions de leur déploiement sur le territoire gardois ; enfin, en hiérarchisant les thématiques selon l'expérience et le vécu de différentes parties prenantes au regard de l'urgence, des potentialités de déclinaison, de leur mise en œuvre, etc.

Images 2-4. Rencontres et d'observations de personnes âgées et/ou en situation de handicap à domicile. ©Romain Rabier, 2019.

atelier regroupe donc une équipe pluridisciplinaire et est encadré par un ou des designers/modérateurs qui installent les participants dans une démarche active et participative. Ce processus permet de stimuler la créativité et vise à faire émerger des idées en réponse à une ou plusieurs questions posées. Le design social est donc alimenté par une compréhension approfondie de ce que les personnes veulent et ont besoin dans leur vie.

De l'autre côté, cette dynamique participative est à l'œuvre pour les designers eux-mêmes, dès l'immersion. Il s'agit pour eux de s'immerger pleinement dans la vie sociale où ils prennent un rôle réel, participent aux tâches et aux missions. Cette attitude vise à atteindre la compréhension de l'autre dans le partage d'une condition commune tout en oeuvrant contre « l'impératif participatif » descendant (Blondiaux 2008) afin de repenser la place des usagers (bénéficiaires, professionnels, etc.) dans la participation et la « repolitiser ». Dans le secteur médico-social et plus particulièrement celui du vieillissement, l'approche participative est une obligation. Les professionnels, face à la complexité de leurs tâches toujours plus accrue et le manque de temps, en viennent parfois à ne voir qu'un travail supplémentaire dans la proposition qui leur est faite de participer à la conception de solutions tentant de simplifier leur quotidien. Pour éviter cet écueil, les personnes doivent être mises en situation de bénéficier de temps et de ressources économiques afin de participer et de contribuer au projet. Participer à leurs tâches professionnelles, les aider quotidiennement quitte à prendre du temps pour faire toute autre chose que le projet, permet de s'assurer, à chacune des étapes, de pouvoir compter sur un consensus large, et sur les solides relations conçues pour soutenir les expérimentations – et à plus long terme – les solutions créées.

2.3 Des espaces de communication et de diffusion ouverts

Dans une démarche tant collective qu'exploratoire, il est déterminant de pouvoir retracer fidèlement et de restituer de manière attractive l'ensemble des expériences menées durant le projet. *In fine*, les étapes de ce travail apparaissent aussi importantes que les résultats qu'elles produisent. Il est donc indispensable de documenter ces projets de design social, en accord avec des valeurs d'ouverture et de libre partage des savoirs. Différents formats de restitution peuvent être pensés avec pour ligne éditoriale l'expérience de terrain. Ces formats hétérogènes de restitutions sont l'occasion de diffuser et de partager le travail des designers, tout en les invitant à s'arrêter un instant sur ce qu'ils produisent et comment ils le produisent.

Dans le cadre de la Ressource de l'autonomie, un site internet dédié au projet a été conçu permettant d'explicitier le cadre de la recherche et de tenir un journal de bord des différentes avancées (Image 5) ; deux rapports d'activité ont été délivrés ainsi qu'un livrable de communication du projet ; une vidéo explicitant les méthodes utilisées a également été produite (Image 6) ; une web série de 3 épisodes, retraçant les grandes étapes (à savoir : l'immersion, les ateliers de co-conception et les expérimentations) a été réalisée (Image 7), afin de documenter, de valoriser la démarche et de communiquer sur le projet

Image 5. Capture d'écran du portail web; <<http://ressource-autonomie.fr/>>.

Image 6. Capture d'écran de la vidéo explicative sur les méthodologies du design social.

au plus grand nombre ; enfin, différentes communications et présentations du projet ont été effectuées.

2.4 Des expérimentations et des formes frugales

Le design social défend l'importance du processus dans la mise en place d'un service ou d'un artefact et fonde sa démarche sur les principes de tests et d'expérimentations. L'expérimentation repose sur la réversibilité des phénomènes, elle est éphémère, modeste, jamais figée et s'ancre dans une

Image 7. Capture d'écran de la web série de *La Ressource de l'Autonomie* - Épisode 2 / Les ateliers de co-conception.

dynamique tant itérative qu'incrémentale. Elle a plusieurs vertus. D'une part, elle permet d'ancrer dans les pratiques l'idée selon laquelle il est possible de se tromper (on parle alors de « droit à l'erreur »). D'autre part, elle montre qu'il est souhaitable de prendre son temps en testant à petite échelle lors d'une première étape pour ensuite généraliser les dispositifs à plus grande échelle. Lorsque les actions concernent les politiques publiques et engagent les générations futures, ce temps pris ne semble pas superflu. L'expérimentation devient, ensuite, un outil utile, pour réduire l'incertitude et mesurer l'efficacité et les conséquences des actions développées. Avoir le droit à l'erreur, procéder par itération pour concevoir des solutions tant frugales que durables (Manzini et Jégou 2006), sur un temps long, dans une logique d'amélioration continue et de petits pas, voici ce qui structure la démarche du design social. Si l'étape d'expérimentations est utile pour ces projets, et plus largement pour l'action publique, il est toutefois important de ne pas en faire une solution miracle parée de toutes les qualités. Elle se heurte notamment à une limite concernant le passage à l'échelle. La montée en généralité doit en effet intégrer différents paramètres économiques, sociaux, politiques, environnementaux, qui souvent contrarient le déploiement des expérimentations dans d'autres lieux et à d'autres échelles.

Dans la Ressource de l'autonomie, les expérimentations se sont structurées autour de cinq grandes thématiques de travail. Elles accompagnent la manifestation d'un souci pour l'existant et même pour l'ordinaire, réévaluant l'idée que l'expérimentation doit générer des formes d'innovations en permanence. En quête de frugalité et d'économie de moyens, ces expérimentations tendent à développer des projets de conception portés sur la mise en réseau de l'existant plutôt que de productions de nouveautés.

Le service. Il s'est agi de développer des expérimentations soutenant le développement du service sur le territoire, en expérimentant, tout d'abord, une partie de la boucle, de la collecte au recyclage, sur un territoire restreint.

Image 8. Prototypage d'outils d'évaluation des bénéfices suite à l'installation d'aides techniques. ©Solène Chirossel, 2019.

Image 9. Préfiguration du bus de l'autonomie sur un marché en Cévennes en compagnie d'ergothérapeutes. ©Romain Rabier, 2019.

La coordination pour les professionnels. Deux outils de coordination ont été expérimentés afin d'outiller les professionnels intervenant au domicile et d'améliorer les pratiques d'évaluation des bénéfices suite à l'installation d'aides techniques (Image 8).

La coordination pour les bénéficiaires et les proches. Il a été ici question de tester un répertoire des intervenants afin de donner, une vision d'ensemble de

l'écosystème des personnes au domicile et donc, de créer un environnement plus sécurisant. Un outil d'aide à la discussion pour le choix d'aides techniques a été également expérimenté.

Le repérage, la prévention et la sensibilisation. Deux idées ont été ici expérimentées pour soutenir les missions initiales du service : des dispositifs de sensibilisation itinérants et un bus se déplaçant de commune en commune à la rencontre de tous les habitants (Image 9).

L'information et la communication. Les deux dernières expérimentations testées ont été des outils de présentation du parcours global d'accès aux ressources, aux professionnels et aux structures du territoire, ainsi que des dispositifs de médiation pour soutenir les réunions d'information dédiées à l'aménagement du domicile et aux aides techniques.

3. Conclusion

Suite aux deux années de recherche-projet, une association ayant pour objectif le déploiement du service pour les personnes âgées et/ou en situation de handicap a été créée dans le département. Cette association, par sa forme juridique et le projet qu'elle porte, incarne des principes et des valeurs : la capacité d'action donnés à chacun, l'autonomie et la liberté d'adhésion, la mutualisation entre les adhérents, la priorité donnée au projet plutôt qu'au profit de court terme, l'action collective au profit d'un territoire. Les partenaires se sont accordés pour assumer les ambitions fondatrices d'émancipation, individuelle et collective, du projet de design social, pour les mettre en œuvre dans la capacité d'agir collectivement.

Voie de transformation sociale vers une société plus équitable, plus durable, les ambitions du design social apparaissent comme nécessaires. Les éléments contextuels et méthodologiques qui le structurent semblent de surcroît être des signaux faibles de transformations profondes, plus larges, de la profession de designer elle-même. Nous souhaitons, pour conclure et poursuivre la réflexion, nous attacher à extraire deux de ces transformations que génèrent ces façons de faire : le rapport à l'autorité et la production de formes ouvertes.

Le design social est une pratique réformatrice dans le sens où elle redistribue les rôles au sein des projets. Les projets ont la caractéristique commune de travailler à partir d'une forme diffuse du design, dans ses moyens, dans ses fins et dans ses acteurs, comme le préconisait Papanek (1971). Si, comme nous l'avons vu, la participation est double (participation des usagers à la conception des projets et des designers à la vie sociale du territoire-écosystème), les projets s'emploient à faire du design, des pratiques ouvertes et démocratiques. Dans des systèmes socio-organisationnels complexes actuels qui nous obligent, toutes et tous, à faire preuve d'ingéniosité au quotidien, les designers « experts » comme Manzini (2015) les appelle (à savoir ceux qui ont reçu un enseignement spécifique), doivent participer activement à la redécouverte de ce monde en pleine mutation, en aidant les autres à « mieux designer » (p. 2) afin que les projets deviennent plus « efficaces, accessibles, et potentiellement reproductibles » (p. 70). Établir un projet de design social

serait alors travailler, avant tout, aux conditions d'émergence de création collective, déployant là une discipline spécifique.⁹ Dans cette perspective, le designer, n'est plus le garant de la forme finale de l'artefact, mais le garant des conditions d'émergence de ces créations collectives. Toutefois, que penser d'un designer qui conçoit de l'appropriable ? Comment définir la création de ces canevas à trous, permettant à l'autre de remplir les creux, de modifier les formes, pour faire advenir des artefacts qui ne seraient plus tout à fait ceux du designer ? Comment nommer ce jeu compositionnel (Latour 2015) qui tend à déposséder le designer de sa création ?

Nous pouvons affirmer, au regard de l'expérience de la Ressource de l'autonomie, que cela nécessite un climat de confiance entre les personnes engagées dans le projet, mais également, pour le designer, une attitude visant à *se déprendre* (Hallauer 2017) de ses créations. Il ne s'agit cependant pas de nier qu'il existe une proposition conceptuelle et formelle initiée par une figure, celle du concepteur, mais celle-ci est alimentée par un dialogue constant. Tout le travail du designer est alors de créer d'une trame ouverte, suffisamment agile et élastique, pour pouvoir accueillir les variations des autres. C'est là, tout l'enjeu des projets. Ces efforts envers la trame plutôt qu'envers la forme finie, dans une dynamique itérative et incrémentale, qui génère des formes en mouvements méritent, à notre avis, une attention particulière, liée à l'essor actuel et à venir du design social. L'hypothèse peut être faite qu'il n'y a pas de renoncement aux questions esthétiques de la part de ces designers. En laissant la part belle aux usages et aux usagers, il y aurait plutôt une affirmation, par ce rejet de l'unicité et dans ces attirances pour le complexe, d'une esthétique de la tentative, libérant, par la même occasion, le designer de ses carcans formels. Le sens du « social » pour le design acquiert plus que jamais une puissance mobilisatrice active, pour les autres et pour lui-même.

Bibliographie

CRESS PACA/LEST-CNRS AMU

2015 *Guide Innovation Sociale*, Observatoire Régional ESS.

Blondiaux, Loïc

2008 *Le nouvel esprit de la démocratie : actualité de la démocratie participative*, Paris, Seuil.

Buchanan, Richard

1992 « Wicked Problems in Design Thinking », *Design Issues*, Vol. 8, No. 2, pp. 5-21.

Buckminster Fuller, Richard

2009 *Manuel d'instruction pour le vaisseau spatial « Terre »*, Zürich, Lars Müller Publishers.

2012 *Energy, earth and everyone. Une stratégie énergétique globale pour le vaisseau spatial Terre ?*, Paris, B2.

9 Faisant écho à la célèbre phrase de Thackara « Nous sommes tous designers à présent » (op. cit., p. 186).

Duhem, Ludovic ; Rabin, Kenneth (dir.)

2018 *Design écosocial : convivialités, pratiques situées & nouveaux communs*,
Faucogney-et-la-Mer, it: éditions.

Findeli, Alain ; Coste, Anne

2007 « De la recherche-cration la recherche-projet : un cadre thorique et
mthodologique pour la recherche architecturale », *Lieux Communs*, No. 10,
pp. 139-161.

Hallauer, Edith

2017 *Edith Hallauer. Du vernaculaire la dprise d'uvre : Urbanisme,
architecture, design*, thse de doctorat en Amnagement de l'espace,
Urbanisme, Universit Paris-Est.

Haut Comit pour le Logement des Personnes Dfavorises (HCLPD)

2012 *Habitat et vieillissement : vivre chez soi, mais vivre parmi les autres !* 17e
rapport du Haut comit pour le logement des personnes dfavorises.

Huyghe, Pierre-Damien

2014 * quoi tient le design*, Saint-Vincent de Mercuze, De l'incidence diteur.

Latour, Bruno

2015 *Face Gaa : huit confrences sur le nouveau rgime climatique*, Paris , La
Dcouverte.

Maldonado, Toms

1972 *Design, Nature, and Revolution. Toward a Critical Ecology*, New York ,
Harper and Row.

Manzini, Ezio

2014 « Making Things Happen: Social Innovation and Design », *Design Issues*, Vol.
30, 1, pp. 57-66.

2015 *Design, When Everybody Designs. An Introduction to Design for Social
Innovation*, Cambridge , MIT Press.

Manzini, Ezio ; Jgou, Franois

2006 « Au-del de l'hyperconsommation. Scnarios pour des formes de vie fluides et
durables », in *L'individu hypermoderne*, Toulouse , ERES, pp. 215-226.

Papanek, Victor

1971 *Design for the Real World, Human Ecology and Social Change*, New York ,
Pantheon Books.

Rittel, Horst W. J. ; Webber, Melvin M.

1973 « Dilemmas in a General Theory of Planning », *Policy Sciences*, Vol. 4, No. 2,
pp. 155-169.

Royer, Marine ; Chirossel, Solne

2019 *La Ressource de l'autonomie. Pour une version amliore de l'accs aux
quipements et aux aides techniques pour les personnes ges du Gard*,
rapport scientifique.

Simon, Herbert A.

1969 *The science of the artificial*, Cambridge, MIT Press.

Thackara, John

2006 *In the bubble. Designing in a Complex World*, Cambridge, MIT Press.

Marine Royer. Designer et docteure en anthropologie (EHESS Paris & ENSCI-Les Ateliers), elle est maîtresse de conférences en design et sciences sociales et directrice adjointe de l'équipe PROJEKT à l'Université de Nîmes. Elle travaille à l'intersection des *Science and Technology Studies* (STS), de l'anthropologie de la santé et de la recherche en design. Ses recherches visent à souligner l'épaisseur pratique et politique des innovations sociales et biotechnologiques qui engendrent des évolutions fondamentales dans le secteur médico-social. Elles s'intéressent également aux questions de l'attention et des soins portés à autrui (care). Ses travaux sont développés au sein de recherches-projets dans le domaine de l'innovation sociale par le design. Ils concernent les supports techniques, les liens sociaux et les technologies/dispositifs qui supportent le soin à autrui dans la santé, l'action civique et le vieillissement.

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

**L'apport du design social
aux politiques françaises de gestion
des risques naturels
Contribution à une innovation sociale territorialisée***Béatrice Gisclard*

PROJEKT (EA 7447) Université de Nîmes, FR

Abstract

Protecting against hazards and organizing disaster management are constant concerns for all human societies. However, current environmental challenges require a rethinking of the division of responsibilities and roles of each individual, both managers and citizens. Starting from the case of France, our research aims to study the social design approach from the perspective of territorialized social innovation, in order to better involve inhabitants in the face of flood risk. We will question the place assigned by the law to the individual as the first actor in his or her security, and then we will detail the conditions for the implementation of a creative workshop. Based on the results obtained, we will study the contribution of design as a factor of individual and collective commitment, as well as its reception by the actors.

Keywords

Natural hazards; Social innovation; Social design; Empowerment; Public policies.

Contents

- 0. Introduction
- 1. Renouveler le rôle du citoyen « acteur de sa sécurité » par le design social ?
- 2. Expérimenter le risque inondation à travers un atelier créatif
- 3. Un engagement individuel et collectif par le projet
- 4. Conclusions
- Bibliographie

o. Introduction

En France, la loi de Modernisation de la Sécurité Civile du 13 août 2004 a positionné l'individu comme le premier acteur de sa sécurité, introduisant un jalon important dans une reconfiguration des responsabilités face aux risques. Inscrit dans la loi de 2004, l'article 4¹ stipule que :

Toute personne concourt par son comportement à la sécurité civile. En fonction des situations auxquelles elle est confrontée et dans la mesure de ses possibilités, elle veille à prévenir les services de secours et à prendre les premières dispositions nécessaires.

Pourtant, ce changement de paradigme reste encore peu opérant dans les politiques de gestion des risques à l'échelle individuelle. En tant que premier acteur de sa sécurité, l'individu a un rôle à jouer, on attend de lui qu'il ait des comportements adaptés. Or cet article de loi n'apporte pas de précisions sur l'opérationnalisation de ces comportements en cas de situation périlleuse. Le *modus operandi* de l'État français sur ces sujets est le « porter-à-connaissance » des risques, à travers la réalisation des Plans de Prévention des Risques (PPR) pour ses territoires et la formulation de consignes générales et/ou spécifiques à destination des populations. Mais leur appropriation et leur mise en œuvre par ces dernières restent un sujet largement méconnu et sous-estimé par les institutions. Comme le souligne Bason (2012), la majorité des défis sociaux actuels sont liés aux comportements individuels et collectifs. Le design social, par la place centrale qu'il accorde à l'humain, aux usages, voire aux nouvelles pratiques de l'espace (Jacob et Desage 2015) peut s'avérer un levier majeur pour les affronter, y compris dans le domaine des risques. Cet article propose d'étudier l'opportunité de renouveler le rôle du citoyen « acteur de sa sécurité », via le prisme de l'innovation sociale par le design. À travers une recherche-action située, nous détaillerons la mise en œuvre concrète de cette proposition puis nous analyserons les conditions d'une meilleure appropriation du risque inondation par les habitants à une échelle locale. Nous concluerons sur les perspectives offertes par cette démarche dans les politiques publiques de gestion des risques en soulignant l'apport du design dans ce champ de recherche.

1. Renouveler le rôle du citoyen² « acteur de sa sécurité » par le design social ?

1.1. Quels enjeux dans la mise en œuvre effective des consignes comportementales en cas de danger ?

La variété des risques encourus (naturels ou anthropiques) correspond à une variété de consignes – se réfugier en hauteur, sortir de son véhicule, éva-

1 Abrogé et remplacé par l'article L721-1 du Code de la sécurité intérieure créé par Ordonnance n°2012-351 du 12 mars 2012 <<https://tinyurl.com/yxjef4g>>.

2 L'usage du masculin dans cet article a pour but d'alléger la forme littéraire et ne saurait avoir d'autre signification.

cuer une zone, etc. –, elles-mêmes non figées selon : l'ampleur de l'évènement, le lieu où il se produit et le contexte, par essence toujours unique (Ruin et Lutoff 2004). Par exemple, une crue rapide survenant dans un contexte urbain en journée ou en milieu rural de nuit n'aura pas les mêmes conséquences (*i.e.* en juin 2010 dans le Var, on dénombre 27 morts et disparus dus aux inondations qui se sont produites à l'heure de sortie des bureaux). Les compétences requises pour mettre en œuvre les consignes incluent aussi bien les actions individuelles et collectives à mener que la connaissance des lieux où elles adviennent. Cette double compétence « action et connaissance des lieux » n'est pas innée et nécessite alors d'être communiquée, appropriée et mise en œuvre. Ainsi, des habitants peuvent avoir une bonne connaissance de leur territoire sans nécessairement connaître les consignes de sécurité, tandis que des touristes peuvent les connaître sans savoir comment les appliquer dans un environnement peu familier. La perception d'une situation conduit à tantôt bien évaluer, sous-évaluer ou surévaluer les risques (Kouabenan, Cadet, Hermann et Munoz-Sastre 2006). L'adoption de comportements appropriés est également liée à l'adéquation entre les ressources personnelles et les mesures institutionnelles dont l'individu peut se saisir. Le Haut Comité Français pour la Défense Civile (HCFDC) constate déjà en 2008 que la population est largement tenue à l'écart de l'information sur les dangers, contribuant en cela à la déresponsabiliser et à entretenir la méfiance vis-à-vis des pouvoirs publics. Les individus sont exclus des exercices de sécurité civile alors qu'ils sont les premiers concernés en cas d'évènement. En 2012, le HCFDC note de manière lapidaire que :

L'État a donc du mal à infléchir, dans les faits, la doctrine du citoyen "acteur de sa sécurité". Il souffre de l'ancienne tradition "dormez bien, le gué veille", doctrine très ancrée dans une partie de l'administration publique. (p. 76)

Partant du constat que, d'un côté l'individu est légalement responsable de ses comportements en situation critique et que cela implique des comportements *ad-hoc*, et que d'un autre, les politiques publiques peinent à atteindre leur cible en termes de gestion des risques, il semble pertinent d'envisager un renouvellement de ces approches en partant des individus et non plus des dispositifs institutionnels. Comme le rappelle Gralepois (2012), le risque n'est pas un sujet socialement débattu et de fait, on constate le peu de mobilisation des habitants sur le sujet en dehors de situations particulières de post-crise (par exemple à travers une association de sinistrés) ou de menace spécifique pesant sur leur environnement immédiat (par exemple à travers l'opposition de riverains face à l'implantation d'une infrastructure jugée préjudiciable à leur qualité de vie). Face au constat que le risque majeur n'est pas une préoccupation quotidienne des individus, comment innover et/ou renouveler ces problématiques complexes en partant des individus et de leurs territoires ?

1.2. Quelle pertinence de l'innovation sociale dans le contexte des risques ?

La question des risques a peu été abordée sous l'angle de l'innovation sociale, au sens où cette dernière implique une forme d'appropriation par l'échelle individuelle. Pour autant on voit émerger des initiatives qui, pour disparates qu'elles soient, n'en témoignent pas moins d'un réel potentiel de changement de l'approche des risques (Douvinet *et al.* 2017 ; Gisclard 2017). L'appropriation par les individus des politiques publiques de gestion du risque pensées à un niveau national (Vinet 2007 ; Becerra et Peltier 2009), impose de concentrer l'attention sur les personnes elles-mêmes en lien avec leur territoire. Dans un contexte économique de plus en plus tendu et concurrentiel, l'innovation sociale fait figure de solution « positive », permettant de concilier potentiel de développement et justice sociale (Klein *et al.* 2014). L'auto-organisation de communautés centrées sur la résolution de problèmes complexes, nés de nos modes de vie contemporains, est un phénomène émergent aux échelles locales particulièrement intéressant. C'est un concept qui n'est pas nouveau, mais qui suscite un regain d'intérêt depuis quelques années. L'innovation sociale est majoritairement identifiée par des finalités de solidarité et concerne les mobilisations d'acteurs qui permettent de poser des problèmes de société d'une façon nouvelle, tout en assurant des services de façon à accroître la qualité de vie des collectivités et des citoyens (Klein et Harrisson 2010). Mais cette terminologie peut assez vite recouvrir des réalités assez diverses, quant à leur nature, les changements visés ou les processus (Cloutier 2003 ; Richez-Battesti *et al.* 2012). « Tout fait social, tout processus social est spatialisé » (Valette 2003: 30) et le territoire lui-même peut ainsi être considéré comme un milieu « innovateur » (Lacquement et Quéva 2016) car il influence les formes de mise en réseaux des acteurs locaux, entre identité territoriale partagée et relation conflictuelle avec le global (Laville 2014). À une époque mondialisée qui concourt à un aplanissement des différences culturelles, économiques ou politiques, les caractéristiques intrinsèques des territoires empêchent cette homogénéisation et constituent une forme de résistance. C'est d'ailleurs sur ces revendications identitaires et territoriales que s'appuient des collectifs locaux, basés sur un développement local (Pecqueur 2000).

Le décalage actuel entre les investissements financiers, structurels et non structurels, et la faible conscience du risque des individus, appelle à un changement de paradigme (Douvinet *et al.* 2013 ; Weiss *et al.* 2011). Ce constat revient à accepter que la population puisse s'auto-organiser dans le temps de la crise. Cela sous-entend également, pour les gestionnaires de crise, d'intégrer de « l'inexplicable » ou de « l'imprévisible » (Dufès 2016). Or, pour les autorités, cette position est difficile à entendre car elle suppose un lâcher-prise qui ne fait pas partie de la culture de la sécurité civile en général et en France en particulier. Diverses expériences d'innovation sociale (les AMAP, les crèches parentales, les ressourceries, etc.) sont autant de formes d'expression qui ouvrent la voie à une telle demande. La possibilité pour un individu ou une communauté de se saisir de sujets problématiques et de les aborder de fa-

çon nouvelle, en parallèle des institutions, semble pertinente pour aborder la question de l'appropriation des risques naturels dans le quotidien. Sa prise en compte dans les services publics, à travers l'innovation publique constitue un terrain favorable à l'émergence de solutions moins bureaucratiques, à même de prendre en compte l'échelon individuel de façon effective.

En revanche, si d'un point de vue théorique, l'innovation sociale semble une piste enthousiasmante, de nombreux obstacles perdurent. La perception du risque par les personnes conditionne en partie leurs motivations à l'action. De plus, la conception du rôle de l'État dans la gestion des risques et les infléchissements de ses politiques ne sont pas nécessairement compris et perçus par les destinataires. Parallèlement, se pose la question de l'échelle du changement social qui peut être réel sur une communauté restreinte, mais sans impact au niveau d'une région. Cependant, si l'innovation sociale est une piste originale pour aborder la gestion des risques, comment peut-on imaginer la mettre en place de manière ascendante, c'est-à-dire avec les populations ? Par ses apports en tant que discipline scientifique et ses capacités à faire de l'individu le point de départ de ses démarches, le design social apparaît pertinent pour favoriser cette forme d'innovation.

1.3. Induire des changements comportementaux en termes de risques par le design

À l'instar de l'innovation sociale dont l'analyse ne peut faire l'économie des implications politiques qu'elle recèle, le design social par les changements comportementaux et de rapports sociaux qu'il vise à engendrer, est de nature éminemment politique. L'importance de cette visée projectuelle est perçue par Maldonado (1972 : 54) lorsqu'il suggère que : « la projection [...] cherche à ouvrir un horizon d'action articulé, cohérent, socialement responsable de l'environnement humain et de son destin ». Le design a pour ambition d'agir sur l'expérience quotidienne au moyen de capacités projectives et créatrices et vise l'amélioration de situations jugées problématiques. C'est ce qu'exprime Simon (1969) : « everyone designs who devises courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones » (p.130). Au-delà de ses capacités créatives, ce qui fonde le « designerly way of thinking » (Findeli 2015 ; Cross 2001), ce sont des modalités propres de penser le monde et de le questionner, afin de proposer des réponses aux « wicked problems » (Rittel et Webber 1973), ces problématiques issues de la complexité croissante des sociétés contemporaines. Cette complexité nécessite dès lors de s'extraire d'une approche basée sur une logique analytique pour s'insérer dans une approche systémique qui accepte la part d'irréductibilité inhérente à l'humain et intègre l'incertitude comme une donnée du processus. Les « lunettes » du designer (Findeli 2014) ont ceci de commun avec les « lunettes » du citoyen (Le Moigne 2007), qu'elles permettent de regarder le monde dans sa complexité, sous l'angle de l'expérience de manière « plus sagement pragmatique » (Le Moigne 2007). Pour Bason (2012), le design permet d'aborder les problèmes avec une « nouvelle perspective ». Plus encore que ses capacités de réponses, ce sont les

aptitudes du designer à poser des questions non attendues dans un système organisationnel rigide, en travaillant par « empathie professionnelle » (Bason 2012), qui caractérise la démarche du design.

Les designers n'ont évidemment pas l'apanage des bonnes idées, mais ainsi que l'exprimait North Whitehead « we think in generality but we live in details » (1926, cité par Hibou 2012 : 35) : une idée peut paraître séduisante tant qu'elle n'a pas été réalisée, testée, appropriée, bref, qu'elle ne s'est pas heurtée à la pesanteur du réel. En permettant cette concrétisation aussi bien avec des objets qu'avec des services, le design affirme sa singularité. Dès lors, ses champs d'intervention sont larges et il intervient sur tout système, objet ou espace reliant l'individu à son environnement (« de la petite cuillère à la ville »³). Les difficultés à circonscrire précisément ce qu'est le design ne sont d'ailleurs pas si préjudiciables à la discipline (il en est de même pour l'art ou la science) tant que cette dernière vise « an always present human approach aimed at the creation of the not-yet-existing » (Stolterman 2011). L'intégration du bénéficiaire, condition *sine qua non* de toute démarche participative du design social, repose sur des stratégies permettant au designer de transposer son projet dans des dispositifs tangibles, appropriables par les individus (des jeux, des objets, des interfaces numériques, etc.). Les méthodologies de code-sign à travers des ateliers, ou toute forme de dispositif ouvert telles les design fictions (Kerspern, Lippera et Hary 2017) ne se substituent évidemment pas aux autres démarches méthodologiques issues des sciences humaines, mais l'originalité de ces dispositifs et le prototypage rapide des solutions constituent des apports manifestes. La figure emblématique de « l'utilisateur », destinataire des dispositifs, évolue : jusqu'alors considéré comme le récepteur passif, car non-expert, non-sachant, il s'immisce dans le processus et devient actif, considéré alors comme un expert en usage. Les apports se situent à deux niveaux : le premier est une meilleure acceptation du changement, l'engagement des contributeurs dans le projet étant un ressort psychologique efficace et valide (Joule et Beauvois 1998) ; le deuxième est la valorisation des capacités individuelles par une approche habilitante – *enabling system* – (Manzini 2015). Cependant, le recours à la participation du public ne doit pas non plus être considéré comme le sésame valant acceptation sans condition. Le revers de ces dispositifs est que les propositions des participants doivent être réellement intégrées et ne pas servir comme simple élément de langage. Par ailleurs les objectifs de changements comportementaux nécessitent l'implication des personnes non pas uniquement en tant que destinataires finaux du projet de design, mais dès l'amont, dans les phases de conception et tout au long du projet. La Commission Européenne note à cet égard que le design social contribue à l'*empowerment* (la réappropriation des capacités) des individus à un niveau local, en les associant aux projets destinés à inventer des solutions à leurs problèmes socioéconomiques (BEPA 2014).

3 Cité par J. Le Bœuf 25 août 2009 « l'Art appliqué à l'industrie » (En ligne, consulté le 29 septembre 2019) : <<http://blogs.lecolededesign.com/designethistoires/2009/08/25/lart-applique-a-lindustrie/>>.

Le design social partage avec l'innovation sociale ce que Richez-Battesti *et al.* (2012) nomment la dimension « d'expérimentation sociale ». En faisant des allers-retours entre hypothèses théoriques et expérimentations-terrain tout en procédant par itération (en acceptant l'erreur), on met de côté de façon temporaire les contraintes normatives et institutionnelles auxquelles est soumise l'action publique. L'implication effective des individus par la co-conception de solutions tend à augmenter les capacités individuelles et par là, tend également à modifier les comportements. Dans ce sens, les compétences des designers permettent d'aborder sous un angle nouveau la conception « d'objets » habituellement conçus par des experts (ingénieurs, administrateurs, gestionnaires, etc.) formés à des méthodes déductives, linéaires, séquentielles, analytiques où théorie et pratique sont le plus souvent distinguées, voire complètement séparées. Ces constats autorisent dès lors à penser que le sujet des risques naturels pourrait légitimement être abordé selon ces approches, c'est-à-dire en envisageant des formes de participation des habitants à la gestion des risques à travers le design social.

2. Expérimenter le risque inondation à travers un atelier créatif

2.1. Impliquer les habitants par un atelier créatif sur les territoires du risque

L'implication des habitants dans des démarches concertées sur leur territoire est un moteur indispensable à une meilleure appropriation de la question des risques dans leur quotidien :

Soit on se dit ben on y va, tout le monde est impliqué et on fait des exercices, qui passent soit par des plates-formes de simulation en situation, soit des exercices d'alerte, deux fois par an, j'en sais rien, où le citoyen il est directement impliqué avec des retours sur les exercices. (Entretien 4/10/14-1)⁴

Cependant ce constat, s'il semble largement partagé par les gestionnaires, pose question quant à la mise en place de dispositifs idoines (Agamben 2007), propices à valoriser cette implication individuelle. Les dispositifs existants sont difficilement duplicables, liés à un territoire par essence unique, dépendants des réseaux d'acteurs locaux et portés par des collectifs au sein desquels agissent des acteurs singuliers. Mais l'innovation sociale ne se décrète pas, pas plus qu'elle ne s'impose sur simple décision institutionnelle.

En s'appuyant sur les résultats issus d'entretiens non directifs (N=69) et de questionnaires (N=689) dans le contexte des crues rapides dans le sud de la France, un atelier créatif a été conçu et mis en œuvre afin de tester *in situ* et concrètement les potentiels perçus d'une forme d'innovation sociale. Impliquer les habitants permet concrètement de se confronter à une pratique et de dépasser les aspects théoriques. Cet atelier s'est déroulé dans la commune rurale de Sauve (Gard, France) et les outils de design ont été co-conçus avec

4 Extrait d'un entretien mené avec un gestionnaire du risque.

l'agence de design social La Bobine.⁵ Chaque dispositif avait pour objectif de travailler sur ce que le philosophe Jean-Marie Schaeffer (2005) appelle « la feintise ludique », qui permet de mettre les personnes en situation d'acteurs. L'atelier, nommé les Veilleurs de Crues, a été réalisé avec des habitants de la commune qui se sont portés volontaires. Ce risque est familier des locaux car les inondations ont régulièrement impacté le village à travers l'histoire. Le petit fleuve côtier (Vidourle) qui le traverse est connu pour ses crues rapides appelées « Vidourlades », conséquences de pluies cévenoles extrêmement violentes. Le déroulé s'organisait en deux temps : « Sauve en 2030 » et « les 24h de la crue ». Les joueurs étaient invités à imaginer les actions qui permettraient aux habitants de Sauve d'être moins vulnérables à une inondation qui survenait en 2030 sur la commune.

Au cours de la première partie, cinq articles de journaux fictifs étaient présentés. Ils relataient des catastrophes advenues en 2030 dans les territoires du Gard et s'inspiraient de thématiques saillantes issues des entretiens : la prévention météorologique, la rupture de barrage, le système assurantiel lié aux catastrophes naturelles (CatNat), la mémoire sociale des événements et enfin les déplacements en contexte de crue (Image 1).

Image 1. Sauve en 2030.

Les groupes devaient en sélectionner un parmi les cinq et expliciter leur choix. Il fallait d'abord lire les cinq articles, en débattre au sein du groupe puis justifier le choix collectif. Une fiche « Zoom sur 3 villes » était remise à chaque groupe afin qu'il détaille, en fonction du thème de l'article, la façon dont des communes avaient dû faire face à la menace grâce aux initiatives des habitants. Parmi les trois villes, deux étaient fictives et la troisième était Sauve. L'objectif était de décrire les actions et stratégies déployées par les habitants ayant permis d'éviter ou de minimiser le risque. La mise à distance temporelle, et le fait

5 <<http://labobine.co/lesveilleursdecrues>>.

que Sauve n'était pas la seule commune concernée, permettait de développer différentes options sans trop se focaliser sur les liens avec l'époque actuelle. En effet, la question des risques reste un sujet sensible dans les politiques de gestion en local et cristallise les tensions entre populations et élus. Les éléments étaient synthétisés sur une carte « les 4 actions déterminantes ». Il était demandé de préciser les actions entreprises par les habitants afin d'éviter la menace dans leur commune. Parmi ces articles de presse, celui ayant focalisé la plus grande attention traitait du risque de rupture de barrage, renvoyant à la présence de deux barrages écrêteurs de crues, situés en amont de Sauve.

La deuxième partie, « les 24h de la crue », consistait pour les équipes à décrire leurs actions individuelles et collectives au cours des 24h d'une crue intense survenue également en 2030 à Sauve. Cette partie était matérialisée par un jeu de plateau, avec des cartes à jouer et une règle donnée. Chaque équipe piochait au départ des cartes leur indiquant un contexte particulier (une personne à mobilité réduite, un jour férié, etc.), un moment (la nuit, le matin, etc.) ainsi que l'état des réseaux de communication (hors réseau, réseau disponible, etc.). Un support au format A3 était remis à chaque équipe, représentant un cercle découpé en 24 fuseaux qui matérialisait les 24h. Selon les heures, les équipes étaient invitées à expliquer de manière spatiale et temporelle comment se sont passées les 24h d'une Vidourlade et à décrire ce qu'ils avaient fait individuellement et en équipe. Les cartes piochées étant uniques, chaque équipe partait avec une situation différente. Ce dispositif permettait de jouer sur des contextes de crues différents afin de susciter des réponses variées (Image 2).

Image 2. Les 24h de la crue.

Bien que le scénario de la crue soit situé dans le futur, ces cartes donnaient un cadre réaliste aux actions sans brider l'imagination. De là, les participants devaient matérialiser leurs déplacements et leurs comportements à partir de supports divers. Deux équipes disposaient de cartographies précises de la commune, l'une de type vue aérienne de type Google Earth© et l'autre de type SCAN 25® de l'IGN,⁶ les deux autres ayant un support vierge permettant de dessiner, une de ces deux équipes ayant néanmoins à disposition la carte fournie par l'Office du Tourisme et bien connue des habitants. Ils devaient représenter l'emprise de la crue soit avec des papiers bleus préalablement découpés, soit avec les objets qu'ils avaient à disposition. Le choix de ces petits papiers s'est imposé pour permettre aux participants de manipuler le plus simplement possible des objets matérialisant la surface inondée et de revenir dessus autant de fois qu'ils le souhaitent. La représentation du territoire par la cartographie constitue un élément important dans la construction du risque. Les zones inondables n'étaient volontairement pas indiquées et c'était aux joueurs de les déterminer selon leurs souvenirs des crues passées. Du matériel était mis à la disposition des joueurs (matériel de dessin, feutres, gommettes, papiers colorés, ciseaux, scotch, etc.) ainsi que des petites figures papier symbolisant des personnages, des animaux, des objets de la vie quotidienne (électroménager, télévision, mobiliers) (Image 3).

Image 3. Éléments symboliques du quotidien.

Ces éléments additionnels étaient une invitation envers ceux qui ne se sentaient pas à l'aise dans le dessin pour exprimer leurs faits et gestes dans l'action. L'atelier se clôturait sur l'élection du scénario qui apparaissait comme

6 Institut National de l'Information Géographique et Forestière : SCAN 25 (En ligne, consulté le 29 septembre 2019) : <<http://professionnels.ign.fr/index.html>>.

le plus pertinent aux yeux des participants et la mise en discussion de certains points comme les barrages (sources de rumeurs et de controverses) et la compétence Gestion des Milieux Aquatiques et Prévention des Inondations (GEMAPI 2015),⁷ jusqu'alors ignorée des habitants et sur laquelle ils se sont montrés particulièrement attentifs.

2.2. Quels enseignements retenir ?

Les résultats obtenus les plus significatifs sont la mise en action de collaborations entre sujets par le projet permettant de dépasser fondamentalement le discours, et la capacité de créativité dont ils ont fait preuve par le jeu. Les représentations du risque sur le territoire étaient étudiées par le truchement de supports cartographiques différents et il a été souligné que les représentations des zones inondables étaient variables en fonction des joueurs et des supports. Les résultats tangibles se situent dans la mise en débat de problématiques complexes liées à l'inondation et dans l'approche collective de pratiques généralement cantonnées à la dimension individuelle. L'apport du design a été significatif à différents niveaux : au départ, en raison de la reconnaissance par l'ensemble des participants de la qualité des supports (affiches, cartes, identité visuelle, etc.) ce qui leur a permis une bonne appropriation du contexte, que des outils classiques – discussion orale, papier, crayons – auraient amoindrie. La représentation de leur territoire ainsi que les supports de représentation de leur quotidien ont favorisé leur immersion dans la fiction qui leur était proposée. Cette attention portée à leur présence et à la valeur de leurs propositions a été ressentie comme un encouragement bienveillant et catalyseur. En un deuxième temps, l'apport du design a permis aux habitants de se saisir pleinement de la complexité d'un sujet jusqu'alors réservé aux experts (élus, gestionnaires, État), en les autorisant à intervenir en formulant des scénarii et des solutions à leur échelle. Il les a sorti – temporairement – d'un statut d'acteurs passifs face aux consignes institutionnelles, et les a enjoint à se saisir de la problématique du risque inondation sur leur commune. À travers ce changement de posture, le design contribue à renouveler des stratégies d'intégration des habitants dans la gestion des risques. Et malgré des approximations (ou peut-être, grâce à elles), 16 personnes (sur les 20 participants) ont répondu favorablement à la question « seriez-vous prêt à poursuivre avec les veilleurs de crues ? ». Ces résultats demeurent modestes, mais ils contribuent à la conscience du risque à laquelle ils ouvrent des perspectives collectives. Or la dimension commune et partagée des souvenirs conditionne et construit la mémoire sociale des événements (Halbwachs 1925).

Les personnes ont fait part de leur plaisir et de leur contentement à participer à l'atelier malgré la gravité du sujet. En dépit des réticences des élus et des gestionnaires à affronter ouvertement des risques encourus avec les populations par crainte de « faire peur », cet atelier a été réellement investi

7 Compétence GEMAPI (En ligne, consulté le 29 septembre 2019) : <<http://www.rhone-mediterranee.eaufrance.fr/gestion/locale/gemapi/loi-decrets.php>>.

et les personnes n'ont montré aucun rejet vis-à-vis de la thématique qu'ils ont abordée ensemble. La dimension ludique est un élément clé de ces situations de codesign, car outre la capacité projectuelle du « et si... » rappelée par Schaefer (2005), jouer est une activité créative (Winnicott 1958). Dans la mise « en jeu », le designer interpelle l'*homo ludens* décrit par Huizinga (1938/1988), créant un espace de liberté pourtant cadré (un jeu a des règles et un espace défini) où l'imagination se déploie. Lorsque l'on joue, on joue « sérieusement », c'est-à-dire avec attention et sans désinvolture aucune. Cette dimension ludique doublée d'une mise en situation par le projet sont les apports que permet le design et qui le distinguent très nettement des contributions issues des entretiens ou des focus groups. L'action de l'individu confrontée à celle des autres participants, l'oblige à dépasser le simple énoncé de ses idées en l'engageant dans le « faire », faisant surgir des possibilités nouvelles, mettant en lumière des impasses conceptuelles et obligeant à trouver des modes de coopération avec les autres joueurs. Ainsi, les participants matérialisent les idées imaginées collectivement et les expérimentent, aboutissant à l'idéation. Dans le contexte des inondations (comme dans toute catastrophe d'ailleurs), l'importance du référentiel spatial de l'individu ainsi que ses dimensions cognitives et affectives nécessitent de multiplier les angles de vue et par conséquent les méthodes afin de cerner le plus finement possible ces variables. Le jeu est mené de manière constructive à partir du moment où les protagonistes partagent un « cadre d'expérience » (Goffman 1991), qui leur permet de situer leurs actions aussi bien vis-à-vis des autres que dans un lieu et ainsi ajuster leur propre position dans une visée projectuelle. Le cadre donné par la communauté habitante est significatif. L'identité collective du groupe se fonde sur une position sociale homogène, une contribution socialement reconnue et une histoire commune. De plus, il n'y a pas d'action collective sans un enjeu qui devient mobilisateur (Bajoit 2003). L'importance d'une certaine unité sociale et collective (ici, le village rural) est à souligner, car « la capacité d'initier des projets de développement dans une communauté dépend fortement du cadre relationnel dans lequel évoluent les acteurs » (Prévost et Sévigné 2010 : 173).

Cet atelier, basé sur des méthodologies de codesign, a permis de favoriser l'implication des habitants et leur appropriation en local du risque inondation. En dépassant les dimensions discursives et les constats inopérants, ce format autorise une mise en situation individuelle et collective, pour agir concrètement et de façon ludique sur le risque. À travers une dimension expérimentale et en procédant par itérations, le collectif s'émancipe des contraintes institutionnelles et normatives. Cet impératif de penser le changement par les individus nécessite des dispositifs innovants auxquels le design social peut ici faire écho de manière pertinente. Il valorise l'expertise individuelle et l'implication effective des individus dans les dispositifs participatifs (et non leur simple présence) et tend à augmenter leurs capacités (Sen 1992). En mettant en exergue leur créativité, cette implication dans le dispositif induit *in fine* des changements comportementaux. Ce dispositif a permis de co-concevoir des solutions en jouant, d'initier des réflexions origi-

nales sur la question du risque de crues en général et à Sauve en particulier en imaginant comment les habitants peuvent intervenir à leur échelle en cas de crue du fleuve.

3. Un engagement individuel et collectif par le projet

3.1. Quelles modalités de partage des responsabilités face au risque ?

La dimension collective d'une démarche participative telle que celle présentée n'est pas la garantie d'une vision juste et bénéfique pour tous : elle est signifiante, mais elle n'est pas pour autant représentative. L'appropriation de la question des risques naturels de manière réellement autonome par les habitants renvoie *in fine* à l'attribution des responsabilités en termes de sauvegarde des populations. La notion d'*empowerment* rencontre peu d'écho au niveau individuel dans un état fortement centralisé tel que la France. Les éléments du « contrat » vis-à-vis du risque n'étant pas explicites, les individus ignorent qu'ils sont acteurs de leur sécurité (ou qu'ils peuvent l'être) considérant que l'État-providence à qui ils ont délégué cette fonction y pourvoira ainsi qu'il l'a fait jusqu'à présent. Pour le dire autrement, l'auto-organisation spontanée de collectifs face au risque impliquerait que ces derniers considèrent qu'il existe une carence de l'État en la matière et qu'ils doivent dès lors compter sur leurs propres moyens. Cette perception d'un État faillible viendrait en opposition avec l'image renvoyée depuis longtemps par un système stato-centré, basé sur l'intervention de la puissance publique jusqu'aux plus petites échelles territoriales par le biais de ses représentants (les maires). Dès lors, la participation de l'individu à la gestion du risque est un cheminement long et incertain qui part d'une gestion définie par l'institution incluant çà et là des participations individuelles, à des formes d'accompagnement variées – syndicats, communes, organismes – pour tendre vers un idéal d'émancipation citoyenne que constituerait l'innovation sociale.

Plus qu'une hypothétique collaboration entre les parties concernées, la recherche précédemment détaillée vise à ouvrir sur de nouveaux modes de relation entre habitants et gestionnaires à travers une innovation sociale territorialisée. La collaboration est le fait de travailler avec quelqu'un. La coopération signifie « travailler à plusieurs, ensemble dans un même but » (Adam 2012), œuvrer à une ou plusieurs personnes à une œuvre ou une action commune.⁸ Étymologiquement ils ont la même racine latine « *cum* » signifiant « *avec* ». La nuance concerne le type d'activité : « *labor* »⁹ est la peine que l'on se donne pour faire quelque chose (*cum labor*), tandis que « *operatio* »¹⁰

8 Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales « coopération » : <<http://www.cnrtl.fr/definition/cooperation>>.

9 Dictionnaire latin-français Gaffiot (1934) p. 878 : <<http://www.lexilogos.com/latin/gaffiot.php?q=labor>>.

10 Dictionnaire latin-français Gaffiot (1934) p. 1081 : <<http://www.lexilogos.com/latin/gaffiot.php?p=1081>>.

est le travail, l'ouvrage (*cum operatio*). Historiquement, la collaboration renvoie à la période de domination des nazis en France durant la Seconde Guerre Mondiale, alors que la coopération est liée aux mouvements coopératifs du XIX^e siècle. Selon Henri et Lundgren-Cayrol (1997), la distinction entre les deux démarches se situe au niveau de la responsabilité. Dans un contexte de coopération, celle-ci est partagée par le groupe, entraînant une interdépendance réciproque (chaque personne réalise une partie de la tâche globale), tandis que dans un contexte de collaboration, la responsabilité est individuelle et l'interdépendance est associative (chaque personne réalise la tâche à sa manière). Selon les auteurs, la collaboration exige une capacité à travailler en groupe de façon autonome. La coopération tend à plus valoriser l'apprentissage et la collaboration, l'autonomie. Dès lors la coopération plus que la collaboration, apparaît comme congruente et l'orientation interdisciplinaire de ce travail se réfère par ailleurs explicitement au modèle coopératif. Le partage des responsabilités caractérise de fait le partage des rôles. Dans la gestion des risques inondation cette répartition des rôles dévolus à chaque partie a évolué dans le temps comme le rappellent Meschinot de Richemond et Reghezza (2010) : autrefois l'administration royale s'occupait de la gestion des débordements tandis que le particulier avait à charge le ruissellement intense et le risque ne se pensait pas indépendamment du territoire sur lequel il pesait.

3.2. S'engager par le projet

« Au commencement était l'action » écrivait Goethe dans *Faust*, engageant ainsi à explorer le « comment » et non plus seulement le « pourquoi ». C'est par cette capacité à apprendre par essai-erreur, en avançant, que l'être humain n'est pas seulement l'être pensant le projet, mais celui qui l'éprouve par l'action, qui se frotte à l'existence au commencement de sa vie avant même de savoir parler. Se projeter dans le futur est un exercice difficile, il est effectivement plus confortable de reproduire des modèles connus, mais la dimension projectuelle articule le « pourquoi » et le « comment » dans un cheminement itératif qui permet la constitution du projet en soi. La personne s'adapte constamment en fonction de son environnement. On pourra rapprocher cette idée avec les travaux des sociologues Crozier et Friedberg (1977) qui suggèrent que face à une situation d'incertitude, l'individu adopte des stratégies en situation et relativisent l'idée qu'il poursuit des objectifs prédéterminés. C'est également ce que Martin (2012) appelle « la recherche pragmatique d'une riposte dans une situation d'incertitude ». Les travaux des auteurs rendent compte des régulations et des ajustements à une échelle microsociale, définis en tant que systèmes d'action concrets.

Lorsque l'on interpelle les habitants sur la question de l'inondation, en mobilisant des savoirs locaux et en co-construisant par une démarche de design social par exemple, il n'y a pas de résistance ni au sujet ni au fait de s'impliquer dedans. À partir du moment où l'individu peut rattacher une préoccupation environnementale (risque inondation) et des préoccupations quotidiennes

(son lieu de vie), il semblerait qu'il puisse se saisir des opportunités qui lui sont alors offertes pour agir concrètement et s'impliquer en développant des capacitations (Sen 1992). Les problèmes environnementaux se situent non pas tant au niveau environnemental (ce qui est pourtant perçu comme tel) qu'au niveau social (Uzzell 1999) et cela implique un changement de perspective aussi bien dans la société que pour l'individu. Les questions complexes et systémiques (comme celles des risques) adressées par le monde globalisé auquel nous appartenons tous désormais, peinent à être saisies à cette échelle globale comme en attestent les tensions et les difficultés rencontrées par les grandes instances internationales de type ONU. L'échelle locale apparaît pertinente parce qu'elle est souple (les décisions se prennent rapidement) et agile car elle peut autoriser des reconfigurations en fonction des besoins et des nécessités. Cette innovation sociale territorialisée, encouragée par des ateliers créatifs semble alors une perspective intéressante. Face à l'immobilisme ou le manque de volonté des décideurs sur des sujets les concernant au premier chef, des personnes peuvent se mobiliser de manière individuelle ou collective, sans être nécessairement tournées sur des revendications politiques, mais directement orientées vers l'action en lien avec leur lieu de vie.

4. Conclusions

Cette première expérimentation ne s'affranchit nullement des limites soulevées par Niedderer *et al.* (2016) sur la pérennisation et la montée en généralité des innovations proposées par le design social. Elles rejoignent les interrogations de chercheurs travaillant sur les dispositifs de participation du public qui considèrent que la plupart des démarches restent au stade expérimental (Blondiaux et Fourniau 2011). Comment en effet permettre la transposition d'une problématique locale et pensée en tant que telle à une échelle macro, intégrant des différences contextuelles, conduisant à l'énoncé d'une politique publique ? Comment l'action publique qui en résulte peut faire sens auprès des personnes, sans que ne se diluent les finesses propres à la dimension locale (Tromp *et al.* 2011) ? De plus, l'accaparement par un groupe de personnes (forcément restreint) comporte le risque de voir les actions de ce public privilégié des intérêts particuliers au détriment des valeurs d'intérêt général et d'équité portée par la puissance publique. *A contrario*, ne pas se préoccuper de la réception et de l'appropriation des politiques publiques à l'échelle individuelle, condamne à réitérer les mêmes erreurs. Pour rappel, l'État français a investi en moyenne ces dernières années 15 millions d'euros par an dans ses politiques de prévention des risques sans s'assurer de leur appropriation et de leur efficacité en local. Bien qu'il soit plus rassurant de s'appuyer sur des modèles techniques et technologiques pour tenter de maîtriser les événements que de se confronter à la pesanteur du social et de faire confiance à l'individu – par essence insaisissable – il existe un potentiel jusqu'à présent sous-exploité (ou minimisé) chez les habitants, qu'il semblerait pertinent de prendre en compte. L'intégration des habitants dans des dispositifs en lien avec le risque se fait peu à peu mais au coup par coup. On peut citer les démarches artis-

tiques qui permettent d'appréhender le risque de façon ludique et détournée et dans lesquelles le public participe bien volontiers : à titre d'exemple « Jour Inondable » réalisée à Tours en 2012 et déployée en 2019 dans le cadre du Plan Rhône¹¹ est une exploration poétique du risque d'inondation. Compte-tenu des perspectives en termes de dérèglement climatique et de l'importance croissante des enjeux de nos sociétés, cela implique un nécessaire rééquilibrage des rôles entre l'État et les individus. Plus que gérer le risque, nous devons désormais apprendre à gérer l'incertitude, et cette complexité rend nécessaire le développement de recherches-actions qui puissent aborder ces problématiques d'un point de vue systémique opérationnel et pourquoi pas, créatif. Développer les capacitacions des habitants par des méthodologies issues du design social et leur redonner les clés sur ce qui auparavant leur échappait pour les engager dans l'action face aux risques, constitue une des pistes possibles dans la future gestion des risques.

À travers ce travail interdisciplinaire, on peut s'interroger sur la place allouée au design dans ce contexte de recherche très éloigné des champs traditionnellement explorés par la discipline. Suffit-il d'être designer pour faire du design ou inversement, peut-on faire du design sans nécessairement être designer ? Est-ce la reconnaissance par un public (quel qu'il soit) qui définit le produit, l'objet, le service etc. comme étant du design ? Ces questionnements ont de longue date été formulés dans le champ de l'art et les réponses variables renvoient au caractère contextuel d'un construit social qui dépend tout autant de l'artiste, de l'œuvre, du public et des interactions multiples qui les régissent. Lorsque l'on exerce en tant que designer hors du monde académique, l'interrogation du « quand est-ce du design » tient parfois à la plus ou moins grande tangibilité des productions (i.e. du design de produit jusqu'au design social par exemple) mais elle tараude rarement le designer qui répond à un commanditaire. En effet, ce dernier en faisant appel à lui, légitime de fait sa pratique et son identité professionnelle. Dans le champ de la recherche où la discipline reste relativement méconnue, la reconnaissance de l'effectivité d'une pratique de design est plus difficile à cerner selon les projets dans lesquels le design est sollicité. Le designer n'est plus exclusivement reconnu en tant que designer mais également en tant que chercheur en sciences humaines et sociales. Cette pratique « augmentée » du design contribue alors à brouiller les frontières car les livrables ne sont plus uniquement des produits (entendus au sens large de productions) de design. Néanmoins, parce qu'il a permis un renouvellement des perspectives dans la gestion du risque inondation à travers un dispositif co-construit, le design a été identifié par les parties-prenantes (habitants, gestionnaires et chercheurs) comme vecteur d'approches innovantes volontairement situées en dehors des cadres officiels.

11 La Folie Kilomètre (En ligne, consulté le 29 septembre 2019) : <<http://lafoliekilometre.org/accueil/travaux/une-nuit/>>.

Bibliographie

- Adam, Michel
2012 « Les valeurs coopératives face à la crise abyssale de nos sociétés », *Projectics/Proyética/Projectique*, n°11-12, p. 23-39.
- Agamben, Giorgio
2007 *Qu'est-ce qu'un dispositif ?*, Paris, Rivages.
- Bajot, Guy
2003 *Le changement social*, Paris, Armand Colin.
- Bason, Christian
2012 « Leading social design: what does it take ? », *Social Space*, 1, p.24-29.
- Becerra, Sylvie ; Peltier, Anne (dir.)
2009 *Risques et environnement : recherches interdisciplinaires sur la vulnérabilité des sociétés*, Paris, L'Harmattan.
- Blondiaux, Loïc ; Fourniau, Jean-Michel
2011 « Un bilan des recherches sur la participation du public en démocratie : beaucoup de bruit pour rien ? », *Participations*, 1, p. 8-35.
- Bureau of European Policy Advisers (BEPa)
2014 *Social Innovation. A decade of changes*, Report 144p.
- Cloutier, Julie
2003 *Qu'est-ce que l'innovation sociale ?*, Cahier du CRISES, ET0314.
- Cross, Nigel
2001 « Designerly ways of knowing: Design discipline versus design science », *Design Issues*, n°17(3), p. 49-55.
- Crozier, Michel ; Friedberg, Erhard
1977 *L'acteur et le système*, Paris, Points Seuil.
- Dufès, Eric
2016 « L'auto-organisation de la population en situation de crise : l'agir ensemble ». *Perspectives. Les cahiers scientifiques de l'ENSOSP*, 15, p. 51-79
- Findeli, Alain
2014 « Méthodes de la recherche en design – transmission ou reproduction ? » Communication orale (actes non publiés) à la Journée d'étude du 2 octobre 2014, Réseau Design en Recherche, Paris, ENSCI les Ateliers.
2015 « La recherche-projet en design et la question de la question de recherche : essai de clarification conceptuelle », *Sciences du Design*, 1, p. 50.
- Gisclard, Béatrice
2017 *L'innovation sociale territorialisée : un levier de réappropriation du risque inondation par les habitants. L'exemple des crues rapides dans les territoires ruraux du Gard et du Vaucluse (France)*, Thèse de doctorat, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.

Gralepois, Mathilde

2012 *Face aux risques d'inondation*, Paris, Presses de la rue d'Ulm.

Goffman, Erwing

1973 *La mise en scène de la vie quotidienne. 1 : La présentation de soi*, Paris, les Éditions de Minuit.

Halbwachs, Maurice

1925/ 1994 *Les cadres sociaux de la mémoire*, Paris, Albin Michel.

HAUT-COMITÉ FRANÇAIS POUR LA DÉFENSE CIVILE (HCFDC)

2008 *Défense civile 2008. Constat et propositions pour une vision globale de la sécurité*. 100p.

2012 *Risques et menaces exceptionnels, quelle préparation ? Rapport d'activité 2011*. 142p.

Hibou, Béatrice

2012 *La bureaucratisation du monde à l'ère néo-libérale*, Paris, La Découverte.

Huizinga, Johan

1938 *Homo ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*, éd. fr. Paris, Gallimard, 1988.

Jacob, Louis ; Desage, Fabien

2015 « Les aménagements de la participation : des, innovation et controverses socio-spatiales », *Lien social et Politiques*, 73, p. 3-12.

Joule, Robert-Vincent ; Beauvois, Jean-Léon

1998 *La soumission librement consentie* Paris, Presses Universitaires de France.

Kouabenan, Dongo-Rémi ; Cadet, Bernard ; Hermand, Danièle ; Munoz-Sastre, Maria-Theresa (dir.)

2006 *Psychologie du risque. Identifier, évaluer, prévenir*, Bruxelles, De Boeck Université.

Kerspern, Bastien ; Lippera, Léa ; Hary, Estelle

2017 « ProtoPolicy, le Design Fiction comme modalité de négociation des transformations sociopolitiques », *Sciences du Design*, 5, p. 101-111.

Klein, Juan-Luis ; Harrison, Denis (dir.)

2010 *L'innovation sociale. Émergence et effets sur la transformation des sociétés*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Lacquement, Guillaume ; Quéva, Christophe

2016 « Introduction ? Innovations sociales et développement des territoires dans les campagnes européennes », *Norôis*, n°241, p. 7-13.

Laville, Jean-Louis

2014 « Innovation sociale, économie sociale, et solidaire, entrepreneuriat social, une mise en perspective historique » in Klein, Laville et Moulaert (dir.), *L'innovation sociale*, Toulouse, Érès, p. 46-90.

Maldonado, Tomas

1971/1972 *Environnement et idéologie. Vers une écologie critique*, Paris, Seuil (G. Joppolo, trad.).

Manzini, Ezio

2015 *Design, when Everybody Designs, an introduction to Design for Social Innovation*. Cambridge Massachusetts, MIT Press.

Martin, Dominique

2012 « L'analyse stratégique en perspective », *Revue Européenne de Sciences Sociales*, 50(2), p. 93-114.

Meschinet de Richemond Nancy ; Reghezza Magali

2010 « La gestion du risque en France : contre ou avec le territoire ? », *Annales de Géographie*, 673, p. 248-267.

Niedderer, Kristina *et al.*

2016 « Design for behaviour change as a driver for sustainable innovation : Challenges and opportunities for implementation in the private and public sectors », *International Journal of Design*, 10(2), p. 67-85.

Pecqueur, Bernard

2000 *Le développement local*, Paris, Syros, 2^e ed.

Prévost, Paul ; Sévigny, Bernard

2010 « Les collectivités apprenantes » in Klein et Harrison (dir.), *L'innovation sociale. Émergence et effets sur la transformation des sociétés*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 173-191.

Richetz-Battesti, Nadine ; Petrella, Francesca ; Vallade, Delphine

2012 « L'innovation sociale, une notion aux usages pluriels : quels enjeux et défis pour l'analyse ? », *Innovations*, 38, p. 15-36.

Rittel, Horst W. ; Webber, Melvin M.

1973 « Dilemmas in a general theory of planning », *Policy Sciences*, n°4, p. 155-169.

Ruin, Isabelle ; Lutoff, Céline

2004 « Vulnérabilité face aux crues rapides et mobilité des populations en temps de crise », *La Houille Blanche*, 6, p.114-119.

Schaeffer, Jean-Marie

2005 « Quelles vérités pour quelles fictions ? », *L'Homme*, 175-176, p. 19-36.

Sen, Amartya

1992 *Repenser l'inégalité*, trad.P. Chemla,Paris, Seuil, 2000.

Simon, Herbert A.

1969 *The sciences of the artificial*, Cambridge Usa, MIT Press.

Tromp, Nynke ; Hekkert, Paul ; Verbeek, Peter P.

2011 « Design for socially responsible behavior : a classification of influence based on intended user experience », *Design Issues*, 27(3), p. 3-19.

Uzzell, David L.

1999 « Education for environmental action in the community : new roles and relationships », *Cambridge Journal of Education*, n°29, p. 397-413.

Valette, Elodie

2003 *Pour une approche géographique de l'innovation sociale. L'exemple des*

territoires ruraux périurbains de la garrigues nord-montpelliéraine, Thèse de doctorat, Université Paris-Diderot-Paris VII.

Vinet, Freddy

2007 « Approches nationales de la prévention des risques et besoins locaux : le cas de la prévision et de l'alerte aux crues dans le Midi méditerranéen », *Géocarrefour*, n°82/1-2, p. 35-42.

Weiss, Karine ; Girandola, Fabien ; Colbeau-Justin, Ludvina

2011 « Les comportements de protection face au risque naturel : de la résistance à l'engagement », *Pratiques Psychologiques*, n°17, p. 251-262.

Winnicott, Donald W.

1958 "The Capacity to Be Alone". In *The Maturational Processes and the Facilitating Environment*, in Winnicott, London, UK, Karnac Books, p. 29-36.

Ressources électroniques

Douvinet, Johnny ; Pallares, Rémi ; Genre-Grandpierre, Cyrille ; Gralepois, Mathilde ; Rode, Sylvain ; Servain-Courant, Sylvie

2013 « L'information sur les risques majeurs à l'échelle communale. Occurrence et facteurs explicatifs du Dicrim, un outil préventif sous-utilisé » in *Cybergeo : European Journal of Geography*, 658.
<cybergeo.revues.org/26112> [Consulté le 29 septembre 2019].

Douvinet, Johnny ; Gisclard, Béatrice ; Kouadia, Jules Sekouada ; Saint-Martin, Clotilde ; Martin, Gilles

2017 « Une place pour les technologies smartphones et les Réseaux Sociaux Numériques (RSN) dans les dispositifs institutionnels de l'alerte aux inondations en France ? » in *Cybergeo : European Journal of Geography*, 801
<cybergeo.revues.org/27875> [Consulté le 29 septembre 2019].

Henri, France ; Lundgren-Cayrol, Karin

1997 « Apprentissage collaboratif à distance, téléconférence et télédiscussion. Rapport interne no 3 (version 1.7) », Montréal, Canada, LICEF Teluq.
<<http://www.teluq.quebec.ca/tec6385/trousse/A3c.htm>> [Consulté le 29 septembre 2019].

Le Moigne, Jean-Louis

2007 « L'expert est aveugle sans les lunettes du citoyen » in *l'InterLettre Chemin Faisant – MCX-APC*, n°38
<<http://www.intelligence-complexite.org/fileadmin/docs/il38.pdf>> [Consulté le 29 septembre 2019].

Stolterman, Erik

2011 « The death of design thinking »
<<http://transground.blogspot.fr/2011/07/death-of-design-thinking.html>> [Consulté le 29 septembre 2019].

Béatrice Gisclard Béatrice Gisclard est designer et enseignante-chercheuse à l'Université de Nîmes (France). Elle a travaillé comme décoratrice d'intérieur, puis elle a repris ses études avec une maîtrise en psychologie de l'environnement, suivie d'un

doctorat en géographie (Université d'Avignon). L'essentiel de ses recherches porte sur la place de l'individu dans les politiques de gestion des risques, ainsi que sur le rôle des réseaux sociaux numériques dans la gestion des situations d'urgence. Son approche interdisciplinaire (géographie, psychologie et design) lui permet d'aborder les interrelations que l'individu entretient avec son environnement. Elle est membre du laboratoire PROJEKT (<<http://projekt.unimes.fr>>) et co-responsable du master DIS (<<https://dis.unimes.fr>>) à l'Université de Nîmes.

Elle est secrétaire générale de l'Alliance France Design, et a travaillé à la rédaction du code de déontologie professionnelle, reconnu par la WDO en 2012. Elle a récemment rejoint le comité de l'European Design Academy (EAD).

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

Quand c'est un designer*Yves Voglaire*

PROJEKT (EA 7447) Université de Nîmes, FR

yves.voglaire@unimes.fr / yves.voglaire@designnenjeu.eu

Abstract

What makes the specificity of design?

What are the skills of a designer?

In order to answer to these questions, we will be looking to design as it used to be practiced, and the goals it was assigned. We are going to look for commonalities that make the different design *practices* bear the same name.

Design is able to make the familiar unfamiliar and the unfamiliar familiar. This sentence is the red thread that will help us to discover how the designer distinguish himself from the other participants to the co-creation, what differentiates *expert design* from *diffuse design* in Manzini's words.

Keywords

Specificity; Skills; Designer.

Contents

1. Introduction
2. Le design : pour qui et pour quoi ?
3. La période industrielle
4. La société de l'information
5. Qu'est-ce qui fait la spécificité du design ?
6. Conclusion

1. Introduction

Dans le cadre du colloque « Quando è design » (Urbino, septembre 2018), et dans la continuité de fréquentes discussions avec des collègues enseignants-chercheurs, nous nous sommes interrogés sur le métier de designer et en particulier ce qui le distingue d'autres activités, projets, réalisations.

Pourquoi cette interrogation ?

Pourquoi le design doit-il en permanence essayer de se (re)définir ? de se (re)situer ?

Pourquoi doit-il toujours se justifier ?

Nous allons tenter de montrer que la réponse a varié au cours de l'histoire, et qu'une des difficultés que la profession rencontre aujourd'hui, vient du fait que chacun s'est fait sa propre idée de « quand c'est du design ». Cette idée dépend souvent du milieu social, de la culture et/ou de la période où chacun a découvert ce mot. Malgré tout, nous émettons l'hypothèse qu'il doit exister un fil rouge qui lie « quand c'est du design », et « quand c'est le travail d'un designer ».

L'histoire du design est considérée comme connue, mais nous allons tenter ici de la regarder sous un angle particulier. Nous nous intéresserons principalement au design qui nous est proposé tous les jours dans la vraie vie, en tant qu'usagers, utilisateurs et/ou consommateurs. Et pas spécifiquement à celui, plus expérimental, qu'on trouve dans les galeries ou les revues.

Nous allons également essayer de comprendre pourquoi cette interrogation « Quand c'est du design ? » revient aujourd'hui dans l'actualité, et tenter de répondre à deux questions sous-jacentes :

Qu'est-ce qui fait la spécificité du design ?

Quelles sont les compétences propres d'un designer ?

Pour documenter ces questions, il nous faut nous intéresser au design tel qu'il a été pratiqué, et aux fins auxquelles il a réellement été utilisé. Nous ne pouvons pas nous en tenir au design tel qu'il est enseigné. Il nous faut d'abord rechercher les points communs qui font que les différentes « pratiques » du design portent le même nom. De ce fait, nous devrons par moments défendre des points de vue différents (des nôtres) pour élargir le champ et tenter de comprendre. De même, nous serons obligés d'emprunter quelques raccourcis pour que cet article reste lisible, et nous prions le lecteur de nous en excuser.

2. Le design : pour qui et pour quoi ?

Pour situer la question, nous proposons de questionner deux affirmations qui fondent l'enseignement et la recherche en design à l'Université de Nîmes.

La première, qui tente de définir le design, est d'Alain Findeli : « L'objectif du design est de modifier les interactions homme-environnement et de les

transformer en interactions préférables. » (Findeli 2015 : 52) Cette définition du design est remarquable par sa pertinence et sa simplicité, mais par rapport à notre questionnement présent, nous devons nous poser la question : « préférable pour qui ? ».

La deuxième, qui veut souligner l'évolution récente du design, figure en exergue du site du laboratoire de recherche Projekt, et est signée par Stéphane Vial : « Le design a retrouvé son essence sociale : sa finalité est l'intérêt général, son approche est centrée-humain, ses bénéficiaires sont moins les individus consommateurs que les collectifs citoyens. Le design est désormais caractérisé par l'adéquation entre la forme, la fonction et la société (social design). On peut le définir comme une activité de conception créative qui vise à mettre en forme des usages en vue de répondre à des besoins sociaux. » (Vial, <http://projekt.unimes.fr/design/>). Cette philosophie du design est-elle partagée par (tous) les designers, et est-elle acceptée par les employeurs de designers. Vu de l'Université, elle semble évidente, mais vu du monde économique, elle l'est probablement beaucoup moins.

Or, les designers – ou ceux qui prétendent exercer cette activité – sont censés exercer un même métier, même si leurs objectifs sont différents les uns des autres. L'ingénieur qui conçoit des pompes pour irriguer les zones désertiques exerce le même métier que celui qui conçoit des armes : tous deux sont ingénieurs. C'est leur but qui diffère, pas leur métier ni leur compétence. Personne ne se demande « quand c'est de l'ingénierie ». Qu'en est-il pour les designers ? Nos questions de départ en appellent donc une autre : Qu'ont en commun tous les designers, malgré leurs différentes pratiques ? Pourquoi s'agit-il dans tous les cas de design ?

Pour y répondre, nous allons faire appel à l'histoire.

Considérons 4 périodes dans l'histoire des techniques, différenciées par la manière dont sont conçus et mis en œuvre les outils et artefacts dont les humains se servent. (Bien entendu, il ne s'agit pas de périodes nettement délimitées, elles se chevauchent parfois sur des périodes extrêmement longues)

Une première période où l'homme découvre l'outil et l'habitat, les construit à mesure de ses besoins, et les améliore empiriquement.

Une évolution dans la perception de l'espace et du temps qui mène à la notion de « conception », et de projet. C'est là qu'apparaît le *designo*, avec son double sens de : dessin et dessein.

Une période industrielle, (r)évolution de la précédente, qui utilise intensivement l'énergie, et rationalise les processus pour produire en série.

Une société de l'information et sa (r)évolution numérique qui change les paramètres de la compréhension, de la connaissance, et de l'apprentissage.

Les 2 dernières nous concernent plus particulièrement aujourd'hui du point de vue du design.

3. La période industrielle

La révolution industrielle entraîne une soumission des formes aux impératifs de la machine. Une simplification froide, que certains tentent de compen-

ser en y ajoutant un décor, en général maladroitement pompé sur des styles antérieurs. Conscients des risques d'appauvrissement culturel des objets quotidiens, des artistes se lancent à la fin du XIX^e siècle dans une croisade pour une nouvelle esthétique. Deux tendances apparaissent, à la manière de ce qui se passe dans les mouvements d'opposition politiques : il y a d'une part les adeptes de la manière radicale, qui refusent les compromis et veulent revenir à l'artisanat de création (comme par exemple le mouvement Arts & Crafts), et d'autre part les partisans de la collaboration avec le nouveau pouvoir (l'industrie) pour tenter d'infléchir sa politique. Ces derniers deviendront les premiers designers.

Dès le départ, le design naît donc d'un conflit, d'une négociation. C'est un intrus qui est *entré par effraction* dans un système bien huilé. Pour l'ingénieur comme pour le financier, *designer industriel* est un oxymore. Le designer c'est l'artiste : celui qu'on *tolère* tant qu'il ne coûte pas d'argent. Il doit tout le temps se justifier. Ce qui fait apparaître des slogans simplificateurs :

« la forme suit la fonction » (Louis Sullivan 1896 : 408 ; *form ever follows function*), puis :

« la laideur se vend mal » (Raymond Loewy 1951, Titre en français).

La laideur se vend mal ? L'anecdote suivante permet de mettre en doute cette affirmation :

Cela se passe il y a quelques années, dans un comité mis sur pieds par une agence publique pour agréer des designers, sur base de leurs références et de leur portfolio. Ce jour-là, un designer graphique – spécialisé en packaging – vient présenter son travail. Il a emmené des échantillons de ses projets finalisés. Parmi une série de réalisations intéressantes, il y a un emballage de bonbons particulièrement réussi. Tout le monde le trouve magnifique, clair, et vraiment « classe ». A la fin de sa présentation, il montre d'autres images qu'il a dans son PC. Après quelques images de projets tout aussi aboutis, apparaît un paquet de bonbons vraiment affreux : criard, vulgaire, désordonné. Tout pour déplaire au comité, qui lui fait part de son étonnement. Il s'explique : « Le paquet que je vous ai passé tout à l'heure, celui qui était *classe*, nous l'avons mis sur le marché. En quelques semaines, les ventes se sont effondrées. Il était *trop* classe, et les gens pensaient que c'étaient des bonbons chers, alors qu'ils sont très bon marché. En catastrophe, nous avons donc dessiné celui-ci, et nous l'avons mis sur le marché le plus rapidement possible. Instantanément, les ventes ont repris ! »

Bien entendu, une anecdote n'a pas valeur de preuve, mais elle pose clairement la question : « quand est-ce du design ? » La réponse est probablement un peu plus complexe que l'affirmation « La laideur se vend mal ».

Revenons à l'histoire, et en particulier à la période située après la deuxième guerre mondiale : si les ingénieurs étaient réfractaires au design, le marketing, par contre, s'est aperçu petit à petit du bénéfice qu'il pouvait tirer de ces *artistes* un peu particuliers. Parallèlement, les designers se sont équipés d'une première série d'outils pêchés dans des disciplines voisines. L'usage que le

design fait de la sémiotique est bien connu. Mais d'autres compétences sont également entrées en jeu. Dans son livre *Les coulisses des nouveaux produits*, Nathalie Joulin, qui a géré de nombreux produits de grande consommation, écrit : « Le design a le pouvoir de rendre familier l'étrange¹ et l'étrange familier : il peut à volonté, rendre proche ou étonner. Il doit aussi et surtout rendre beau et apporter ainsi un peu d'émotion et de plaisir au consommateur, en plus des bénéfices fonctionnels. Un design réussi repose sur deux attitudes : à la fois oser, en allant jusqu'au bout du concept produit, et en même temps faire preuve d'une profonde empathie avec le consommateur : comment l'utilise-t-il, comment renforcer son bien-être, son plaisir à l'utilisation ? » (Joulin 2002 : 206).

Quand Raymond Loewy prétendait *éliminer la laideur*, en réalité c'est probablement d'un tout autre travail qu'il s'agissait. Il rendait les formes lisibles quand leur *désordre* les faisait disparaître, il les simplifiait quand leur complexité technique trop visible les assimilait à des monstres, il leur insufflait une dynamique quand elles paraissaient trop statiques. A cette époque de rapides progrès techniques, l'important était de les faire accepter, de *rendre familier l'étrange*. Dès lors, la qualité majeure qu'on demandait au designer, c'était d'être capable de rendre homogène, simple et lisible ce qui apparemment ne l'était pas.

Quelques années plus tard, dans un marché désormais saturé qui n'offrait donc plus assez de place à la croissance, il faudra au contraire *rendre étrange le familier* : faire paraître nouveaux des produits et services qui ne l'étaient pas. Et dès lors on demandera au designer d'étonner, de renouveler. Sa qualité la plus recherchée deviendra la créativité. Les marchés de masse feront désormais l'objet de *modes*, qui rendent obsolètes et désuets tout ce qui a un certain âge.

Ces deux notions évoquent indéniablement celles de *parure* et de *pointe* développées par Armand Hatchuel (Hatchuel 2006 : 494), bien qu'elles ne soient pas totalement superposables.

Durant toute cette période, on voit apparaître une importante diversification du design. Au départ, porté par des architectes et des artistes du mouvement moderne, le design s'est surtout consacré au mobilier. Ensuite, il s'est étendu aux machines et aux appareils, puis il s'est développé de façon exponentielle dans le design graphique. C'est important, parce qu'on était au début du développement du libre service. L'emballage qui n'était jusque-là qu'une protection, allait prendre de l'importance dans le choix des consommateurs, au point que James Pilditch le nommera dans les années soixante « le vendeur silencieux » (Pilditch 1961).

C'est là qu'apparaît une notion que le design ne prenait en compte jusque-là qu'implicitement : le positionnement. C'est précisément l'histoire du pa-

¹ La phrase « making the unfamiliar familiar » est en général attribuée à McDougall, dans son « Introduction to Social Psychology » (1908/1926). Elle est réapparue depuis quelques dizaines d'années, en particulier dans les travaux de Moscovici. La phrase inversée « Making the familiar unfamiliar » est plus récente, et liée souvent à la pensée créative.

quet de bonbons citée plus haut. De façon surprenante, c'est aujourd'hui encore une notion souvent étrangère à pas mal d'entrepreneurs. A ce sujet, un petit atelier pratiqué depuis 15 ans par les conseillers de *Design Wales* est très significatif. Ils placent sur une table une série de bouteilles d'eau de marque différente, et demandent aux participants de les classer par ordre de prix, sur base de leur aspect. En général ils vont réussir le test à 90%. Une ou deux bouteilles ne se retrouveront pas à leur place. Ensuite, ils débriefent avec eux à propos des éléments qui leur ont fait choisir de mettre telle bouteille avant telle autre. Et là les participants vont rapidement comprendre que pour positionner les produit, le designer se sert de tous les éléments sensibles qui sont à sa disposition pour le signifier : formes, couleurs, transparence, fermeté, textures, équilibre, position et matière de l'étiquette, etc. Malheureusement, cet exercice suffit rarement à leur faire admettre la compétence du designer qui a réussi à intégrer tous ces paramètres dans un ensemble cohérent : *tout a l'air si simple, est-ce vraiment du design ?*

De ces différentes pratiques, nous pouvons déceler une première compétence de designer : il doit être capable de *modifier la perception que nous avons de quelque chose* en agissant sur les éléments sensibles qui sont à sa disposition : formes, couleurs, opacité, textures, équilibre, odeurs, etc.

4. La société de l'information

Intéressons-nous maintenant à la société de l'information. A la fin des années soixante-dix, les premiers ordinateurs personnels voient le jour. Le grand public est déjà dans l'ère de l'électronique, pas encore dans celle de l'informatique. Bien entendu on ne parle encore ni d'écrans tactiles, ni d'applicatifs à télécharger. Mais une nouvelle génération d'objets apparaissent où des notions telles que *la forme suit la fonction* n'ont plus aucun sens. La fonction devient invisible, et la seule question fonctionnelle qui se pose au designer c'est : comment interagir avec cette *boîte noire* ?

En ce qui concerne ces objets complexes, le travail du designer se concentre désormais sur la médiation avec la machine. Il doit trouver des formes, des gestes, des dispositions, des couleurs qui permettent à l'utilisateur de se construire des schémas mentaux exploitables. Par des analogies, par des gestes et des chemins intuitifs, et seulement en dernier recours par des signes codifiés.

En effet, la plus grande difficulté que nous rencontrons désormais en tant qu'usagers, c'est que nous sommes entourés de tant d'objets techniques qui n'arrêtent pas d'évoluer, que nous n'avons ou ne prenons plus le temps d'apprendre à les utiliser. Il faut donc que leur usage soit intuitif. Suivant le concept d'*affordance* tel que l'utilise Norman : « You can figure out (the) scissors because their operating parts are visible and the implications clear. The conceptual model is made obvious, and there is effective use of affordances and constraints. As a counter example, consider the digital watch, one with two to four push buttons on the front or side. What are those push buttons for? How would you set the time? There is no way to tell—no evident rela-

tionship between the operating controls and the functions, no constraints, no apparent mappings. » (Norman 2002 : 29). Et « Ceci ne signifie pas aller dans la direction inévitable de la dématérialisation des objets mais, au contraire, procéder vers des formes de rematérialisation consécutives à l'excès de perte de formes. » (Deni 2001 : 5).

Pourtant, les enjeux sont parfois énormes. Les commandes d'avions de ligne, qui n'ont plus aucun lien physique avec leurs ailerons ou leurs moteurs par exemple, doivent induire des mouvements et restituer des sensations qui font comprendre au pilote quand il atteint les limites du décrochage. Quand est-ce du design, et à partir de quand de l'ingénierie et des sciences cognitives ?

Or, dans le cas de l'avion de ligne, nous avons affaire à un pilote professionnel, formé. Mais que se passe-t-il quand le service s'adresse à tous les usagers, quelle que soit leur culture, quelle que soit leur compétence, et que la question de sécurité est tout aussi importante ?

A Sion, dans le Valais, la ville expérimente depuis plusieurs années avec l'opérateur Car Postal un véhicule autonome qui circule sur la voie publique. (Ramseyer, Fragnière et al. 2019) Le service a du succès, et fonctionne plutôt bien. Il génère parfois de petits désagréments, mais n'engendre pas ou peu d'incidents, et jamais d'importants. Bien entendu il est très lent. Actuellement, la navette est censée circuler à 15 Km/h. En réalité, on frise plutôt les 9 Km/h. Il y a bien quelques désagréments, comme par exemple quand le véhicule s'arrête brutalement pour une raison que nous considérerions comme futile, mais vu l'avancée technologique qu'il représente, on peut dire que c'est satisfaisant. Ce service est un test. Il vise donc à repérer les risques, les difficultés et les désagréments rencontrés. La compagnie interroge les utilisateurs et les riverains pour connaître leurs remarques. Et parmi celles-ci, il y en a une qui est très surprenante tant qu'on n'y a pas été confronté : les piétons qui veulent traverser la rue sont inquiets parce qu'ils ne savent pas si la navette les a vus ! Celle-ci n'a évidemment pas d'yeux (identifiables). Or, c'est une des premières choses qu'on apprend aux enfants dans les cours de sécurité routière : « avant de traverser, assurez-vous que le conducteur vous a vu ». Pour essayer de mieux comprendre, autant que pour trouver des solutions au problème, « Car postal », l'opérateur, et l'Université de Lausanne, font appel à des designers pour imaginer des éléments visuels qui pourraient montrer aux piétons que la navette les a repérés. Mais est-ce vraiment du design ?

Si nous comparons cet exemple à celui des machines du XX^e siècle dont il fallait masquer le fonctionnement inquiétant, d'un côté on peut se dire que l'histoire bégaie – il faut rassurer les gens et humaniser la technologie – mais d'un autre côté on est dans tout autre chose : dans le cas présent il faut que chacun puisse interagir avec une intelligence artificielle, un peu comme un voyageur qui rencontrerait des gens dont il ne connaît ni la langue ni les habitudes culturelles, et voudrait échanger avec eux.

Nous avons donc un deuxième élément pour répondre à notre question de départ : on cherche des *designers médiateurs*, capables de faire converser des personnes et des choses autrement qu'avec des mots.

A partir de là pouvons-nous faire le parallèle avec les projets de design qui essaient de rendre l'administration plus accessible, ou l'hôpital plus humain ? En tant qu'usager, nous y sommes dans une situation très similaire : nous voudrions pouvoir interagir, et participer aux décisions d'un processus qui nous échappe, que nous ne comprenons pas, et qui est bien souvent totalement opaque. Et effectivement, depuis quelques années, on fait aussi appel au design dans ces domaines-là. Parce que les services qui nous concernent directement sont devenus aussi complexes que les machines les plus folles. Et parce que leur mode de conception fait qu'ils n'ont plus de cohérence lisible. Les programmes informatiques sont fait d'assemblages de blocs développés par des personnes différentes. Les administrations sont soumises à des décrets successifs empilés depuis la nuit des temps sans tenir compte de l'ensemble. La médecine est pratiquée par une série de spécialistes qui ne (re)connaissent chacun que leur domaine, et semblent oublier que le patient est un tout dont les organes ne sont pas indépendants les uns des autres, et surtout une personne vivante et pensante apte à prendre des décisions pour elle-même. « La réduction du patient à un statut d'usager-bénéficiaire purement passif et celle de l'agent professionnel à celui de pur acteur a une fonction idéologique et pratique bien précise. Il s'agit d'*exclure a priori l'usager-bénéficiaire, ici le patient, des prises de décisions concernant le service et son organisation.* » (Ph. Barnier 2019 : 130)

Il y a donc là un troisième élément de réponse à notre question de départ : on fait appel au designer pour chercher hors de la boîte des solutions qui permettent d'*appréhender l'entière de l'écosystème, et remettre l'humain* – bénéficiaire, usager, utilisateur, partie prenante quelle qu'elle soit – *au centre de la réflexion.*

Quand Joe Julier et Lucy Kimbell (2013 : 6) listent les 7 habitudes du design social, la sixième ressemble fort à ce que nous avons mentionné plus haut : « Make the familiar unfamiliar and the unfamiliar familiar ». Les moyens et les projets diffèrent, mais les humains sont toujours les mêmes, et ont les mêmes attentes. Il y a donc de vraies similitudes entre le design des objets et le design social.

Pourtant, quelque chose est occupé à changer. On a (re)découvert il y a quelques dizaines d'années les vertus de l'intelligence collective. On s'en sert de plus en plus pour chercher des solutions nouvelles, les neurosciences commencent à pouvoir expliquer comment cela fonctionne, et des biologistes nous apportent une idée qui pourrait bien nous aider à avancer : l'homme est né avec la capacité d'intégrer très rapidement des mécanismes d'entraide spontanée, mais pour les maintenir, « il nous faut évoluer dans un environnement où les interactions coopératives sont fréquentes » (Servigne et Chapelle 2017). C'est une autre partie du travail de design social qui s'intéresse en particulier à la démocratie participative et à l'*empowerment* de groupes sociaux. Et où la réponse à la question que nous posait le colloque d'Urbino pourrait devenir : « quand c'est du design... c'est partagé, c'est participatif, c'est co-conçu... »

5. Qu'est-ce qui fait la spécificité du design ?

Au cours de ce tour d'horizon, nous avons pu nous remémorer différentes périodes par lesquelles est passé le design, et comment il a dû chaque fois s'adapter. Au vu de ce parcours conflictuel, parfois chaotique, inconstant, pluriel, parfois mal aimé, plus tard adulé, fierté des uns, honte des autres, faut-il encore se demander quand c'est du design ? Et surtout : peut-on y répondre ?

Il faut bien garder à l'esprit que toute réponse exclurait forcément d'autres pistes possibles, qui pourraient très bien s'avérer pertinentes dans les années qui viennent dont nous ne connaissons évidemment pas encore la teneur. Mais la question reste très intéressante, parce qu'elle nous oblige à réfléchir à propos de cette activité protéiforme qu'est devenu le design. Et parce que pour tenter d'y répondre, on est amenés à se poser d'autres questions :

Qu'est-ce qui fait la spécificité du design ?

Quelles sont les compétences propres d'un designer ?

Ces questions-là se posent aujourd'hui avec acuité. D'une part, parce qu'à force de mettre le design à toutes les sauces, il arrive tout doucement à un point de saturation dans certains milieux. D'autre part, parce qu'il serait temps de mieux connaître et faire valoir les compétences propres des designers : ce qui les distingue des ingénieurs, mais surtout des sciences humaines et des sciences cognitives dont ils ont allègrement emprunté les outils et les connaissances, et avec qui ils travaillent aujourd'hui dans des équipes multidisciplinaires. Si le design veut continuer à exister, il doit savoir et faire savoir ce que les designers peuvent spécifiquement apporter aux équipes, aux projets et plus largement à la société. C'est encore plus important lorsqu'on enseigne le design et en particulier dans le design social, discipline difficile à situer pour la plupart des gens, et qui marche forcément sur un fil qui risquerait de se rompre si le design n'était plus reconnu comme un métier spécifique.

Dès lors, précisons nos questions :

Qu'est-ce qui fait aujourd'hui la spécificité d'un designer ?

Quelles compétences particulières met-il à disposition des équipes de conception dans les différents domaines où il pratique ?

Voici une tentative de réponse, qui s'appuie plus sur l'observation et la réflexion que sur l'expérimentation. Elle n'attend que d'être testée, complétée et validée.

Nous avons repéré plus haut un certain nombre de compétences que l'on prête au designer :

- Le designer est capable de modifier la perception que nous avons de quelque chose en agissant sur les éléments sensibles qui sont à sa disposition.
- Le designer se comporte en médiateur, capable de faire converser des personnes et des choses autrement qu'avec des mots.

- Le designer est capable d'appréhender l'entièreté de l'écosystème et de proposer des solutions qui en tiennent compte.
- Le designer (re)met l'humain au centre de la réflexion.

Essayons maintenant de les catégoriser.

5.1. Des compétences nécessaires mais non spécifiques

Dans un premier temps, le designer met en action certaines compétences et qualités qui lui sont utiles ou nécessaires, mais qui ne lui sont pas spécifiques. Le designer doit être (la liste n'est pas exhaustive) :

empathique,
synthétique,
holistique,
critique
créatif,
et désormais facilitateur

Empathique, cela tombe sous le sens pour tous ceux qui font du design centré sur l'humain. Mais pour une grande part des étudiants qui choisissent d'étudier le design, c'est loin d'être le cas. Leur chemin est parfois long avant de comprendre que le designer ne travaille pas pour lui-même, mais pour celui qui utilisera son travail ou en bénéficiera. Et que la perception de celui-ci peut être différente de celle du designer.

Synthétique, holistique et critique, c'est tout aussi important. On attend du designer qu'il soit capable de pensée systémique, de voir l'image globale du projet – les différentes parties prenantes, les objectifs, les attentes, les contraintes, l'environnement – et puisse le concevoir en gardant à l'esprit l'ensemble de cet éco-système ; qu'il puisse faire des choix, les défendre et les assumer.

Créatif, parce que c'est souvent l'unique moyen de trouver une solution satisfaisante au problème global, mais aussi parce qu'on attend du designer qu'il procure des émotions nouvelles, ou à tout le moins différentes.

Facilitateur, parce que depuis toujours il travaille en équipe, et que désormais il fait participer à la (co)conception ceux qu'on appelle de plus en plus les « experts d'usage ».

Ces qualités sont évidemment primordiales. Il doit les acquérir ou les développer, les exercer, les utiliser quotidiennement, mais on pourrait dire la même chose d'un entrepreneur, d'un chef de produit, d'un journaliste, d'un réalisateur de cinéma, d'un directeur artistique et d'un enseignant. Cela correspond à peu près à l'activité que Manzini nomme « diffuse design » (2015b : 57).

5.2. Des compétences spécifiques

A côté de ces qualités-là, il y a celles qui sont réellement spécifiques au designer, et qui vont faire la différence au moment de finaliser les projets.

5.2.1. Le designer est un médiateur qui traduit l'abstrait en concret, le pensé en sensible.

C'est probablement la plus importante de toutes ses compétences, parce qu'elle s'exerce à chaque étape du projet. Le designer est un médiateur qui n'utilise ni mots ni formules. Nous l'avons vu plus haut dans plusieurs exemples : il fait appel à nos sens pour rendre désirable, accessible ou surprenant, faire comprendre les usages, faire passer les messages. Dès la phase de découverte, il visualise et tangibilise des concepts abstraits, pour les rendre accessibles à tous ceux qu'il interroge, et faire en sorte que chacun – quelles que soient les différences de culture et d'instruction – puisse se représenter la situation, comprendre le problème, et échanger sur des bases communes. Dans la phase de définition, il est capable de rendre visibles et lisibles les éléments collectés, de synthétiser sous forme concrète, de créer et de mettre en scène des scénarios d'usage bien plus parlants que des cahiers des charges. Dans la phase créative, il imagine des expériences, éveille des émotions, induit des *affordances*, et traduit le tout en dessin, en maquette, en prototype, pour que chacun – à commencer par les usagers potentiels – puisse rapidement interagir et proposer des évolutions. Et ainsi de suite jusqu'à l'implémentation.

5.2.2. Le designer procure de l'émotion dans un cadre fonctionnel.

Le designer n'est pas un artiste. Il ne crée ni à partir de rien, ni pour rien. Il s'adresse au quotidien utile, et s'inscrit dans le projet des utilisateurs comme dans celui des producteurs. Mais comme les artistes, et avec les mêmes moyens qu'eux, il s'adresse aux sens pour proposer à chacun une expérience unique. A la différence de l'artiste, le designer doit posséder une culture technique dans des domaines qu'il manipule mais n'a pas forcément choisis, afin de pouvoir interagir avec ses partenaires de conception, et défendre ses idées.

5.2.3. Le designer est capable d'anticiper une expérience visuelle ou sensorielle.

Contrairement à ce qu'on pourrait croire, la faculté à se projeter dans une situation qui n'existe pas encore n'est pas très répandue. On s'en aperçoit très vite quand on organise des ateliers de co-création : ceux-ci ne réduisent pas le travail du designer. Ils lui donnent des guides, des pistes potentielles, lui indiquent des attentes et des craintes. Mais cela reste le designer qui va *projeter* une solution, la dessiner, la chorégraphier, lui donner une personnalité. Cette faculté spécifique du designer se base sur des compétences d'expression autant que sur des compétences de réflexion. C'est d'abord une capacité à *se représenter mentalement* une forme, une perception ou une situation qui n'existent pas encore, et ensuite à l'exprimer pour qu'elle soit perceptible par d'autres. C'est une compétence qui s'entraîne à tous les niveaux, dont le moins difficile n'est pas de déceler ce que les autres perçoivent de ce qui est représenté.

6. Conclusion

En conclusion, nous voudrions expliquer pourquoi nous avons voulu proposer cette lecture de la question du colloque d'Urbino.

Une fois de plus, le design est à un tournant de son histoire, et la recherche en design risque bien de devoir tenir compte de ce virage. Au cours des 50 dernières années, le design s'est servi sans compter dans une série de disciplines voisines, dont il a acquis certaines compétences, et qu'il a intégrées dans son travail pour le rendre plus pertinent, plus rigoureux, plus efficace. C'est l'image de la couronne de pain dont Alain Findeli s'est servi de session en session des ARD (Ateliers de la Recherche en Design)², et dont le concept a largement contribué à leur réussite.

Mais plus récemment, à force de mettre le design à toutes les sauces, les disciplines voisines se sont targuées de certaines de ses compétences, arguant que dans bien des cas on pouvait se passer de designers. Les formations en design thinking, parfois limitées à quelques heures, donnent l'illusion à certains qu'ils ont désormais toutes les cartes en mains pour faire du design. Dès lors, pourquoi faudrait-il encore prendre 5 années bien remplies pour former des designers ? Le risque est grand, qu'à force de s'appropriier les outils, on oublie qu'il faut apprendre à les utiliser. Et que l'image de la couronne de pain devienne surtout celle d'un grand vide central, qui fait penser au chemin où pourrait nous emmener le design thinking, s'il fait le vide autour de lui.

Tout en gardant les riches acquis de ces dernières années, le design doit absolument revenir à ses fondamentaux, s'il ne veut pas sombrer à très court terme, et redevenir *celui qui habille le bossu*,³ ou le « faire valoir » d'autres métiers de la conception, moins proches de l'utilisateur.

Bibliographie

Barrier, Philippe

2019 « Origine et destination du soin médical », dans Deni, M. ; Catoir-Brisson, M.-J. (éds), *La place de l'utilisateur en design*, Ocula, 20, <<https://www.ocula.it/files/OCULA-20-BARRIER-Origine-et-destination-du-soin-medical.pdf>>.

Deni, Michela

2002 « La construction sémiotique d'une interface conviviale », dans Fontanille, J. (éd.) 2002, *Des théories aux problématiques*, Actes du Congrès de l'Association Française de Sémiotique, SÉMIO 2001, Limoges, Pulim. <http://www.ocula.it/archivio/txt/md_interf/interfConviv.htm>.

² Les Ateliers de la recherche en design (ARD) ont été fondés en 2006 par Brigitte Borja, Alain Findeli et Georges Schambach à l'Université de Nîmes. Ils constituaient à ce moment l'unique communauté francophone de recherche en design. Ils ont eu lieu 11 fois jusqu'en 2016.

³ C'est l'expression qu'on utilisait à l'époque où le designer n'était appelé qu'à la fin du projet pour faire du *styling*.

Findeli, Alain

2015 « La recherche-projet en design et la question de la question de recherche : essai de clarification conceptuelle » *Sciences du Design*, 1.

Hatchuel, Armand

2006 « Quelle analytique de la conception ? Parure et pointe en Design », dans Flamand B. (éd.) *Le Design. Essais sur des théories et des pratiques*, Paris, Institut Français.

Joulin, Nathalie

2002 *Les coulisses des nouveaux produits*, Paris, Edition Organisation.

Julier, Joe ; Kimbell, Lucy

2013 *The social design methods menu*, London, The Young Foundation (In perpetual beta).

Loewy, Raymond

1951 *Never Leave Well Enough Alone*, New York, Simon & Schuster (trad. fr. *La Laideur se vend mal*, Paris, Gallimard, 1953).

Manzini, Ezio

2015a *Design, When Everybody Designs – An Introduction to Design for Social Innovation*, Cambridge (Ma), MIT Press.

2015b *Design in the transition phase : a new design culture for the emerging design*. Design Philosophy Papers, Vol. 13, no. 1, 57–62, <<http://dx.doi.org/10.1080/14487136.2015.1085683>>.

McDougall, William

1908 *Introduction to Social Psychology*, London, Methuen & Co.

Norman, Donald A.

2002 *The Design of Everyday Things*. Revised and Expanded Edition. New York, Basic Books.

Pilditch, James

1961 *The silent salesman*, London, Business books limited.

Ramseyer, Randolph ; Fragnière, Emmanuel et al.

2019 *Mieux prendre en compte l'utilisateur dans le design de transport public. Cas d'étude sur les navettes autonomes à Sion*, dans Deni, M. ; Catoir-Brisson, M.-J. (éds), *La place de l'utilisateur en design*, Ocula, 20, <<https://www.ocula.it/files/OCULA-20-RAMSEYER-FRAGNIERE-NANCHEN-EVEQUOZ-EDEN-Mieux-prendre-en-compte-l-usager-dans-le-design-de-transport.pdf>>.

Servigne, Pablo ; Chapelle, Gauthier

2017 *L'entraide, l'autre loi de la jungle*, Paris, Les Liens qui Libèrent.

Sullivan, Louis H.

1896 *The tall office building artistically considered*. Lippincott's Magazine 57 (March 1896) pp. 403-09.

Vial, Stéphane

2017 *Le design*, Paris, Puf.

Yves Voglaire Designer industriel de formation. Il a pratiqué le design de produit et le design d'espace puis est passé résolument au design de service en 2008, en développant dès le départ la co-conception. Parallèlement, il a commencé à enseigner à La Cambre (ENSAV Bruxelles) en 2004, puis à l'Université de Nîmes en 2013 où il est désormais Maître de conférence associé, tout en continuant son activité de designer pour des organismes, des ministères et des services publics. Actuellement, il mène une recherche sur le logement étudiant, axée sur le parcours de l'étudiant, et la gestion participative des logements.

Quando è design When is Design Quand c'est du design

a cura di Michela Deni e Dario Mangano

Post-it

Dario Mangano

Dipartimento Culture e Società, Università di Palermo, IT

dario.mangano@unipa.it

Abstract

The history of the invention of post-it, the famous small piece of yellow paper with a re-adherable strip of glue, help us see how designing can be a way of redesigning more than a creation *ex nihilo*. A designer is who works on the meaning of things, focusing on the relations an artifact creates with humans and non humans. Standing in front of an object, then, the question changes: not *what* is design but *when*.

Keywords

Design; Semiotics; Post-it; Meaning; Activation; Redesign.

Il post-it, il celebre pezzetto di carta giallo cosparso di colla su uno dei lati che la 3M lanciò nel 1980, nacque in realtà da un terribile fallimento. Quello di un chimico di nome Spencer Silver, cui la potente multinazionale proprietaria del marchio Scotch, divenuto per antonomasia il nome del nastro adesivo, aveva commissionato un robusto collante che facesse presa su molti materiali e non lasciasse traccia quando rimosso. La sostanza creata da Silver però non funzionava: si attaccava su molti materiali e non lasciava traccia, è vero, ma era troppo debole, fatto che la rendeva del tutto inutile agli occhi dei dirigenti. L'obiettivo non era stato raggiunto e il povero Silver non poteva che essere considerato un cattivo chimico. Una condizione spiacevole, soprattutto in un ambiente competitivo come quello americano, che il ricercatore dovette sopportare a lungo visto che la sua invenzione risaliva al 1968. In tutto quel tempo però Silver non si era mai dato per vinto, parlando della sua scoperta a incontri e seminari interni all'azienda in cui la definiva come una "solution without a problem". Era così insistente che, non senza ironia, finirono per soprannominarlo Mr. Persistent.

La sua condizione ebbe una brusca svolta nel 1976, quando un giovane chimico di nome Arthur Fry che pensava in modo un po' diverso dai suoi colleghi, assistette a uno di questi seminari. Fry cantava nel coro di una chiesa e si confrontava quotidianamente con un problema non di poco conto: individuare la pagina dell'inno da cantare esattamente quando serviva. Bisognava infatti percorrere rapidamente il grande librone e fermarsi sulla partitura giusta. Avevano provato con delle strisce di carta, ma scivolavano via troppo facilmente lasciando il coro in ambasce. Il post-it era perfetto: sufficientemente stabile da non volare via, ma anche agevolmente rimovibile quando la sequenza dei brani cambiava. Faceva di un libro un ipertesto, con la non trascurabile aggiunta di consentire di riconfigurarli a piacimento. Era fatta? Per nulla, ci vollero circa quattro anni di ottimizzazione perché la 3M decidesse di commercializzare finalmente il prodotto, dando vita a uno dei maggiori successi commerciali dal tempo dell'invenzione della penna biro.

Ecco, questo pezzo si chiama post-it per due motivi: il primo è che, non potendo essere una postfazione, data la natura elettronica e non lineare di questa pubblicazione, ambisce ad "attaccarsi" dove serve; il secondo è che vuole sottolineare l'aspetto che la breve storia del post-it insegna, ovvero il rapporto che esiste tra progetto e senso. Quello che cambia dal 1968 al 1980, quando il post-it conquista il mondo, è infatti null'altro che il senso che si dava a un collante. Ecco, il *quando è design* che dà il titolo a questo volume serve a evidenziare proprio questo aspetto, che mi sembra costitutivo di ciò che possiamo immaginare come il paradigma del design, molto diverso tanto da quello dell'ingegneria quanto dall'arte. Quando Goodman, parlando dell'arte contemporanea, suggerisce di smettere di pensare in termini di *cosa* sia arte per farlo invece nei termini di *quando* lo diventi, non vuole dire che tutto può essere sempre arte in qualunque momento. Non sostiene banalmente che l'arte sta negli occhi di chi guarda, e dunque ogni cosa comunque sia fatta possa essere considerata tale da qualcuno. Sta dicendo invece qualcosa di più profondo e complesso, ovvero che ciò che fa dell'arte ciò che è sono le relazioni

che l'opera intrattiene con quanto che le sta intorno. Persone naturalmente, ma anche cose, edifici, città. Egli ci invita semplicemente a guardare l'opera nella sua interezza, prendendo in considerazione anche tutti i dispositivi che contribuiscono alla sua *attivazione*. L'opera diventa tale quando si danno le condizioni affinché lo sia (Goodman 1968, 1984).

Nell'arte insomma, il primo problema da risolvere è il confine. Per comodità pensiamo a un quadro. Uno spettatore qualunque direbbe che esso termina con la sua cornice. Oltre quella c'è il museo, che non fa parte dell'opera, e poi probabilmente il quartiere, la città, la regione ecc. Spostate la *Gioconda* dal Louvre agli Uffizi e avrete sempre una delle opere d'arte più importati della storia della pittura. Ma fino a che punto possiamo considerare vero tutto ciò? O meglio, fino a che punto un designer potrebbe farlo? Non si tratta di valutare se il Louvre sia più o meno adatto a mostrare uno dei capolavori dell'arte italiana, né se raggiungere questa stessa tela attraversando Firenze anziché Parigi sia più o meno bello, ma che il capolavoro di Leonardo Da Vinci non sarebbe più *esattamente* lo stesso. Non cambierebbe nessuna pennellata del maestro naturalmente, ma guardandolo e sapendolo lì non ne avremmo la medesima idea. Quello che sarebbe diverso sarebbe appunto il senso di quell'opera, che è poi il motivo per cui la riteniamo tale.

Il punto, per Goodman, è che il confine dell'opera, al contrario di quello della tela, non può essere stabilito a priori semplicemente guardando a essa, ma si dà a posteriori di un processo in cui se ne considera il valore sociale e culturale. Faccio notare che ho parlato di "tela" e non di "quadro" perché il primo spazio problematico, prima ancora del museo, è proprio quello della cornice. Stoichita ha mostrato bene come nella lunga storia della pittura gli artisti abbiano fatto dialogare incessantemente ciò che stava sulla tela con quella sorta di confine che era la cornice, ora proiettando l'immagine oltre essa, ora facendone un muro, ora moltiplicandola al suo interno, ora curvandola, decorandola, dipingendovi sopra, insomma giocandovi incessantemente (Stoichita 1993). Senza finestra non c'è quadro, e la cornice è lì a ricordarcelo, facendo di un'immagine questo tipo di "oggetto teorico". Quello che fa Goodman è allora allargare ulteriormente lo sguardo, comprendendo nella sua prospettiva teorica non solo la cornice ma ogni altro *dispositivo* che contribuisca a fare di un'opera ciò che è.

Se si assume tutto questo, si capisce per esempio che quella che Benjamin chiamava l'aura di un'opera d'arte, facendo discendere da essa il suo superiore valore e la sua irriproducibilità (Benjamin 1937), possa perfettamente "migrare", come scrivono Bruno Latour e Adam Lowe nel saggio che rende conto di un esperimento molto interessante per noi. La realizzazione di un oggetto che sta a metà fra arte e design. Il caso in questione riguarda l'opera del Veronese dal titolo *Le nozze di Cana*, una tela di grandi dimensioni (9,9 x 6,77 m) che si trova oggi al Louvre, posizionata proprio di fronte alla *Gioconda*. Uno dei tanti trofei che Napoleone portò con sé alla fine del Settecento. Ovviamente nessuno guarda questo quadro. In parte perché la sua fama è surclassata da quella del piccolo ritratto, certo, ma forse non soltanto per questo. Proprio Adam Lowe, nel 2006, è stato a capo di un progetto dell'azienda *Factum Arte*

per realizzare una riproduzione dell'opera del Veronese che potesse essere ricollocata nel luogo per il quale era stata pensata e realizzata dall'artista, ovvero il refettorio del monastero benedettino progettato da Andrea Palladio sull'isola di San Giorgio a Venezia. Dal punto di vista tecnologico si trattava di una sfida senza precedenti. Lowe non pensava infatti la riproduzione come una mera scansione bidimensionale di un'immagine, ma come la riproduzione tridimensionale ad alta risoluzione di una tela, in modo che fosse possibile percepire addirittura le pennellate dell'artista (Latour e Lowe 2011). Si tratta di un'operazione estremamente complessa e affascinante, ma arrivo subito al punto: una volta ricollocata nella sua sede, la copia ha preso a funzionare in modo completamente diverso dall'originale. Ciò che è cambiato è il senso delle scelte fatte dall'artista. L'opera era infatti pensata per essere guardata da un certo punto di vista, con una certa illuminazione, e perfino facendo un'attività specifica. Il risultato fu che l'aura di questa copia era molto più efficace, tangibile e intensa dell'originale, suscitando negli spettatori sensazioni che il quadro del Louvre, privato dei suoi dispositivi di attivazione, non suscitava. L'operazione fatta da Lowe era allora al contempo molto semplice e molto densa di significato: restituiva all'opera le sue condizioni di significazione ripensandone i confini, e dunque quello che comunemente chiamiamo la sua "natura", anche se, ovviamente, non ha nulla di naturale. Per capire il funzionamento di quella tela aveva dovuto riconfigurarne la percezione a partire dal senso che immaginava avesse avuto.

Torniamo allora al nostro post-it che, evidentemente, è più di un pretesto rispetto alla pubblicazione che lo contiene. Credo infatti che questo caso evidenzi molto bene quanto il cambio di focalizzazione suggerito da Goodman sia pertinente rispetto al design. Idealmente il design, inteso come progetto, segue l'insorgere di un problema, creando dispositivi più o meno materiali che servano a risolverlo. Prima il problema, poi la soluzione. Era, in fondo, l'approccio di Silver e dell'azienda per cui lavorava, che aveva bisogno di un adesivo forte ma riposizionabile che però il chimico non riuscì a realizzare. Dall'essere la soluzione a un problema era diventata una soluzione senza problema per via dell'incapacità del suo creatore. Fu lì che entrò in scena Fry portando a mio avviso in quel sistema il metodo del designer. Quello che fece non fu trovare un altro problema cui quel funzionamento si confacesse, ma percepire un'intera classe di problemi che fino a quel momento nessuno considerava tali, cambiando il funzionamento di un sistema complesso di gestione dell'informazione. *Problem making* e non *problem solving*, che non è creare problemi ma vederli dove nessuno li riconosce. Non si trattava solamente di aiutare un certo numero di coristi di una chiesetta del Minnesota, quello fu solo l'inizio. Negli anni di messa a punto che seguirono, i prototipi dei post-it furono collaudati negli stessi uffici della 3M per scopi che non avevano nulla a che fare con i cori ma con le normali attività che vi si svolgevano. L'idea di Fry, in fondo, era quella di creare un segnalibro tenace, che desse la possibilità di delocalizzare su un supporto qualunque brevi messaggi verbali che un quaderno avrebbe tenuto ben saldi insieme. Non soltanto si poteva superare la sequenzialità della rilegatura, ma anche appiccicare parole a cose, staccando

e riattaccando a piacimento, e, quando le note non erano più necessarie, accartocciarle e gettarle con soddisfazione nel cestino. Un gesto liberatorio che i quaderni impedivano, non foss'altro perché contenevano altre informazioni di cui non ci si poteva disfare.

Si potrebbe concludere a questo punto che Fry non fece nulla se non immaginare un uso per un'invenzione fatta da qualcun altro, ma anche questo sarebbe sbagliato. Fu Fry a capire che la colla non andava applicata sull'intera superficie del foglio di carta ma solo su un lato. Un dettaglio, è vero, ma che ebbe grandi conseguenze: la semplicità nello staccarlo e riattaccarlo, la presenza di un lembo non appiccicoso da poter toccare, perfino il fatto che questa parte rimanesse sempre un po' sollevata, quasi il foglietto giallo invitasse a staccarlo per riposizionarlo ancora e ancora.

Inutile dire che anche prima del post-it si prendevano brevi appunti, si teneva traccia degli appuntamenti e si riusciva a cantare il brano giusto in chiesa. Lo si faceva con la normale carta, con le lavagne, con i dittafoni e naturalmente con le segretarie. In altre parole – ed è questa una caratteristica ricorrente nel design – Fry non aveva inventato nulla in senso stretto. La sua non fu una creazione *ex-nihilo*, ma la reinvenzione di qualcosa che esisteva già sotto altre forme. Non soltanto gli appunti, ma anche la colla. Molto più spesso di quanto non si creda il design consiste nel ridisegnare qualcosa piuttosto che nel disegnarla (e dunque crearla), al punto che l'attività del designer, rispetto a quella di altri progettisti, sembrerebbe risiedere proprio in questo particolare approccio (Latour 2009). Ridisegnare non significa abbellire, ma ripensare in profondità proprio quella rete di relazioni che dà forma a una configurazione più o meno complessa al centro della quale si trova l'artefatto che viene riprogettato, ma che non necessariamente si risolve in esso. Alla fine, il post-it ha cambiato il modo di concepire non solo come si tiene traccia di appuntamenti e impegni, ma anche, un esempio fra tanti, di visualizzare concetti durante un brainstorming di un'agenzia pubblicitaria, in cui i celebri foglietti gialli vengono appiccicati dai partecipanti su una parete bianca, riposizionandoli di continuo. Da qui l'altra caratteristica che contraddistingue il modo di fare del designer rispetto a quello di altri progettisti: l'attenzione per il dettaglio. Quando Fry mette a punto il post-it lavora sui particolari più minuti. Sulla grandezza della striscia adesiva, sul colore della carta, sul formato del foglio. Sapeva bene che la differenza fra una trovata destinata a un rapido oblio e un oggetto che funziona sta sempre nei particolari. È da essi che discende in definitiva il senso dell'oggetto, proprio come il caso delle *Nozze di Cana* dimostra bene.

Ecco allora cosa *Quando è design* ha cercato di fare: applicare alla teoria del design quello che un designer fa di solito a un oggetto. Proporre un altro punto di vista, ridisegnando proprio il modo di intendere l'attività di questo specifico tipo di progettista diverso tanto dall'architetto quanto dall'ingegnere, ma anche dal chimico o dall'informatico. Se il design non è un problema di *cosa* ma di *quando* ciò che cambia è la natura del progetto e i suoi confini. Non si tratta di "fare cose" ma di ripensare relazioni che possono incarnarsi in oggetti, e che però non necessariamente lo faranno. Cambia anche la natura

fisica del progetto: non più disegno tecnico ma schema, schizzo e, perché no, testo verbale. Qualunque cosa consenta insomma di comunicare il modo in cui una catena di relazioni può essere ri-pensata. A tenere insieme tutto ciò l'idea che questa attività concreta non possa esistere se non insieme a una più astratta che ha nella percezione e nella manipolazione del senso di un oggetto il suo nucleo fondamentale. Piaccia o no, il design è una questione semiotica.

Bibliografia

Benjamin, Walter

1937 *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*; trad. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi 1966.

Goodman, Nelson

1968 *Languages of Art*, Indianapolis, Bobbs-Merrill; trad. it. *I linguaggi dell'arte*, Milano, Il Saggiatore 2008.

1984 *Art in Theory and Art in Action*, in id. *Of Mind and Other Matters*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.); trad. it. *Arte in teoria arte in azione*, a cura di P. Fabbri, Milano, *et al.* 2010

Latour, Bruno

2009 “Un cauto prometeo? Primi passi verso una filosofia del design”, in D. Mangano, A. Mattozzi, a cura di, *Il discorso del design. Pratiche del progetto e saper-fare semiotico*, E/C Serie Speciale, nn. 3/4, Roma, Nuova Cultura.

Latour, Bruno, Lowe, Adam

2011 “The Migration of the Aura – or How to Explore the Original Through Its Facsimiles”, in T. Bartscherer and R. Coover, eds, *Switching Codes. Thinking Through Digital Technology in the Humanities and the Arts*, Chicago, University of Chicago Press pp. 275-297; trad. it. «La migrazione dell'aura. Ovvero come esplorare l'originale attraverso le sue copie» in D. Borsa, *Materiali di Estetica, Memoria e identità del luogo. Il progetto della memoria*, Milano, Maggioli 2011, pp. 49-72.

Stoichita, Victor

1993 *L'instauration du tableau*, Paris, Klincksieck, trad. it. *L'invenzione del quadro*, Milano, Il Saggiatore 1998.

Dario Mangano è Professore associato di Semiotica, Semiotica del Design e Semiotica del Brand all'Università di Palermo. Scrittore e saggista, collabora a “la Repubblica” e a “doppiozero”. Fra le sue pubblicazioni: *Semiotica e design* (2008), *Che cos'è il food design* (2014), *Che cos'è la semiotica della fotografia* (2018), *Ikea e altre semiosfere* (2019).