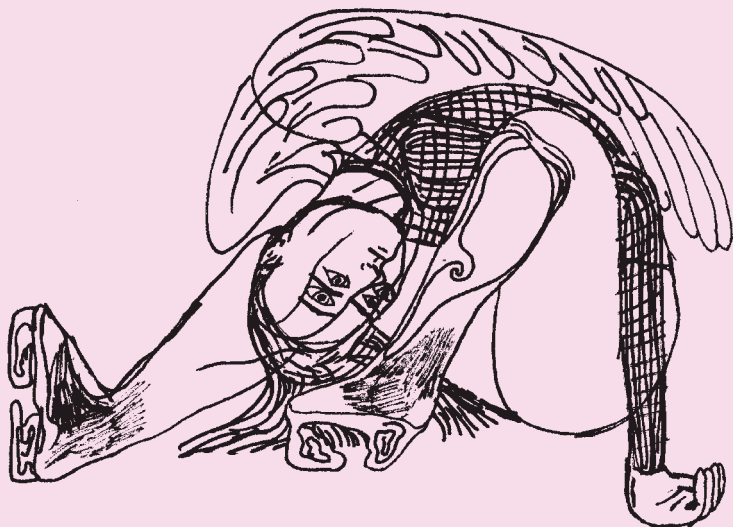


IL DESIGNER
SENZA QUALITÀ
Saggi su design e disillusione

Silvio Lorusso



KP030

Traduzione: Silvia Dal Dosso
Illustrazione di copertina: Jaakko Pallasvuo
Progetto grafico: Francesco D'Abbraccio, Andrea Facchetti

Edizione originale: *What Design Can't Do*
Eindhoven: Set Margins', 2023.
Prima edizione italiana, settembre 2025.
ISBN: 9788894740189

Krisis Publishing
www.krisispublishing.com

IL DESIGNER
SENZA QUALITÀ
Saggi su design e disillusione

Silvio Lorusso

«Il design ti deprime un po'? Questo libro potrebbe aiutarti a capire perché. Potrebbe anche farti sorridere. Con tatto ma senza fare sconti, Silvio Lorusso propone un'analisi ponderata su come il design sia stato "gonfiato" e su cosa ciò comporti davvero per chi lo pratica. Dopo aver letto questo libro, il design non ti sembrerà più lo stesso.»

– Guy Julier, autore di *Economies of Design*

«Cosa succede quando il design non fa che gettare fumo negli occhi, e non può più pretendere di essere un modello di cambiamento? È questa la domanda posta da Silvio Lorusso. Com'è che la forma, per quanto *cool* e *disruptive*, è diventata così futile e stanca? Da leggere con cautela: non possiamo più proiettarci fuori da questa dolorosa consapevolezza.»

– Geert Lovink, autore di *Le paludi della piattaforma*

«Il disincanto del design è il disincanto del mondo. Questo libro è una lettura necessaria, e non solo per gli specialisti. Perché il design ci riguarda tutti, e capire dove il design fallisce ci aiuta a capire dove invece riesce.»

– Emanuele Quinz, autore di *Strange Design*

«La migliore critica italo-pessimista del design.»

– Clara Laguer, operatrice culturale e divulgatrice di letteratura grigia

INDICE

PROLOGO. STARTER PACK	13
1. Nel mezzo	35
PARTE I. ASPETTATIVE	83
2. Everything Everyone All at Once: Il panprogettismo	85
3. Una relazione complicata: Sintesi e autonomia	117
4. Ribaltare il tavolo: Potere e impotenza	163
PARTE II. REALTÀ	211
5. La forma segue il formato: Semi-automazione e professionalismo culturale	213
6. Kritikaoke: Politiche ornamentali e identità come skill	265
7. La scuola come mondo reale: Aspirazioni e compromesso	313
EPILOGO. RAGEQUIT	367
Ringraziamenti	388
Bibliografia	392
Indice dei nomi	416

Ai miei amici

«La sfida della modernità è vivere senza illusioni, e senza diventare disillusi.»

– Antonio Gramsci, 1930¹

«Fino ad oggi, la storia del design è rimasta una storia di sconfitte, subite dalle altisonanti aspirazioni dei designer nella loro battaglia contro l'utilizzo imposto da *Das Kapital*.»

– Hans Magnus Enzensberger, 1972²

1. Antonio Gramsci. *Quaderni del carcere*. Roma: Editori Riuniti, 1971, p. 111.

2. Hans Magnus Enzensberger. "Remarks Concerning the New York Universitas Project." In Emilio Ambasz (a cura di). *The Universitas Project: Solutions for a Post-Technological Society*. New York: The Museum of Modern Art, 2006, p. 107.

PROLOGO

STARTER PACK

«[...] un fantastico paradosso [contraddistingue] la nostra moderna società industriale, [e il] modo in cui viviamo e agiamo. È la contraddizione tra l'onnipotenza che rivendichiamo sull'ambiente fisico – in effetti la tecnica non smette di progredire e ci permette ormai di dominare i fenomeni naturali ed estrarre una quantità crescente di energia – e lo spaventoso caos, il sentimento d'impotenza che invece si manifesta quando abbiamo a che fare con i problemi della società e della natura umana. Il funzionamento dei sistemi sociali continua a sfuggirci.»

– Paul Cardan (Cornelius Castoriadis), 1965¹

«Presto il caos sarà il nostro denominatore comune, lo portiamo in noi e lo troveremo simultaneamente in mille luoghi, dappertutto il caos sarà il futuro dell'ordine, l'ordine già non ha più senso, non è più altro che un meccanismo vuoto e noi ci logoriamo nel perpetuarlo perché ci voti all'irreparabile.»

– Albert Caraco, 1982²

«In pratica, la vita di un designer è naturalmente confusa, informale e soggetta a imprevisti come lo è la vita della maggior parte delle persone; non solo dietro le quinte, ma a volte anche davanti.»

– Norman Potter, 1969³

Secondo Victor Papanek, pioniere dell'ambientalismo, designer controculturale e critico esplicito del consumismo statunitense, il design implica uno «sforzo cosciente per imporre un ordine

1. Cornelius Castoriadis. "La crisi della società moderna." In Raffaele Alberto Ventura (a cura di). *Contro l'economia*. Roma: Luiss University Press, 2022, p. 71.

2. Albert Caraco. *Breviario del caos*. Milano: Adelphi, 1998, p. 93.

3. Norman Potter. *What Is a Designer. Things, Places, Messages*. London: Hyphen Press, 2006, p. 19.

significativo.» Rassestare una scrivania, curare una playlist per una festa, strutturare i capitoli di un libro... tutte queste attività possono dunque essere intese come atti di design. È tuttavia sconcertante rendersi conto che pochissime occupazioni umane sfuggono a questa definizione. Se le cose stanno così, quale sorta di ordine particolare dovrebbero imporre i designer? Ed è tale ordine in qualche modo più stabile rispetto a quello, fragile e provvisorio, che tutti noi tentiamo di ritagliare, come una schiera di industriosi archivisti nella torre di Babele?

Il design ha a che fare con l'ordine ma, come ben sa un qualsiasi genitore che entri nella cameretta di un giovane figlio, il prerequisito dell'ordine non è il vuoto, ma il caos.⁴ Il libro che stai leggendo si colloca appunto in questo caos. Uno strano libro di design, insomma, dato che è volto a esplorare il disordine che non può essere contenuto, la confusione che straripa oltre le dighe di ciò che consideriamo organizzato e progettato, inclusi i nostri modelli mentali e le nostre soggettività. Per imporre un ordine significativo è necessario innanzitutto tracciare una linea che separa

4. La scrittrice Mary Shelley lo aveva già osservato nel 1831: «L'invenzione, bisogna ammetterlo con umiltà, non consiste nel creare dal vuoto, ma dal caos.» La citazione proviene dalla prefazione al suo romanzo *Frankenstein o il moderno Prometeo*. La trama sembra suggerire che tracce di caos abitino l'ordine, o persino che l'ordine non sia altro che caos rattoppato provvisoriamente, come il corpo-cadavere del mostro. Cfr. Maria Popova, "‘Frankenstein’ Author Mary Shelley on Creativity," *The Marginalian* (blog), 25 giugno 2018. <https://www.themarginalian.org/2018/06/25/mary-shelley-creativity-frankenstein-1831/>.

ciò che è soggetto alla progettazione – quello che i designer generalmente chiamano “il problema” – da quello che non lo è. Il design è dunque un cerchio magico che produce innanzitutto un interno ordinato e un esterno caotico. I designer proteggono e rielaborano i mutevoli confini del cerchio,⁵ collocando idee, cose e persone al suo interno o al suo esterno. Ma la linea è porosa: i nostri tentativi di fare ordine sono inevitabilmente artificiosi e il loro esito necessariamente instabile: l'entropia corrode quelle isole negentropiche che chiamiamo progetti. L'ordine è sempre sotto assedio: il caos si insinua, corrompe il cerchio magico, ne erode i contorni. Questa collezione di saggi traccia tale erosione. Mentre ciò che sta dentro il cerchio magico del design può essere definito, il caos che lo circonda può solo essere descritto, perciò *Il designer senza qualità* è un lavoro descrittivo più che prescrittivo.

Si direbbe che oggi il caos prevalga sull'ordine. I sistemi logistici su scala globale paiono difettosi tanto quanto i nostri piccoli progetti di vita. È per questo che il design è così polarizzato: esso ci pare onnicomprensivo, infrastrutturale, planetario, grande, sconcertante; eppure al tempo stesso improvvisato, ad hoc, minimo, volatile. «La cultura del design di oggi è un'espressione delle nostre vite prototipo – lamenta Geert Lovink – [...] la precarietà come stile di vita aperto

5. La tendenza generale è verso l'estensione del confine: «E così siamo stati costretti a espandere i confini dei sistemi con cui abbiamo a che fare, tentando di internalizzarne le esternalità.» Horst W. J. Rittel e Melvin M. Webber. “Dilemmas in a General Theory of Planning.” *Policy Sciences* 4, no. 2 (1 giugno 1973): 155–69, p. 159.

e libero si impantana in una serie infinita di fallimenti. I progetti saltano o non finiscono mai. La vita sembra una fila infinita di proposte.»⁶

Ogni problema è “perfido” (*wicked*):⁷ la sua risoluzione è temporanea, il suo paradigma in continuo cambiamento, il suo focus in evoluzione. Come si fa a formulare l’ennesima definizione astratta del processo progettuale quando le circostanze di una realtà confusionaria sono così imponenti? Al design non resta che una sola opzione: fissare il caos negli occhi, rinunciando alla nozione alquanto rassicurante di “complessità”.⁸ Perché il caos è più che complesso: la complessità è un campo in cui varie forme di competenza concorrono tra loro; il caos è il represso che ritorna quando gli esperti falliscono. Se, come sostiene James Bridle, «la complessità non è una condizione da domare e controllare: è una lezione da imparare»,⁹ il caos è piuttosto un lamento che non ha nulla da insegnare.

Le cose non appaiono solo intricate: sembrano prive di significato, aliene, persino a chi come noi si è consacrato alla causa dell’ordine. I designer sono combattuti tra il dover credere, per motivi professionali e vocazionali, nella promessa

6. Geert Lovink. “Precarious by design.” In Silvio Lorusso. *Entreprenariat: Siamo tutti imprenditori. Nessuno è al sicuro*. Brescia: Krisis, 2018, pp. 10-2.

7. Un *wicked problem*, spesso tradotto in italiano come “problema intrattabile,” è un problema che non può essere risolto in modo univoco e definitivo perché la sua formulazione è incompleta, mutevole o persino contraddittoria. Il termine è stato coniato dai teorici del design Rittel e Webber, *op. cit.*

8. Non sorprende che molti articoli e saggi di design siano introdotti da un tributo alla complessità.

9. James Bridle. *Nuova era oscura*. Roma: Nero, 2019, p. 153.

moderna di un ordine armonico e fluido, e il trovarsi intrappolati in una realtà assurda e glitchata. Essi rappresentano il tipo ideale di una soggettività ipermoderna: evangelisti disillusi che hanno perso la fede.

«Il Disordine è la Legge,» dichiara l'architetto Jeremy Till: «Mi ci è voluto tutto questo tempo per capire che forse l'architettura è un guazzabuglio; non un guazzabuglio estetico, ma un guazzabuglio sociale e istituzionale molto più complesso.»¹⁰ Scrivendo negli anni Settanta, l'architetto Giancarlo De Carlo si mostrava più fiducioso: «Il solo suono della parola disordine provoca in genere incontenibili nevrosi, perciò bisogna precisare che per disordine non si intende l'accumulazione di una disfunzione sistematica, ma al contrario l'espressione di una funzionalità superiore capace di includere e rendere manifesto il gioco complesso di tutte le variabili coinvolte in un evento spaziale. [...] la salvezza del mondo – in tutti i campi, dalla politica all'estetica – è nel disordine come alternativa di un ordine costrittivo e sopraffattorio che non può più essere condiviso.»¹¹ È grazie a un simile spirito che Henri Bergson poteva concepire il caos come un ordine che non riusciamo a vedere.¹² E se invece considerassimo l'ordine come un caos che cerchiamo di ignorare? Theodor Adorno credeva che il compito

10. Jeremy Till. *Architecture Depends*. Cambridge, MA: MIT Press, 2013, p. XII.

11. Giancarlo De Carlo. *La piramide rovesciata: Architettura oltre il '68*. Macerata: Quodlibet, 2018, pp. 113-4.

12. Citato da Tomás Maldonado. *La speranza progettuale: Ambiente e società*. Torino: Einaudi, 1997, p. 112.

dell'arte fosse quello di mettere il caos in ordine.¹³ Cerchiamo almeno di metterlo a fuoco.

A proposito del suo libro *Composing a Life*, l'antropologa Mary Catherine Bateson ha scritto che il progetto «è nato da una riflessione infelice sulla mia vita come una sorta di disperata improvvisazione in cui ho cercato costantemente di creare qualcosa di coerente da elementi contrastanti per adattarlo a scenari in rapida evoluzione.»¹⁴ Qui mi confronto con una simile urgenza, che credo sia sentita da molti. Per farlo, esploro i meccanismi messi in atto per mantenere l'illusione dell'ordine e la fiducia in coloro che possono realizzarlo. L'obiettivo è fare luce sul senso di disillusione che deriva dalla distanza tra aspettative ben ordinate e una realtà caotica. Mettere a fuoco questa distanza potrebbe apparire una missione estranea al design, ma ne costituisce in realtà l'essenza. Dopotutto, identificare un problema non significa altro che «sapere cosa distingue una condizione osservata da una condizione desiderata.»¹⁵ Lo scopo, dunque, non è quello di sanare la disillusione, ma di comprenderne l'origine e il modo in cui influenza convinzioni e comportamenti. Per farlo, dobbiamo collocarci *nel mezzo*, osservando come i designer siano costretti a destreggiarsi tra gestione ed esecuzione, facoltà tecniche e umanistiche, autonomia

13. Theodor W. Adorno. *Minima moralia: Meditazioni della vita offesa*. Einaudi, 1954.

14. Bateson citata da Penelope Green. "Mary Catherine Bateson Dies at 81; Anthropologist on Lives of Women." *The New York Times*, 14 gennaio 2021. <https://www.nytimes.com/2021/01/14/books/mary-catherine-bateson-dead.html>.

15. Rittel e Webber, *op. cit.*, p. 159.

e dipendenza, potere e sottomissione, burocrazia e innovazione, le cose e il sé.

Che sembianze ha il caos che circonda il cerchio magico del design? Non essendo in grado di generalizzare, poiché il caos assume per ognuno dei tratti diversi, posso soltanto provare a descrivere il disordine che circonda me: una lista draconiana di stili di paragrafo in InDesign, un sito su Indexhibit andato perduto, un logo commissionato su Fiverr per farsi una risata, una visita distratta alla Dutch Design Week, un errore 404 in una pagina web statica dovuto all'URL sbagliato di jQuery, una pila di fanzine stampate in risograph, il visto in scadenza di uno studente, il debole segnale del WiFi eduroam, una mostra finanziata tramite crowdfunding, un poster sull'Antropocene che contiene funghi e batteri, una scrivania Linmon-Lerberg dell'IKEA che passa da una stanza in affitto all'altra, il report di uno stage non pagato, un *video essay* scandito da una voce femminile nordamericana fuoricampo, un *ad* su Instagram seguito da un meme di @dank.lloyd.wright, un mucchio di polverosi libri Taschen abbandonati a casa di mio padre, font variabili, borse a tracolla ambulanti, persone vestite come poster, cartelli di protesta fatti a mano, post-it, un DJ set dub, alcuni asset gratuiti per Cinema 4D, una polemica su Twitter sul nuovo brand della CIA, una tesi triennale sul transumanesimo, una mail urgente da un cliente insopportabile, un errore di allineamento su una tiratura di 1200 copie, due ernie al disco, un MacBook Pro con la Touch Bar, un paio di ciabatte Lidl, un abbonamento scaduto

alla Creative Cloud di Adobe, le quotidiane esortazioni di Stefan Sagmeister, una richiesta di finanziamento macchiata di caffè, il pattern a spirale di e-flux, un bootleg ironico del cappello MAGA, un portfolio di 10 pagine (massimo 10mb), un “video-gioco” esplorativo fatto con Unity, una sedia tubolare di Marcel Breuer (collaudata una volta sola in un ufficio aziendale), questo stesso file Markdown editato in *dark mode*.

Chi ha familiarità con il design nel cosiddetto Nord globale (e probabilmente anche altrove) potrebbe riconoscere alcuni di questi elementi come parte del proprio *starter pack*. “Starter pack” è il nome di un meme in cui le caratteristiche distintive di una certa professione, sottocultura o fandom sono disposte su fondo bianco,¹⁶ sotto forma di oggetti, strumenti, libri o persino abitudini. Spesso il “pacchetto” include abiti e accessori, mostrando che la nostra identità professionale tende immancabilmente a conformarsi a un certo stereotipo, e a comunicarlo. Esistono persino starter pack diversi per diverse categorie di designer, come lo starter pack dello “studente di graphic design”, quello del “designer pretenzioso,” quello del “come far infuriare un grafico,” ecc. La giustapposizione dei vari elementi suggerisce che in fondo non c’è differenza tra strumenti, dispositivi, libri o accessori: sono tutte appendici dell’identità che contribuiscono a un senso di appartenenza e, in alcuni casi fortunati, all’accumulo di prestigio. Questo meme ci indica anche qualcos’altro, ossia che l’identità è formata dalla combinazione

16. Vedi <https://knowyourmeme.com/memes/starter-packs>.



Uno starter pack relativo al graphic design particolarmente di nicchia. @screensaviors (2016).

tra produzione professionale e consumo. O addirittura che la professione è, almeno in parte, una forma di consumo.¹⁷ Un insieme incoerente di roba “di design” che fluttua su una tela bianca dovrebbe generare alchemicamente un carattere personale e un significato personalizzato. Mieke Gerritzen e Geert Lovink parlano di «un ambiente estetico che circonda la tua personalità, pieno di idee, cose ed esperienze seducenti.»¹⁸ Ma questa forma di identificazione estetica è fragile. Un'altra formula memetica di recente invenzione afferma che “*designer is not a personality*” (designer non è una personalità), contribuendo alla sensazione strisciante che la professione, così come il consumo, sia un mezzo insufficiente per costruire un'identità solida e stabile.

Guardando più specificamente al graphic design, uno starter pack estremamente denso e complesso è quello costruito nei suoi tre anni di vita del canale Tumblr *Critical Graphic Design*.¹⁹ Visitandolo ci si trova a scrollare attraverso una pletora di *inside joke* indecifrabili (alcuni già in qualche

17. Questo punto è approfondito nel quinto capitolo.

18. Mieke Gerritzen e Geert Lovink. *Made in China, Designed in California, Criticised in Europe: Design Manifesto*. Amsterdam: BIS Publishers, 2020. In origine, il sottotitolo del libro doveva essere “Amsterdam Design Manifesto,” una scelta azzeccata che colloca il caos progettuale specifico descritto dagli autori. Avendo vissuto nei Paesi Bassi per diversi anni, ne comprendo il punto di vista. Per questo motivo i loro libri appariranno spesso nelle pagine seguenti. Tuttavia, mentre Gerritzen e Lovink si concentrano principalmente sullo stato contemporaneo del design, io mi concentro sullo stato dei *designer*, che sono i primi a essere riprogettati dalla loro disciplina.

19. <https://criticalgraphicdesign.tumblr.com>.

modo superati, dato che il blog non è più attivo dal 2015), tra l'ossessione per i designer-intellettuali d'avanguardia provenienti in particolare da Paesi Bassi, Regno Unito e Stati Uniti (come ad esempio Experimental Jetset, Zak Kyes e Michael Bierut), la parodia della "criticalità" come atteggiamento da esibire, qualche screenshot modificato dell'interfaccia di Photoshop, e inesistenti libri di teoria potenzialmente iperstizionali.²⁰ Appare qui evidente il meccanismo di autocanonizzazione tipico delle nicchie, così come la fissazione per le scuole di design Ivy League come Yale (fissazione espressa però mostrando le foto dei muletti meccanici dell'azienda omonima), un ironico abbandono al design amatoriale, una sensibilità per la precarietà e le avversità del mercato del lavoro, qualche sfogo sull'ipocrisia del design politico, un'acuta consapevolezza del consumismo e della professione come due ambiti che si intersecano (*Everything is stuff*, tutto è fatto di cose, un libro di Metahaven così come un paio di sneakers Nike o una maschera di Guy Fawkes). Infine, qualche venatura di disillusione: «le rose sono rosse, le viole sono blu, vi prego, vi prego non studiate graphic design.»

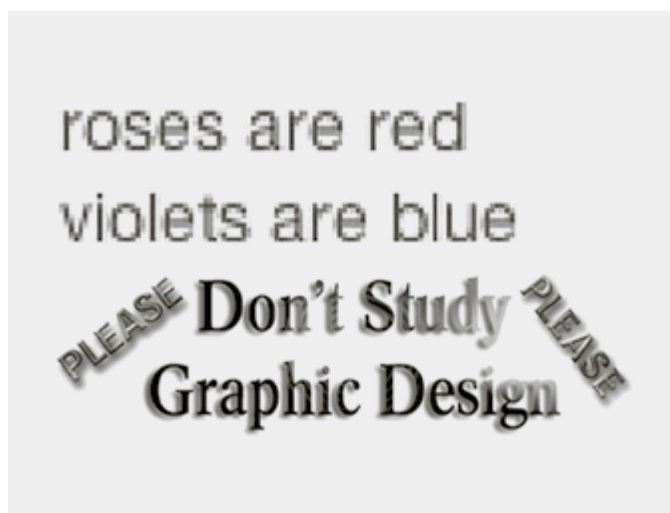
Il critico di design Francisco Laranjo ha lamentato la mancanza di coerenza del blog, ma ciò che conferiva a Critical Graphic Design il suo carattere distintivo era proprio la sua schizofrenica

20. "Iperstizione" è un termine coniato dallo scrittore e filosofo Nick Land. Un *portmanteau* delle parole "iper" e "superstizione", suggerisce che le idee possono essere sospinte e rafforzate nell'arena culturale, agendo come profezie memetiche che si autoavverano. Vedi Delphi Carstens. "Hyperstition." *Orphan Drift Archive* (blog), 2010. <https://www.orphandrifarchive.com/articles/hyperstition/>.



GRMMXI (2014).

Fonte: <https://grmmxi.fi/post/75583597164>.



polivocalità.²¹ La critica non è automaticamente più coerente del discorso che intende mettere in discussione. Inoltre, ciò che il gruppo anonimo dietro al blog suggeriva, ormai quasi un decennio fa, è che accanto agli elementi visibili riferiti allo stile di vita e agli oggetti professionali che definiscono la personalità del designer, esiste uno starter pack nascosto,²² composto da fattori silenziosi e a volte persino inconsci: procedure burocratiche da incubo, problemi finanziari, famiglie ricche, pregiudizi di genere, clienti di merda, stage non retribuiti, dinamiche di micro o macro-celebrità, finanziamenti generosi o assenti, reti di amici, pettegolezzi e così via. Questi fattori minacciano e al contempo sorreggono il progetto di fare progetti: il progetto di vita professionale di diventare un designer colto, un professionista culturale e – il che è cruciale – di rimanerlo.

Un meme più recente avrebbe facilmente trovato posto su *Critical Graphic Design*. Il soggetto: una ex compagna di scuola si vanta dei propri successi: «Mio marito ha ottenuto una promozione, sono incinta e abbiamo appena comprato la nostra prima casa.» A differenza dell'amica del liceo ormai realizzata, la protagonista del meme è impegnata a unire punti vettoriali in Adobe Illustrator, un'attività rognosa che disgraziatamente non è stata

21. Francisco Laranjo. "Critical Graphic Design: Critical of What?" *Design Observer*, 16 aprile 2014. <http://designobserver.com/feature/critical-graphic-design-critical-of-what/38416>.

22. Lo starter pack nascosto si riferisce alla nozione di "curriculum nascosto" teorizzata, tra gli altri, da John Dewey, Ivan Illich e Paulo Freire. Vedi https://en.wikipedia.org/wiki/Hidden_curriculum.

ancora automatizzata. Questa immaginetta a bassa risoluzione è talmente carica di significato: innanzitutto, essa veicola un'idea tradizionale di successo nella vita (manca solo il SUV). Esprime inoltre un vivido senso di disorientamento e insicurezza. Il meme tocca anche il tema della banalizzazione delle competenze e della monotonia della professione del designer, fatta per gran parte di compiti ripetitivi.

Infine, il meme sembra suggerire che lo scambio avvenga tra due donne. E questo non è un caso. Per le donne è strutturalmente più difficile arrivare al vertice come designer raggiungendo una posizione sia autoriale che autorevole.²³ Le donne hanno più probabilità di restare incagliate nelle mansioni modeste e ripetitive del lavoro. E dopotutto, una tattica per proteggersi dal caos della vita è quella di ridurre il proprio progetto, renderlo tanto piccolo quanto la distanza tra due punti vettoriali zoomati. Il progetto di design “piccino”, con le sue curve di Bézier più o meno controllabili, può fungere da rifugio rispetto al progetto di vita, che spesso appare caotico e privo di senso – l'esatto opposto dell'immagine familiare tipica dei baby boomer, dipinta dall'ormai realizzata protagonista del meme.

È stato il critico culturale Tommaso Labranca a individuare i due opposti inferni artificiali a cui

23. Ruben Pater riporta che, sebbene la maggior parte degli studenti di graphic design siano donne, i designer che gestiscono studi sono prevalentemente uomini. *Caps Lock: How Capitalism Took Hold of Graphic Design, and How to Escape from It*. Amsterdam: Valiz, 2021, p. 294.

High school friend: "My husband just got a promotion, I'm pregnant and we just bought our first house.

Me:



tendono gli operatori dell'arte e del design. Da una parte, l'orrore asettico del *white cube*; dall'altra, «l'incubo del caos che si vive nelle abitazioni sempre provvisorie e traballanti del sottobosco artistico.»²⁴ Nel 2018, Airbnb ha lanciato una serie di conferenze di design intitolate *When Chaos Is Your Creative Director*.²⁵ La scelta del tema è sensata per un'azienda che lavora con persone che trasformano le proprie stanze e appartamenti, spesso minimi ed escheriani, in ambienti piacevolmente generici per turisti e visitatori in viaggio d'affari.²⁶ Il team di Airbnb spiega: «[...] mentre la nebbia del caos lascia alcuni di noi raggelati, ci sono rari talenti che riescono a vederci abbastanza chiaro da attivarsi e creare.» Questa è la speranza: essere tra i pochi fortunati che non solo costruiscono l'ordine, ma lo proteggono dal caos dilagante.

«Perché il caos è inevitabile. Perché viviamo in un mondo di tumulti politici, crisi sanitarie e tecnologie etiche discutibili (*sic*), e il design svolge un ruolo fondamentale nell'affrontare queste sfide globali.» Persino un colosso come Airbnb non può evitare di ammettere l'inevitabilità del caos, questa materia informe che è allo stesso tempo grande in modo sublime e banalmente piccola, dotata di un'indifferenza capace di resistere ai più disparati

24. Tommaso Labranca. *Vraghinaroda: Sopravvivendo a hipster situazionisti, santexuperine scalze e mistificatori deleuziani*. Milano: 20090, 2019, p. 84.

25. <https://airbnb.design/designed-chaos/> e <https://airbnb.design/seasontwo/>.

26. Il giornalista Kyle Chayka ha definito lo stile di Airbnb *airspace*. Vedi "How Silicon Valley Helps Spread the Same Sterile Aesthetic Across the World." *The Verge*, 3 agosto 2016. <https://www.theverge.com/2016/8/3/12325104/airbnb-aesthetic-global-minimalism-startup-gentrification>.

sforzi organizzativi. Il caos precede il design e agisce al suo interno: è la manifestazione del Reale oltre l'illusione progettuale di un ordine stabile e duraturo. A fronte di questo disordine, si può apprezzare l'immagine del design quale attività improvvisata e quasi assurda offerta da Enzo Mari, leggendario designer cresciuto tra le macerie della Seconda Guerra Mondiale, il quale fu inizialmente un utopista del progetto, dunque un realista disilluso e infine una sorta di Grande Odiatore del mondo del design:

Ognuno di noi progetta, ogni giorno, quando è obbligato a prendere le proprie decisioni, anche quelle apparentemente banali. Per esempio, dovendo cucinare e scovando nel frigo solo un vasetto di yogurt e due cipolle.²⁷

Si può guardare al design tenendo conto dell'ampiezza del suo raggio d'azione, ovvero dell'ordine che impone. Ma il design è anche, a un livello più semplice e fondamentale, yogurt e cipolle – ciò che ci rimane, il pasticcio in cui ci troviamo.

27. Enzo Mari. *25 modi per piantare un chiodo: Sessant'anni di idee e progetti per difendere un sogno*. Milano: Mondadori, 2011, p. 5.



@dank.lloyd.wright (2022). Leggere questo meme sospendendo ogni giudizio vuol dire prendere in considerazione la realtà del lavello della cucina, e dunque pensare alla politica utopica dal punto di vista del lavello.



CAPITOLO 1

NEL MEZZO

«E come è soltanto la bruciante consapevolezza di ciò che non possiamo essere a garantire la verità di ciò che siamo, così è solo la lucida visione di ciò che non possiamo o possiamo non fare a dar consistenza al nostro agire.»

– Giorgio Agamben, 2009¹

«Raggiungere questo obiettivo – di sentire ciò che sappiamo e sapere ciò che sentiamo – è una delle sfide della nostra generazione.»

– László Moholy-Nagy, 1947²

UNA TERRIBILE SCELTA DI VITA

Lo stato del design nel 2023. Sono finiti i giorni della Apple-mania, del design come forza positiva di cambiamento e crescita economica, un'età dell'oro in cui non solo i designer, ma anche i manager e politici, si univano al vivace e levigato carrozzone del design. Il periodo che va dalla metà degli anni '80 alla fine degli anni 2000 è stato un momento promettente: il design andava di pari passo con la creatività, che non rappresentava solo una competenza o un dono personale, ma un vero e proprio progetto sociopolitico di autonomia individuale e allegra reinvenzione, libertà di scelta, agile fare e disfare, design del sé. In quegli anni, divenne uno standard la convinzione del guru del management Tom Peters secondo cui «il design è tutto, è il modo in cui si vive nel mondo,» lo stesso Tom Peters che immaginava un «mondo in cui il timido obiettivo del “miglioramento” (così come la tendenza a

1. Giorgio Agamben. *Nudità*. Milano: Nottetempo, 2009.

2. László Moholy-Nagy. *Vision in Motion*. Chicago:

P. Theobald, 1947, p. 11.

ingegnarsi) ha ceduto il passo a... l'obbligo sfacciato di distruggere.»³

Oggi le cose stanno diversamente. La creatività si è rivelata meno liberatoria del previsto: dopo la crisi del 2007-2008, ci ritroviamo ad abitare le macerie della “distruzione creatrice.” Ciò che è costantemente reinventato non ha diritto alla stabilità. Un nuovo sempre più nuovo incombe. Difatti, qualche tempo fa lo stesso design è stato sostituito da un'altra parola chiave: *innovazione*, un termine che è anch'esso oggi sotto esame. Gli eventi di lancio della Apple riescono ancora a essere spettacolari, ma l'aura messianica che li avvolgeva è svanita. Il campo del design continua a espandersi, ma lo fa con meno ostentazione rispetto al passato. Mentre il cambiamento avanza imperterrito, si è instaurata una situazione di stasi, un'atmosfera di sospetto permea la stanza. Inutile dire che il design è ancora impiegato per aumentare il valore d'uso e di scambio delle merci (soprattutto quest'ultimo), ma cresce la sensazione che abbia perso il suo potere trasformativo. Oppure che non abbia più controllo su tale potere. O persino che questo potere sia *sempre* stato fuori controllo; dunque, che non sia affatto potere.

La «svolta della *design culture*» ha fatto il suo corso.⁴ “Design” non è più una parola d'ordine, e

3. McKinsey & Company, intervista condotta nel 2015. <https://www.youtube.com/watch?v=K3i7x54mOyo>. Tom Peters. *Re-Imagine!* London: DK, 2006, p. 31.

4. Guy Julier individua una svolta nella cultura del design verificatasi tra gli anni '80 e gli anni zero. Questa svolta è per lui legata al nuovo assetto sociale ed economico generato dalle politiche neoliberali. *Economies of Design*. Los Angeles: Sage, 2017, p. 14.

oggi, più che mai, ciò che essa rappresenta è polarizzato in modo ambiguo. In queste circostanze, sono i designer stessi, specialmente quelli giovani e non più così giovani,⁵ insieme a coloro che abitano le periferie delle cittadelle del design, a mettere in discussione il valore e l'impatto di questa pratica, così come la sua posizione all'interno delle strutture di potere. In un certo senso, è l'idea stessa di design come entità astratta e autonoma a essere posta in causa: non esiste il Design, ma esistono artefatti, sistemi e processi, sia materiali che immateriali; esiste una molteplicità di forze e influenze in gioco e, in mezzo a tutto ciò, ci sono i designer, incastrati tra il grande progetto della modernità e le tattiche minime della vita quotidiana.

Mentre il mantra del “potere del design” viene ripetuto ecumenicamente durante le conferenze, la vita quotidiana della maggior parte dei designer è triviale, strutturata attorno a quei «banali scopi» che il manifesto *First Things First* già lamentava nel 1964.⁶ Il culto degli eroi del design sopravvive, ma un senso di amarezza pervade la folla, dato che le lodi agiografiche e l'approvazione unanime che danno vita all'eroe non rispecchiano più i tempi.

5. Forse, soprattutto per loro: «Il malcontento sembra crescere con l'ammontare del tempo dedicato al settore: più un professionista nel campo dell'UX è esperto e navigato, più è probabile che si chieda se realizzare i valori *user-centred* sia davvero possibile sotto il capitalismo.» Jesse Garrett. “Ux Design Is More Successful Than Ever, but Its Leaders Are Losing Hope. Here's Why.” *Fast Company*, 3 giugno 2021. <https://www.fastcompany.com/90642462/ux-design-is-more-successful-than-ever-but-its-leaders-are-losing-hope>.

6. Ken Garland. “First Things First: A Manifesto,” 1964.

Gli eroi del design, anche quelli vivi e vegeti, sono cimeli di una religione morente. La nostra è un'epoca post-eroica. Certo, resta ancora molto da fare per eradicare il doppio mito del design come forza del bene e del designer come eroe che la governa, ma il sentimento generale è ormai palese.

Proviamo a mettere a fuoco questo sentimento. Le "passioni tristi" del design possono rivelare qualcosa che non comprendiamo appieno? Secondo il teorico culturale Raymond Williams, «una generazione può formare quella che la succede, con ragionevole successo, nel carattere sociale o nel modello culturale generale, ma la nuova generazione avrà il proprio "sentire", che non sembrerà provenire da nessun luogo.»⁷ Cosa significa abitare l'attuale «struttura di sentimenti» del design, la sua *Stimmung*? Può un sentimento essere non solo l'oggetto di un'analisi, ma anche il suo medium, il suo propulsore? Questo libro non è un'indagine teorica, né una critica o un manuale *how to* e nemmeno un pamphlet per attivisti: questo libro è una diagnosi *appassionata*. Per questa ragione insiste spesso e deliberatamente su senso, sentimento, percezione. Poiché, nel contesto in esame, le percezioni contano tanto quanto la conoscenza, e l'emozione tanto quanto la ragione; o, in altre parole, la ragione è una delle molte forme assunte dall'emozione. Oggi sappiamo che «la mentalità/postura del designer [è] una componente essenziale del processo di design»⁸ e, fidandoci di László

7. Raymond Williams. *The Long Revolution*. London: Penguin Books, 1965, p. 65.

8. Terry Irwin, Gideon Kossoff e Cameron Tonkinwise. "Transition Design Provocation." *Design Philosophy Papers*

Moholy-Nagy, dobbiamo vedere il design non come una professione, ma come un'attitudine.⁹ Nello specifico, il design si presenta adesso come un'attitudine che vuole essere considerata una professione, tuttavia quest'attitudine è perturbata da inquietudini individuali e sociali.

La costante riprogettazione di sé e delle cose può risultare estenuante. Come nell'Hype Cycle di Gartner, dopo il «picco delle aspettative esagerate» si cade nella «fossa della disillusione.»¹⁰ Avvisaglie della caduta compaiono in luoghi inaspettati: il design è spesso bersaglio di battute. Alcuni designer sono dubbiosi e disorientati, altri anestetizzati e delusi. Alcuni sono semplicemente arrabbiati e risentiti. La disillusione è palpabile. Quanti designer disillusi ci sono là fuori? Qual è la percentuale esatta di mortificazione nel campo del design? Chiaramente, non esiste un modo oggettivo per quantificare un sentimento. Ciò che è certo è che il «pendio dell'illuminazione» rimane fuori portata. Alcuni designer rimangono bloccati: si sentono incapaci di produrre significato con gli strumenti che il loro campo mette a disposizione. «La verità è che siamo i più iconici, pigri, utili idioti della nostra era.» Così il designer Baptiste Fluzin ha commentato la chiamata alle armi contro l'ascesa di Donald Trump.¹¹ In fin dei conti, questo

13, n. 1 (2 gennaio 2015): 3–11. <https://doi.org/10.1080/14487136.2015.1085688>.

9. Moholy-Nagy, *op. cit.*, p. 42.

10. Marcus Bloch e Jackie Fenn. "Understanding Gartner's Hype Cycles." *Gartner*, 20 agosto 2018. <https://www.gartner.com/en/documents/3887767/understanding-gartner-s-hype-cycles>.

11. Baptiste Fluzin. "Designers, Designers, Designers."

potrebbe essere un buon momento: forse i designer stanno improvvisamente realizzando che la relazione con la loro disciplina ha sempre avuto i tratti di una sindrome di Stoccolma.

Fortunatamente, però, la disillusione non è solo *delusione*, un sentimento passivo di amarezza e costernazione. Ma è anche un *disilludersi*, la dissipazione attiva delle illusioni, un coinvolgimento con la realtà libero da almeno alcuni dei vecchi veli. La disillusione è quindi un pendolo che oscilla tra lucidità e sconforto. Chi è più incline a questo sentimento? La disillusione per il design è il “feeling” di quelli che non hanno accesso né alla rassicurazione del centro né all’effervescenza dei margini, quelli che si sentono bloccati in una periferia pseudo-culturale e semi-professionale. Quelli che non riescono a entrare in sintonia con lo sfoggio di buoni propositi e la prescrizione di comportamenti adeguati tipici del design. Nonostante il rischio di generare ulteriore scoramento, è necessario pensare *con* disillusione per misurare lo spazio che separa le aspettative dalla realtà.

Dove si esprime questa disillusione e come la si può sondare? Per ovvie ragioni, il pessimismo nel design si manifesta perlopiù in modo informale, nelle conversazioni effimere delle chat, attraverso meme e tweet, spesso cancellati poco dopo. Anche se sta diventando un genere a sé stante, lo sfogo pubblico contro il design resta un’eccezione. Se distogliamo lo sguardo dalle disquisizioni ufficiali di musei, riviste e gallerie, che acrobaticamente smontano il design per poi subito

ricomporlo, e lo volgiamo verso la dimensione orale dei social media, assistiamo a una continua pioggia di dubbi esistenziali, tra chi si ritrova a fare i conti con la realtà e chi reagisce con spirito autoironico. Nient'altro che battute innocue, si potrebbe dire. Ma se le prendessimo sul serio? Un popolare saggio di design suggeriva che a suon di scherzi persino i governi possono cadere.¹² Più umilmente, ritengo che tali battute possano rivelare qualcosa che merita la nostra attenzione. Consideriamone alcune.

Secondo una serie di meme, il graphic design è: *no longer my passion / my burden / my prison* («non più la mia passione / il mio fardello / la mia prigione»). Un utente su Twitter ammette: «Ogni giorno penso a quale terribile scelta di vita sia stata quella di diventare designer.» Un'altra progettista rincara la dose: «Il design riveste un ruolo così insignificante nello schema generale delle cose, e sono stanca di vedere persone che si illudono pensando che i loro contributi come designer rappresentino una qualche forma di attivismo visuale.» Su un muro, tracciata in rosso, troviamo la scritta *design ruined my life* («il design mi ha rovinato la vita»), mentre un adesivo su un cestino dei rifiuti urla in caps lock: *graphic design is shit / coding is shit / all I want is revenge* («il graphic design è una merda / il codice è una merda / tutto ciò che voglio è vendetta»)¹³. Facezie, molto probabilmente.

12. Metahaven. *Can Jokes Bring Down Governments?* Moscow: Strelka Press, 2014.

13. A dire il vero, si trovano anche espressioni positive, come questa: «ogni giorno mi ricordo di quanto sono fortunato a essere pagato per disegnare dei rettangoli.»

Umoreismo da designer, non c'è dubbio. Nient'altro che impeto e autoironia per creare legami. Dopo tutto, non è a questo che servono i social media? Fonti più rigorose dovrebbero certamente rassicurarci. Come i diversi sondaggi esistenti sulle condizioni dei designer. Lucienne Roberts, Rebecca Wright e Jessie Price, curatrici del libro *Graphic Designers Surveyed* insieme alla sociologa Nikandre Kopcke, riportano che «[s]ebbene l'83% dei partecipanti al sondaggio abbia dichiarato che consiglierebbe una carriera nel graphic design, solo il 55% dei partecipanti ha espresso soddisfazione per la propria carriera – e il 23% si è detto attivamente insoddisfatto.»¹⁴ Stefanie Posavec, che si è occupata del design del libro, conclude che «[...] benché noi designer siamo un branco indipendente, con opinioni forti (e, oserei dire, spudorato), quando si tratta di riflettere su come ci sentiamo riguardo alla nostra pratica e al settore che abbiamo scelto, questa volontà ferrea non sempre si traduce in salari più alti o orari più brevi.»¹⁵

Dal sondaggio del 2018 di Flavia Lunardi sugli studi di graphic design in Italia apprendiamo che, sebbene l'86,9% degli intervistati non voglia cambiare lavoro, il 71% non è soddisfatto del riconoscimento del ruolo del graphic designer in Italia.¹⁶ In questo caso, come in quello del Regno

14. Lucienne Roberts, Rebecca Wright e Jessie Price (a cura di). *Graphic Designers Surveyed*. London: GraphicDesign&, 2015, p. 456. L'indagine è stata condotta nel Regno Unito e negli Stati Uniti. Nel campione complessivo, l'85% dei partecipanti aveva meno di 40 anni ed era per lo più composto da persone bianche, pp. 50-51.

15. *Ibidem*, p. 18.

16. Flavia Lunardi. "Grafica Italia 2018." ISIA Urbino, 2018.



Fonte sconosciuta.



Immagine scattata da Marta Romanelli nel 2018 nei pressi del Politecnico di Milano.

Unito e degli Stati Uniti, sembra che la maggioranza dei progettisti apprezzi il proprio lavoro, ma che questo li renda al contempo infelici. È forse questo un esempio di ciò che Lauren Berlant ha definito «ottimismo crudele»? La teorica ha usato questo termine per descrivere una situazione in cui «l'oggetto/scenario che stimola un senso di possibilità rende di fatto impossibile conseguire la trasformazione espansiva a cui una persona o un popolo, esponendosi al rischio, si erano votati [...]»¹⁷ – l'oggetto/scenario essendo, in questo caso, la carriera del designer.

Secondo il Design Census realizzato nel 2019 dall'American Institute of Graphic Arts (9.429 partecipanti), un designer su tre è insoddisfatto e il 7% è sul punto di abbandonare la professione. E questo senza considerare il *bias* auto-selettivo di un'associazione professionale che, plausibilmente, conta esclusivamente progettisti che hanno raggiunto un certo grado di stabilità o successo nella propria attività. Quale sarebbe il tasso di insoddisfazione se si considerasse la totalità dei designer? Inoltre, questi sondaggi richiedono implicitamente una sorta di valutazione definitiva di se stessi, ragion per cui chi risponde potrebbe peccare di prudenza nell'esprimere una valutazione negativa.

LA GRANDE FRATTURA

Si può davvero dire che siamo di fronte a una situazione inedita? Il sociologo statunitense C. Wright Mills aveva già diagnosticato, alla fine degli anni '50, un disagio legato al ruolo del designer,

17. Lauren Berlant. *Ottimismo Crudele*. Palermo: Timeo, 2025, p. 8.

individuando due tendenze: da un lato, l'importanza che la distribuzione stava guadagnando rispetto alla produzione, e di conseguenza lo status rispetto alla sussistenza; dall'altro, la subordinazione delle attività del designer al capitalismo e al nazionalismo. Questo è il crocevia in cui operano i progettisti:

I disegnatori operano al punto di intersezione di queste tendenze; i loro problemi sono tra i problemi chiave della società sovrasviluppata. È la loro duplice implicazione in queste tendenze che spiega la grande frattura tra i disegnatori e la loro frequente colpa; la ricca mescolanza di ideali che essi variamente professano e l'insicurezza che spesso provano per la pratica del loro lavoro; il loro disgusto e la loro menomante frustrazione.¹⁸

Secondo Mills, il designer è una «persona nel mezzo» (*man in the middle*) che non può comprendere appieno la propria posizione senza considerare la congiuntura economica e culturale in cui si trova. Si può presumere che le sue parole,

18. C. W. Mills. "Il disegnatore e la sua condizione ambigua." In *Sociologia e conoscenza*. Milano: Bompiani, 1971, pp. 149-50. Intitolato nell'inglese "Man in the Middle: The Designer," si tratta del discorso che Mills ha tenuto durante l'ottava Conferenza Internazionale di Design di Aspen nel 1958, la stessa conferenza in cui, quasi vent'anni dopo, Saul Bass chiese agli studenti: «Perché dobbiamo fare valutazioni sul capitalismo? Stiamo solo cercando di tenere una conferenza di design.» Vedi Alice Twemlow. "A Guaranteed Communications Failure: Consensus Meets Conflict at the International Design Conference in Aspen, 1970." In Martin Beck (a cura di). *Aspen Complex*. Londra: Sternberg Press, 2013.

all'epoca, abbiano destato un certo clamore: i designer non sono abituati a vedersi nel mezzo, si collocano invece al vertice dei processi culturali e decisionali. Si dipingono a capo del piano – salvo poi ritrovarsi delusi dal fatto che piano e progetto sono due cose ben diverse.¹⁹ La diagnosi di Mills, tuttavia, potrebbe non applicarsi pienamente alla situazione attuale. Se in passato la paralizzante frustrazione del designer derivava dalla consapevolezza di essere un «uomo dell'organizzazione,» un ingranaggio della macchina economica e culturale, oggi, data l'abbondanza di professionisti, la frustrazione riguarda di più l'essere un ingranaggio *sganciato* dalla macchina, ovvero sempre meno in grado di influenzarne i meccanismi.²⁰ Dopotutto, Mills si rivolgeva a una platea di elevati rappresentanti del settore, molti dei quali, nonostante l'informalità «stile Aspen»,²¹ erano saldamente integrati nel mondo industriale e corporate.

È stato lo stesso Mills a chiarire che *Colletti bianchi*, uno dei suoi libri più popolari, parlava del «nuovo piccolo uomo moderno nel grande mondo del ventesimo secolo [...] perché, in verità, chi non è un piccolo uomo?» A partire da tale questione, propongo di concentrare l'attenzione sul divario “interscalare” tra il minuscolo personale e l'immenso strutturale, unendo i punti vettoriali della vita individuale alle grandi questioni radicate nella modernità e nella sua crisi. Il colletto bianco degli

19. Vedi il capitolo 4.

20. William H. Whyte. *L'uomo dell'organizzazione*. Milano: Einaudi, 1973.

21. *International Design Conference in Aspen: The First Decade*, 1961. <https://www.youtube.com/watch?v=8MxC-GKicSfg>.

anni '60 stava iniziando a sperimentare quelli che sarebbero diventati i tormenti abituali del lavoratore “senza colletto,” una categoria che vede il designer come il suo rappresentante centrale: il «piccolo uomo moderno [...] sembra non avere radici solide, né fedeltà sicure che sostengano la sua vita e le forniscano un centro [...] Forse perché non sa dove sta andando, ha una gran fretta; forse perché non sa cosa lo spaventa, è paralizzato dalla paura.»

Ecco come la rivista *Industrial Design* ha recensito l'intervento di Mills:

Generalmente quando un oratore si rivolge ai membri di una professione che non è la sua, dice loro ciò che vogliono sentirsi dire. Può farlo, ovviamente, raccontandogli quanto sono bravi; o in modo più sottile, quanto sono cattivi, per poi risolvere tutto alla fine esortandoli a migliorare. In entrambi i casi, poiché gli ripete soltanto ciò che già si dicono l'un l'altro, il suo contributo si riduce all'illusione di una nuova prospettiva. L'intervento letto quest'estate dall'autore e sociologo C. Wright Mills (*L'élite del potere*) alla Design Conference di Aspen rappresenta un'eccezione. Né ninna nanna né finto attacco, si tratta di un'analisi severa del designer nella nostra società.²²

Né ninna nanna né finto attacco. Tale motto può valere come principio metodologico per condurre un'indagine consapevole della propria

22. Mills citato da Javier A. Treviño. “C. Wright Mills as Designer: Personal Practice and Two Public Talks.” *The American Sociologist* 45, n. 4 (1 dicembre 2014): 335–60. <https://doi.org/10.1007/s12108-014-9196-y>.



I'm too sad to tell you, un'opera multimediale creata dall'artista concettuale Bas Jan Ader tra il 1970 e il 1971. Luca Trevisani definisce l'opera «una trappola empatica bella e buona»: al tempo stesso liberatorio e subdolo, il pianto di Ader rivela l'ambiguità insita nel manifestare le proprie passioni tristi.



Bumper sticker di Freelance Studio, che ha trovato l'immagine originale su Twitter.

partecipazione al discorso sul design, discorso che accoglie soprattutto ciò che è digeribile in termini utilitaristici, che si tratti di critica o di lode.

Dai tempi di Aspen, la crisi d'identità del design è solo peggiorata. Negli anni '70, Tomás Maldonado rilevava l'offuscamento della «speranza progettuale.» A provocarlo era un nichilismo giovanile che stava conducendo alla rinuncia preventiva all'azione. Maldonado era grato ai giovani «per averci svegliati dalla nostra sonnolenza e per averci ricordato senza eufemismi che la nostra non è un'epoca arcadica, ma angosciosamente convulsa.»²³ Eppure, credeva fermamente nella necessità della speranza, e per questo scrisse un saggio sull'argomento. Sebbene io sia d'accordo con Maldonado, in questo libro adottato un approccio diverso, in quanto esamino la disperazione *in quanto tale*, resistendo alla tentazione di respingerla immediatamente, poiché è proprio nella disperazione che la speranza germoglia. «Solo per il bene di coloro che non hanno speranza ci è stata data la speranza», scriveva Walter Benjamin.²⁴

IL DESIGNER ORDINARIO

Maldonado pensava ai giovani, Mills alla classe professionale. Qual è allora il soggetto di questo libro? Il designer nel mondo reale, sarei tentato di dire. Ma quale realtà? La domanda non è semplice e ha serie implicazioni teoriche. «Quando parlo di realtà – ha scritto Ursula Franklin – non sto cercando di fare filosofia. Penso alla realtà come

23. Maldonado, *La speranza progettuale*, op. cit., p. 10.

24. Walter Benjamin. *Angelus Novus. Saggi e frammenti*. Einaudi, 1962.

all'esperienza delle persone ordinarie nella vita quotidiana.»²⁵ Tenendo presente questa affermazione, chi chiamiamo designer? Quali peculiarità includiamo in questa definizione? Più cerchiamo di categorizzare, più le nostre categorie vacillano. Dovremmo considerare designer solo le persone che hanno studiato design? E che ne facciamo, allora, di quei progettisti autodidatti che hanno ottenuto un riconoscimento professionale? Come potremmo escludere le «legioni di designer che lavorano all'interno di aziende o come freelance».²⁶ Dovremmo suddividere i designer in base al tipo di servizio che offrono? Non funzionerebbe. Oggi i graphic designer creano prodotti, i product designer concepiscono servizi, i service designer realizzano performance, i performer inquadrano strategicamente la loro attività chiamandola "choreographic design," gli strategic designer stampano poster e volantini, e così via. Le specializzazioni si sono staccate dagli artefatti diventando così una sorta di attitudine condivisa e un insieme di riferimenti culturali e metodologici comuni. Più che con le cose che fanno, i designer si identificano con la sensibilità che li guida nel farle. Nel bene e nel male il designer contemporaneo è un designer senza qualità.

L'apertura radicale è la nostra ultima risorsa: dobbiamo accettare come designer chi si definisce tale. Fidarci della progettista che arrotonda lo stipendio disegnando loghi per i suoi amici, così come del designer autoriale che vende le sue grafiche

25. Ursula M. Franklin. *The Real World of Technology*. Toronto: Anansi, 1999, p. 27.

26. Julier, *op. cit.*, p. 5.



Immagine modificata con Photoshop. Nella foto originale, scattata a Londra, l'adesivo recita: «la crescita fa schifo, lavorare fa schifo, tutto ciò che voglio è vendetta». Fonte sconosciuta.

come NFT collezionabili per pagare l'affitto; dobbiamo credere allo studente di business che ha iniziato a definirsi designer dopo aver scoperto il design thinking, credere all'art director e al service designer; non dubitare del critical designer, del designer user-centred, del *design catalyst*, del meta-designer; confidare nel progettista che produce il design "realmente esistente." Questa prospettiva si oppone alle nozioni di qualità, eccellenza e persino competenza, tutti concetti che sono stati fatti propri dai designer al fine di elevare lo status della loro disciplina. È necessario relativizzare queste nozioni per comprendere come, e se, possano ancora conferire uno status. D'altronde l'eccellenza è sempre stata lo strumento retorico di un'élite vincente. Ma per capire le aspirazioni elitarie, dobbiamo immaginare un tipo di designer che non fa tanto parte di un'élite. La letteratura di settore non se ne occupa molto, concentrandosi piuttosto sulla promozione e il rafforzamento professionale. Chiamerò questa figura il *designer ordinario*, il progettista immerso nella vita quotidiana. Sebbene possa nutrire aspirazioni culturali e politiche, una buona parte del suo tempo è dedicata a compiti banali. Magari ha appena avviato un piccolo studio "boutique" e lotta per trovare clienti che possano apprezzare la sua ricerca. Magari ha appena avuto una figlia. La designer ordinaria potrebbe essere semplicemente una studentessa, iscritta a un corso di laurea triennale o magistrale, che sia tecnico o artistico. Oppure una neolaureata che cerca di mettere in pratica ciò che le è stato insegnato. Potrebbe essere finita in una piccola agenzia a ideare campagne per arricchire il portfolio di

una banca locale. Il designer ordinario è un mago di Photoshop, sta in fissa con Figma o Sketchup, combatte ogni giorno con gli stili del CSS o le impostazioni di una stampante 3D. È la designer colta nello svolgimento di compiti quotidiani e ripetitivi che hanno ben poco di creativo, mentre fantastica sul suo ruolo e la sua carriera. Come progettista è abbastanza competente... eppure ha già contemplato l'idea di mollare.

Ciò che il designer ordinario non è: la star all'apice del successo, l'esperto universalmente riconosciuto, la figura che tutti seguono ed emulano – in breve, tutti quei designer dei quali ascoltiamo consigli e suggerimenti, che saturano la sfera mediatica affermando le proprie idee e la propria posizione. Non è colpa loro: se vengono interpellati, rispondono. Mentre l'immagine della star del design è intrinsecamente iconica, bisogna ammettere che quella del designer ordinario è piuttosto sfocata, ma la funzione di questo costrutto è chiara: evitare l'eccezionalismo. O, più precisamente, isolare le eccezioni che definiscono la regola e le deviazioni prodotte dalla norma. In tal senso, il designer ordinario è di rado una regolarità risolta; ben più spesso rappresenta una discrepanza vivente. Detto ciò, la sfocatura fa parte della lente che adotto: molti progettisti non faticeranno a riconoscersi in una o più delle *persona* appena menzionate. In effetti, il designer ordinario non è davvero una persona, ma una configurazione. È la personalizzazione di una moltitudine semi-professionale che opera ai margini del campo visivo del design.

Mosso da un simile spirito, nel suo libro *Economies of Design*, Guy Julier si tiene alla larga

Me in the middle of the night
questioning my decision to become a
designer



dal lato più consolidato e senior della carriera del designer, soprattutto perché è quello già più largamente rappresentato dai media del design, che tendono a concentrarsi sulle grandi storie di successo. Si sente parlare poco dei designer che continuano a lavorare fino a tardi per un compenso finanziario relativamente basso o di coloro che, magari dopo dieci anni, abbandonano il design per fare qualcos'altro.²⁷

Dove vive il designer ordinario? La risposta è inevitabilmente parziale. I progettisti che ho in mente sono generalmente attivi nel Nord del mondo, soprattutto in Europa e negli Stati Uniti. Ovviamente questo è un limite, ma non credo che comprometta il mio intento anti-eccezionalista. Un designer europeo è di certo un'eccezione, ma un'eccezione che contiene al suo interno molteplici normalità. A ciò si aggiunge il fatto che l'Europa offre una varietà di storie sufficiente a evidenziare e confrontare diversi desideri e aspirazioni, e la possibilità di realizzarli.²⁸ Bisogna inoltre aggiungere che il design europeo oggi non è più tanto europeo. Basta visitare qualche accademia di design per scoprire percentuali significative di studenti cinesi, coreani e latinoamericani. Basta recarsi a una mostra di fine corso ad Amsterdam o Milano per imbattersi non solo in progetti *sul*

27. Julier, *op. cit.*, p. 55.

28. Penso in particolare al divario tra paesi che possono disporre di ricchi finanziamenti come i Paesi Bassi (dove vivono) e paesi poveri di fondi come l'Italia (da dove provengo). Il designer non è solo "nel mezzo" delle tendenze culturali ed economiche, ma anche dei *contesti* culturali ed economici.

Medio Oriente, ma anche in progetti realizzati da designer mediorientali.

La maggior parte dei miei esempi e riferimenti proviene dal graphic design, e questo per diverse ragioni. La prima è personale: mi sono formato come graphic designer e, di conseguenza, conosco meglio questo contesto. La seconda è metodologica: date le minori barriere di ingresso in questo settore, è più probabile che il designer ordinario sia un grafico piuttosto che uno specialista meno comune. Il graphic design è una pratica diluita, sicché i professionisti devono sforzarsi ogni giorno di più per affermare la propria competenza di fronte ai clienti e alla società in senso lato. È proprio nel graphic design che la necessità di un'apertura radicale diventa più evidente, poiché è anche il luogo in cui il binomio professionale vs. amatoriale collassa improvvisamente su sé stesso. Il graphic design, una di quelle «professioni piuttosto informi» dentro e intorno al design,²⁹ potrebbe persino fornire un indicatore per osservare la traiettoria generale delle professioni.

Nel 1995, il teorico del design Richard Buchanan propose un modello che suddivideva le varie attività legate al design in quattro ordini di grandezza. In questo modello, il graphic design figura – in modo discutibile, a mio parere – come quello più limitato, poiché si occupa in particolare di simboli. Gli altri tre ordini sono il design industriale, interattivo e ambientale.³⁰ In contrapposizione a

29. L'espressione è di Mills, citato da Treviño, *op. cit.*, p. 351.

30. Richard Buchanan. "Design Research and the New Learning." *Design Issues* 17, n. 4 (1 ottobre 2001): 3–23.

<https://doi.org/10.1162/07479360152681056>.

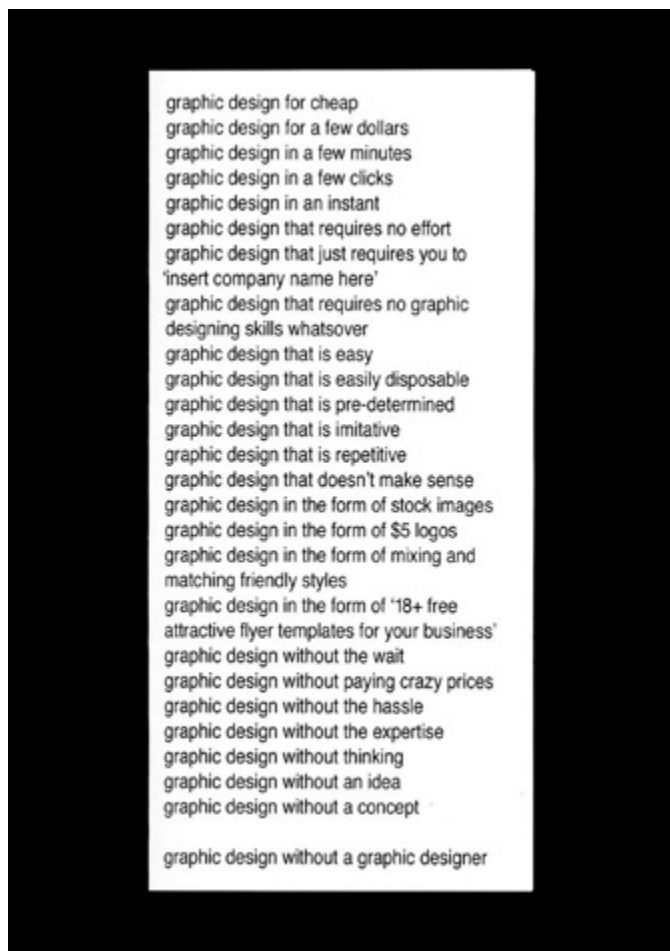
questo modello, propongo di considerare il graphic design come il più *ampio* degli ordini, in quanto maggiormente influenzato dalla democratizzazione tecnica, culturale e metodologica: il graphic design è presente nella società in maniera più diffusa. Se accettiamo che chiunque si dichiari designer lo sia a tutti gli effetti, dobbiamo concepire il design non solo come un'attività, ma come una "comunità di pratica" capace di offrire un senso di appartenenza. Sarei tentato di parlare di classe, se non fosse per le condizioni, tra loro diverse in modo abissale, dei designer ordinari. Molti hanno sostenuto che in una società moderna chiunque si ritrova a progettare. Pur non negando questa ovvietà, la lente qui adottata è quella della *consapevolezza*: i designer ordinari sono consapevoli del loro ruolo e del contesto culturale in cui operano; sono autoconsapevoli.³¹ In questo senso, la nozione di designer ordinario differisce profondamente dall'affermazione generalista secondo cui "tutti sono designer," una dichiarazione che può essere sia una difesa dell'autonomia, sia l'espressione di un individualismo libertario. In altre parole, il designer ordinario è esplicitamente un progettista in un mondo in cui tutti progettano.

PASSIONE PER IL REALE

Vale per me ciò che valeva per Karl Kraus: «Non mi immischio volentieri nelle mie faccende private.»³²

31. Questo punto è leggermente controverso, poiché ho la sensazione che i professionisti del discorso sul design stiano distogliendo l'attenzione dai problemi della professione. Vedi il capitolo 7.

32. Karl Kraus. *Detti e contraddetti*. Milano: Adelphi, 1972, p. 254.



Promotional (Mis)information di Adelia Lim (2018).
Una «raccolta di materiali promozionali prodotti a basso costo che risponde al modo in cui il graphic design viene valorizzato quando entrano in gioco i template.»

Ma per quanto preferirei evitare di entrare in scena, qualche parola su “chi parla” è necessaria. In breve, mi considero un designer ordinario che, grazie al suo parziale, intermittente, ma si spera duraturo coinvolgimento professionale nel campo del design, ha avuto tempo sufficiente per scrivere della propria condizione e di quella dei suoi simili. Questa è la mia discrepanza personale, l’eccezionale normalità che rappresento. Sebbene questo lavoro nasca dai miei dubbi e dalle mie incertezze, non deriva da un’urgenza di critica o celebrazione ma, per usare una bella espressione del graphic designer Jan van Toorn, da una «passione per il reale.» Di nuovo, né ninna nanna né finto attacco.

Questo è un libro sul design dove il design compare raramente. O, per essere più precisi, il design che incontriamo non assomiglia tanto a ciò che i progettisti metterebbero nel loro portfolio, quanto all’ambiente artificiale che li circonda, fatto di oggetti, servizi, ma anche di istituzioni, protocolli, valori, miti. Come discusso nel prologo, mi interessa più il pasticcio in cui ci troviamo che i progetti su cui lavoriamo. Inoltre, questo libro è pieno di meme, una forma culturale che esemplifica la potenzialità distribuita e l’attitudine del *bricoleur*, due aspetti che sfidano l’immagine vocazionale e ormai compromessa del designer come pianificatore. I meme ci dicono anche qualcosa di più sulla condizione del designer ordinario: i progettisti disillusi non scrivono articoli per esprimere il loro malcontento: non ne hanno il tempo; piuttosto ci fanno un meme.

Per ragioni varie, diversi teorici hanno voluto marcare una distinzione piuttosto netta tra

designer professionisti e non professionisti. Lo storico del design Victor Margolin parla di Design con la D maiuscola e di design con la d minuscola: il primo associato alla Rivoluzione Industriale e all'avvento delle comunicazioni di massa, il secondo inteso come generica attività progettuale dell'essere umano.³³ L'architetto Ezio Manzini propone un modello in cui il «design esperto» e il «design diffuso» interagiscono in vari modi.³⁴ Il designer ordinario si colloca tra questi due poli: non pienamente riconosciuto come esperto, ma neanche come un mero essere umano che pianifica il futuro. La nozione di designer ordinario mette in luce il fatto che le suddivisioni basate su professionalità e competenza sono sfumate, complesse e soprattutto *dinamiche*. Il punto non è solo che questi raggruppamenti non valorizzano tutte quelle pratiche non tradizionalmente riconosciute dal campo del design, ma anche che competenza e professionalità sono categorie in costante rinegoziazione. Può capitare infatti che una competenza professionale diventi un'abilità comune, e che di conseguenza i designer ordinari faticino a essere considerati esperti. Inoltre, come accade in ogni professione, il design esperto ha un che di vampiresco: succhia la vitalità del design diffuso – l'intelligenza dell'intelletto generale – per mantenere il proprio status. La crisi delle professioni esaspera questo vampirismo: man mano che i designer esperti perdono

33. Steven Heller. "The Evolution of Design." *The Atlantic*, 9 aprile 2015. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/a-more-inclusive-history-of-design/390069/>.

34. Ezio Manzini. *Design, When Everybody Designs*. Cambridge, MA: MIT Press, 2015, p. 40.

prestigio agli occhi del pubblico, cercano di assorbire il design diffuso per ristabilire il loro ruolo e la loro posizione.

PROGETTO DI VITA

Nel suo libro *The Politics of the Artificial*, Margolin ci avverte che «se i designer intendono realizzare il pieno potenziale del pensiero progettuale, allora devono anche imparare ad analizzare come le situazioni che formano l'impalcatura della pratica del design sono effettivamente costruite.»³⁵ Analogamente, l'antropologa Lucy Suchman si dice in favore di «progetti etnografici che articolano gli immaginari culturali e le micropolitiche che delineano le promesse e le pratiche del design.»³⁶ In queste parole riecheggia il pensiero di Mills: il processo di negoziazione professionale, la reputazione oscillante del designer ordinario, così come il nucleo delle sue vocazioni e ambizioni, devono essere esplicitati.

La costruzione dell'ambizione e della vocazione è strettamente legata all'epoca in cui il Design con la D maiuscola è emerso: la modernità. E quando la modernità diventa implacabile e più flessibile, nella fase che coincide con ciò che chiamiamo neoliberalismo, le ambizioni e le vocazioni si adeguano. Guy Julier spiega che durante gli anni '80 «l'ambiente professionale e le aspirazioni del design rispecchiavano l'aumentata flessibilità

35. Victor Margolin. *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*. Chicago: University of Chicago Press, 2018, p. 241.

36. Lucy Suchman. "Anthropological Relocations and the Limits of Design." *Annual Review of Anthropology* 40, n. 1 (2011).

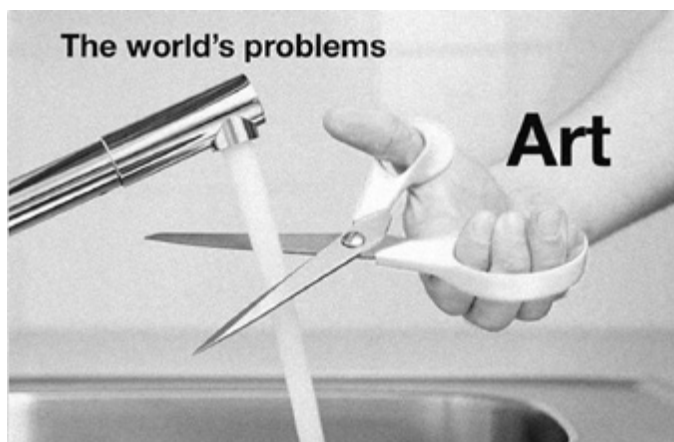
e velocità offerte dal Big Bang del settore finanziario.»³⁷ A questo proposito, Ezio Manzini solleva un punto rilevante: «Come e fino a che punto la promessa moderna di progettazione della propria vita sia stata mantenuta resta ovviamente una questione aperta.» Questa è la domanda che affrontiamo qui, anche se non in termini generali – sarebbe eccezionalmente pretenzioso – ma all'interno del design stesso. E dunque, la domanda diventa questa: qual è l'orizzonte di progettabilità della propria pratica di design? Il protagonista della storia di Manzini è

un soggetto immerso nella sua vita quotidiana, che partecipa a varie conversazioni; un nodo in varie reti e un attore in varie forme sociali. Dal suo punto di osservazione e di azione, progetta e co-progetta la sua azione sul mondo operando come un bricoleur: cerca intorno a sé materiali utilizzabili (prodotti e servizi, ma anche idee e conoscenze) e, adattandoli e reinterpretandoli, li usa per comporre il suo progetto di vita.³⁸

Questa è una buona caratterizzazione del designer ordinario. Quando si parla di progetti di vita, la distinzione tra design e bricolage diventa sfocata. Il designer ordinario è solito lavorare con un insieme di vincoli che non appartengono solo alla logica interna del design, ma anche alla sua presenza nel mondo. I designer ordinari progettano il loro progetto di vita a partire dalle macerie di ciò che è già lì – incluse le loro attività e carriere.

37. Julier, *op. cit.*, p. 25.

38. Manzini, *op. cit.*, p. 4.



Questo processo è dinamico e contingente, come sottolinea Julier: «La reattività dei designer alle variazioni dei contesti commerciali porta a rapide reinvenzioni del campo professionale – un continuo redesign del design stesso.»³⁹ La loro pratica è inevitabilmente *compromettente*.

I designer si riassessano. Nelle parole di Manzini, «per adattarsi a ciò che viene loro richiesto, devono riprogettare se stessi e il loro modo di operare. Ma questo è ciò che oggi viene richiesto a tutti.»⁴⁰ Se il progetto moderno non mantiene le sue promesse di identità, amministrazione e prosperità, il designer, essendo una delle sue incarnazioni simbolo, si trasforma in una figura ipermoderna e post-professionale, sospesa tra autonomia e dipendenza. E, come chiunque altro, intrappolata in progetti senza fine:

L'Io debole, depresso, autocritico, virtuale, è per eccellenza il soggetto continuamente adattabile richiesto da una produzione fondata sull'innovazione, sull'obsolescenza accelerata delle tecnologie, sul costante sconvolgimento delle norme sociali e su una generalizzata flessibilità. Allo stesso tempo è il consumatore più vorace e, paradossalmente, *l'Io più produttivo*: quello che con più energia e avidità si lancia in ogni minimo *progetto*, per poi puntualmente tornare al suo originario stato larvale.⁴¹

39. Julier, *op. cit.*, p. 38.

40. Manzini, *op. cit.*, p. 2.

41. Comitato Invisibile. *L'insurrezione che viene*. Roma: Nero, p. 24.

La figura del designer ordinario ci rivela una situazione penosa, in cui non sono gli individui a dirigere i progetti, ma i progetti a dirigere gli individui.

STRAFATTI DI CAPITALISMO

Questo ribaltamento inizia subito dopo la fase dell'istruzione. Il salto dalla *vita contemplativa* della scuola di design alla *vita attiva* del lavoro indipendente o in studio raramente è privo di traumi. Una serie di forze strutturali minacciano la possibilità di trovare gratificazione nella pratica del design. Secondo un sondaggio di Gallup, l'85% dei lavoratori a livello mondiale non si sente coinvolto dal proprio lavoro.⁴² Da questa prospettiva, le statistiche esplorate in precedenza sull'insoddisfazione dei designer assumono un significato opposto. Per quanto grave possa sembrare, un progettista insoddisfatto su tre non è poi così male. Riconsideriamo i dati del *Graphic Designers Surveyed*. Le curatrici fanno riferimento a una soddisfazione complessiva verso il lavoro del 48% negli Stati Uniti, contro il 78% in Regno Unito. In tale scenario, i graphic designer che vivono negli Stati Uniti sarebbero relativamente più soddisfatti (due su tre ovvero 66% contro il 48% generale) rispetto a quelli attivi in Gran Bretagna (66% contro 78%).⁴³ Ma persino nelle più agiate roccaforti della cultura del design la situazione non è così rosea: «[...] interrogata a proposito della soddisfazione a un anno o due dopo la laurea, una percentuale stabilmente alta di ex

42. Jim Clifton. "The World's Broken Workplace." *Gallup*, 13 giugno 2017. <https://news.gallup.com/opinion/chairman/212045/world-broken-workplace.aspx>.

43. Roberts et al., *op. cit.*, p. 456.

studenti di design – circa il 40%, il doppio rispetto ad altre discipline – ha affermato che se potesse tornare indietro non sceglierebbe lo stesso campo di studi,» riporta Paola De Martin dalla Svizzera.⁴⁴

Tutto sommato, un certo grado di cinismo è comprensibile e non rappresenta certo una novità: la posizione dei designer all'interno delle imprese capitaliste e consumiste li rende frustrati e sfiduciati.⁴⁵ Ma non si tratta solo di questo. Bisogna anche considerare le problematiche legate al mondo del lavoro e alle sue trasformazioni incessanti. Per cominciare, c'è l'impressione che l'investimento nell'università non renda più come prima, e dunque che un prestito per studenti usato per pagare tasse e affitti crescenti potrebbe non essere un buon affare. Il “risentimento da ROI” diventa particolarmente giustificato se esaminiamo i redditi prodotti dai designer: il 44% di coloro che hanno partecipato a *Graphic Designers Surveyed* dichiara di «tirare avanti» economicamente.⁴⁶ La disparità di reddito tra le varie specializzazioni del design potrebbe alimentare questo risentimento. A ciò si aggiunge il fatto che il lavoro stesso è spesso instabile e imprevedibile, soprattutto nel caso dei liberi

44. Paola De Martin. “Breaking Class: Upward Climbers and the Swiss Nature of Design History.” In Claudia Mareis e Nina Paim (a cura di). *Design Struggles: Intersecting Histories, Pedagogies, and Perspectives*. Amsterdam: Valiz, 2021, p. 66.

45. «Occupando il centro della curva delle vendite, è logico che molti graphic designer sviluppino una “relazione cinica sia nei confronti del consumismo che del capitalismo,» scrive Boehnert. I designer provano frustrazione nei confronti della disciplina, ma non vedono altre strade per guadagnare soldi.» Pater, *op. cit.*, p. 208.

46. Roberts et al., *op. cit.*, p. 296.



Poster di Elliott Ulm (2021).



Cappellino da baseball prodotto in print-on-demand da Stephanie Davidson.

professionisti. Poi ci sono i forti contrasti tra i diversi paesi: ad esempio, il 15% di tasso di disoccupazione in Spagna contro il 3,3% nei Paesi Bassi. Queste disparità possono alimentare ambizioni in qualche particolare contesto, per poi reprimerle altrove. Vi è inoltre il problema del sessismo e del divario di genere⁴⁷ (sorprende qui il fatto che le donne si dichiarino leggermente più soddisfatte della loro carriera).⁴⁸ Non si può ignorare, inoltre, un diffuso senso di vuoto di futuro. Il design, con i suoi trend in rapido cambiamento, contribuisce al problema. Questo sentimento è anche legato alla crisi climatica in atto, in confronto alla quale tutto impallidisce e qualsiasi azione sembra inadeguata, astratta, irrilevante. Come si può parlare di questioni banali come il riconoscimento professionale quando siamo posti dinanzi alla possibilità dell'estinzione?⁴⁹

Un'utente di TikTok riassume alcuni di questi problemi in uno sclero di 30 secondi:

Ciao raga, avete mai notato quanto tutto nella nostra vita sia una truffa? Arrivata al college, ho pensato: oh mio Dio, devo trovare

47. *Ibidem*, p. 118.

48. *Ibidem*, p. 134.

49. Recentemente, la *senior curator* di architettura e design del MoMA Paola Antonelli ha provocatoriamente affermato che gli esseri umani dovrebbero progettare «una fine elegante» della loro specie. In tali dichiarazioni l'urgenza incontra l'impotenza. La provocazione di Antonelli può essere interpretata come una mossa intelligente per annettere l'impotenza del design ai suoi interessi curatoriali. Augusta Pownall. "‘We Don't Have the Power to Stop Our Extinction' Says Paola Antonelli." *Dezeen*, 22 febbraio 2019. <https://www.dezeen.com/2019/02/22/paola-antonelli-extinction-milan-triennale-broken-nature-exhibition/>.

uno scopo. Cosa potrei fare per sentirmi tanto realizzata? E la mia risposta è stata lo USER EXPERIENCE DESIGN. Pensavo davvero che la RISPOSTA alla mia VITA fosse l'UX DESIGN. SONO STRAFATTA DI CAPITALISMO!⁵⁰

Come hanno ben dimostrato autori come Guy Julier, Ruben Pater e Matthew Wizinsky, il design è strettamente (se non inestricabilmente) legato al capitalismo.⁵¹ Ma non tutto può essere ridotto a questa relazione. O, più precisamente, non tutto dovrebbe essere ridotto a questa relazione nel suo senso più ampio. Il rischio è quello di agire per conto del Capitale, astraendo le pratiche di vita vissuta e trattandole come generici esempi di sfruttamento “a bassa risoluzione.” Questo di solito porta a chiamate alla sindacalizzazione e a petizioni affinché “gli stage si paghino,” ecc. – appelli sacrosanti, ma anche intercambiabili a seconda della categoria. Non dovremmo trattare il designer (o qualsiasi altro tipo di professionista, del resto) come una marionetta i cui fili sono mossi dall'economia, un fantoccio che non possiede alcuna specificità oltre a quella di essere un “lavoratore culturale.” In altre parole, non dovremmo perdere di vista le manifestazioni *specifiche* della liaison tra design e capitalismo. Ignorarle può risultare strategicamente utile dal punto di vista della “prassi”, ma lo è meno quando si tratta di comprendere la condizione del designer. Piuttosto, la domanda che

50. @suwuuuuu, post cancellato.

51. Julier, *op. cit.* Pater, *op. cit.* Matthew Wizinsky. *Design After Capitalism: Transforming Design Today for an Equitable Tomorrow*. Cambridge, MA: MIT Press, 2022.

dobbiamo porci è: in che modo il design si differenzia dalle altre attività radicate nel capitalismo? Cominciamo con l'atteggiamento standard della cultura del design, fondato sull'ottimismo.

L'IMMUTABILE

Nessuna cattiva notizia potrà mai influenzare la postura tipica del design. Il fatto che l'ottimismo sia una qualità intrinseca al design emerge chiaramente nella definizione di Herbert Simon: «Prepara un progetto chiunque pensi azioni destinate a trasformare situazioni esistenti in situazioni *desiderate*.»⁵² Più che concentrarsi sullo stato delle cose, il design presta attenzione a come le cose dovrebbero essere. E naturalmente dovrebbero essere migliori. Quindi, dal punto di vista del design, il pessimismo appare facile e volgare. L'ottimismo, invece, è lodato. Ma anche l'ottimismo può risultare facile, può farsi abbagliare da possibilità astratte a scapito di una realtà spietata. Marco Petroni sostiene che «[t]roppo spesso nel mondo del progetto la durezza del *reale* va bene soltanto se traslata o resa immaginifica.»⁵³ Questa traduzione, che è ciò che chiamiamo progetto, è anche un modo di proiettarsi al di fuori dalla realtà.

In ultima analisi, il design è terrorizzato da ciò che non è in grado di cambiare: deve reprimere sistematicamente ogni manifestazione della propria impotenza. L'immutabile è il tabù del design. In questo senso, la cultura del progetto

52. Herbert A. Simon. *Le scienze dell'artificiale*. Milano: ISEDI, 1973, p. 79. Corsivo mio.

53. Marco Petroni. *Il progetto del reale: il design che non torna alla normalità*. Milano: Postmedia Books, 2020, p. 10.

riflette semplicemente una condizione più ampia, che il filosofo italiano Giorgio Agamben descrive come segue:

Separato dalla sua impotenza, privato dell'esperienza di ciò che può non fare, l'uomo odierno si crede capace di tutto e ripete il suo gioviale "non c'è problema" e il suo irresponsabile "si può fare," proprio quando dovrebbe invece rendersi conto di essere consegnato in misura inaudita a forze e processi su cui ha perduto ogni controllo. Egli è diventato cieco non alle sue capacità, ma alle sue incapacità, non a ciò che può fare, ma a ciò che non può o può non fare.⁵⁴

Agamben associa tale alienazione positiva e affermativa, tale eccesso percepito di potenziale, alla flessibilità, all'instabilità e alla confusione tra ruolo e vocazione. Seguendo questa linea, possiamo interpretare la disillusione del design come un ritorno del represso, la vendetta di una realtà che perturba, con i suoi vincoli e limitazioni, l'ottimistico progetto di stabilire il preferibile.

UNA GENEALOGIA DELLA DISILLUSIONE NEL DESIGN?

È possibile mettere insieme una genealogia della disillusione nel design? Il compito non è certo facile. Dovremmo iniziare dal Radical Design degli anni '60 e '70? O da Le Corbusier, il quale già nel 1923 scrisse che «gli ingegneri sono sani e virili, attivi e utili, morali e gioiosi. Gli architetti sono

54. Agamben, *op. cit.*

disillusi e oziosi, chiacchieroni e malinconici. Il fatto è che presto non avranno più nulla da fare.»⁵⁵ O da Charles Baudelaire, che profetizzò l'americanizzazione provocata dalla "meccanica"?⁵⁶ Invece di elencare una per una tali espressioni di disincanto, proviamo invece a evidenziare alcuni dei loro temi ricorrenti: meccanizzazione e razionalizzazione; divisione del lavoro con i suoi effetti ottundenti; sfruttamento delle risorse naturali e umane; mancanza di significato, autonomia e legittimità.

Questi temi spesso si intrecciano. È il caso, ad esempio, di John Ruskin e delle sue riflessioni sulla natura dell'architettura gotica. Ruskin distingue tra «ornamento servile» (tipico dell'architettura greca e moderna) e «ornamento costitutivo» (tipico dell'architettura gotica e medievale). L'ornamento servile è legato all'idea di perfezione: i compiti assegnati agli artigiani sono così semplici che non possono essere eseguiti in modo errato, ma limitano l'inventiva dei lavoratori. Al contrario, l'ornamento costitutivo, benché riconosca una relazione gerarchica tra mastro e artigiani, consente a questi ultimi di inventare, fare errori e quindi provare gratificazione per la propria opera. Fondamentalmente, ciò che a Ruskin non piaceva dell'ornamento servile era la divisione del lavoro che implicava. Questa divisione causava una "meccanizzazione" del lavoro dei manovali, che con

55. Le Corbusier. *Verso una architettura*. Milano: Longanesi, 1973, p. 6. Citato da Beatriz Colomina e Mark Wigley. *Are We Human? The Archaeology of Design*. Zurigo: Lars Müller, 2016, p. 114.

56. Baudelaire citato da Cornelius Castoriadis. *Postscript on Insignificance: Dialogues with Cornelius Castoriadis*. London: Bloomsbury, 2011, pp. 25-6.

l'autonomia finivano per smarrire anche il significato del proprio agire. Oggi, questo senso di meccanizzazione sembra più grande e più assurdo: benché vi sia spazio per l'imperfezione, benché "l'anima" sembra aver trovato posto nel lavoro, non c'è traccia di un insieme coerente. Non si intravede nessuna cattedrale gotica. Il "tutto" appare come una macchina socio-tecnica difettosa che, al pari di una stampante d'ufficio, non fa che incepparsi.

MELANCOLIA

Una leggendaria incisione di Albrecht Dürer mostra un'allegoria della malinconia, un "umore" discusso quasi ossessivamente nei trattati filosofici del Rinascimento.⁵⁷ L'allegoria mostra una figura alata circondata da un caotico accumulo di attrezzature scientifiche e strumenti relativi a vari mestieri: una bilancia, una clessidra, una sega, alcuni chiodi. Invece di darsi da fare utilizzandoli, la figura è pensierosa, chiusa in sé stessa, con una guancia appoggiata sul pugno, gli occhi tristi che spiccano brillanti dal volto cupo.⁵⁸ Questi occhi pensierosi, fissi in un vuoto lontano, rivelano la consapevolezza che qualsiasi cosa si possa creare sarà sempre imperfetta. Alcuni credono che *Melencolia I* sia il ritratto spirituale dello stesso Dürer:

Disperando dei limiti della conoscenza umana, è paralizzata e incapace di creare, come suggeriscono gli strumenti scartati e inutilizzati.

57. Jacques Le Goff (a cura di). *L'uomo medievale*. Roma, Bari: Laterza, 2013, p. 305.

58. Vedi Raymond Klibansky, Erwin Panofsky e Fritz Saxl. *Saturno e la malinconia*. Milano: Einaudi, 2002, pp. 261-342.

Ironia della sorte, questa rappresentazione angosciata dell'impotenza artistica si è rivelata un esempio radioso e duraturo del potere dell'arte di Dürer.⁵⁹

La malinconia è uno stato d'animo condiviso da studiosi e artisti. Lo stesso Dürer si barcamenava tra questi due mondi, al punto che sua moglie disapprovava la sua affinità con gli umanisti italiani.⁶⁰ L'incisione di Dürer ben rappresenta la disillusione dei designer ordinari. Circondati da una profusione caotica di possibilità tecnologiche e metodologiche, essi meditano sulla loro incapacità di raggiungere nei loro progetti (la loro vita essendo uno di questi) un ideale di perfezione – o almeno di significato.⁶¹ Troppo concentrati a pensare, si distaccano da una pratica che non ha limiti e confini definiti. Di conseguenza, la pratica stessa diventa un processo di introspezione, una *recherche*. La teoria del narcisismo di Christopher Lasch, riassunta da Anthony Giddens, descrive qualcosa di simile: «[i]l fatto che la maggior parte della gente sia esclusa dalle sedi in cui vengono adottate le scelte e le decisioni politiche determina

59. The National Gallery of Washington. "Albrecht Dürer, Melencolia I, 1514." <https://www.nga.gov/collection/highlights/durer-melencolia.html/>.

60. Le Goff, *op. cit.*, p. 226.

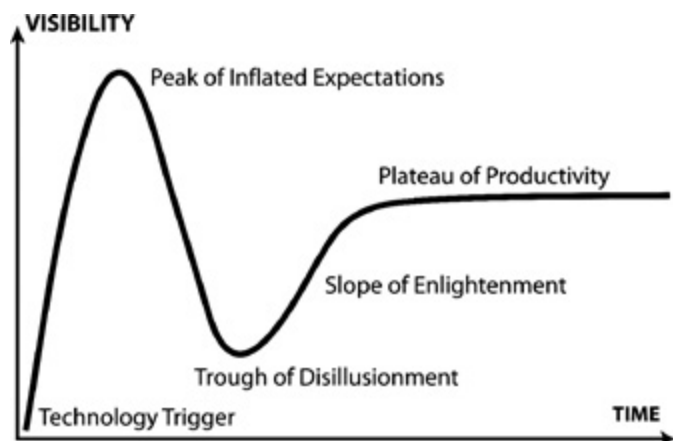
61. «L'idea che sta dietro l'incisione di Dürer, volendola definire in termini di storia dei tipi, potrebbe essere quella della Geometria che si abbandona alla melanconia, o quella della Melanconia con la passione della geometria. [...] L'officina della Geometria si è trasformata da un cosmo di utensili chiaramente ordinati e utilizzati in vista di uno scopo in un caos di cose inutilizzate; la loro disposizione casuale riflette un'indifferenza psicologica.» Klibansky, Panofsky e Saxl, *op. cit.*, pp. 297-8.

un ripiegamento sull'Io; questo ripiegamento è il prodotto del senso di impotenza che molta gente avverte.»⁶² Per i designer, come per chiunque altro, il sé diventa un rifugio, ma, più di chiunque altro, i designer lo affrontano come un progetto e un'area di ricerca.

Il designer senza qualità è diviso in due parti. Nella prima parte, intitolata *Aspettative*, analizzo le ambizioni del design come disciplina teorica, campo e professione. Nella seconda parte, intitolata *Realtà*, esamino i modi in cui queste ambizioni interagiscono e si scontrano con l'attività dei designer ordinari in quanto tecnologi, professionisti della cultura e studenti. In entrambe le parti, cerco di sondare il nostro presente estremo ricollegandolo a un passato spesso obliterato.

62. Anthony Giddens. *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*. Bologna: Il Mulino, 1994, p. 124.





Il diagramma dell'Hype Cycle, elaborato da Gartner Research.

PARTE I

ASPETTATIVE

CAPITOLO 2

EVERYTHING EVERYONE
ALL AT ONCE:
IL PANPROGETTISMO

«L'ambizione segreta del design è di diventare invisibile, essere assorbito dalla cultura, integrato nello sfondo. L'apice del successo nel design consiste nel raggiungere l'ubiquità, diventare banale.»

– Bruce Mau e Jennifer Leonard, 2004¹

«Il design è diventato virale. La parola "design" è ovunque. Spunta in ogni situazione. Non conosce limiti.»

– Beatriz Colomina e Mark Wigley, 2018²

ILUSIÓN

La disillusione nel design può andare oltre la lamentela, può essere più del disappunto, del malcontento, della mera *delusione*. Può rappresentare invece una forma di lucidità capace di svelare una serie di illusioni, intese qui non come false credenze ma come nozioni idiosincratiche, disfunzionali o addirittura contraddittorie. La parola spagnola *ilusión* può riferirsi a una ragionevole speranza e persino alla gioia! Queste illusioni includono quegli accessi di entusiasmo collettivo che ne influenzano e ne modellano il campo del design. Come sono nate tali illusioni? Come strutturano la mente dei designer, la loro percezione del mondo e delle altre persone, nonché la loro relazione con quest'ultime? Alcune di queste illusioni sembrano ormai marcate a fuoco nella disciplina del design: sono diventate luoghi comuni. Mentre altre, forse meno esplicite, si mescolano con configurazioni sociali più ampie. In questa parte del

1. Bruce Mau, Jennifer Leonard e Institute without Boundaries. *Massive Change*. London, New York: Phaidon, 2004, p. 4.

2. Colomina e Wigley, *op. cit.*, p. 46.

libro, considererò le illusioni riguardanti l'essenza stessa del design; quelle che influenzano il modo in cui il design si posiziona rispetto ad altri domini; e, infine, quelle relative alla capacità del design di agire nel mondo. La prima tipologia ci permette di riconsiderare cosa sia il design, la seconda come il design si relazioni con altre discipline, la terza cosa il design sia in grado di fare. In tre parole: essere, autonomia, potere.

SLIMER

Due affermazioni ripetute spesso e volentieri fungono da spia dell'attuale concezione del design: "siamo tutti designer" e "tutto è design."³ Questa visione onnicomprensiva del design può essere definita *panprogettismo*. Tramite il panprogettismo i designer articolano (o meglio, lottano per articolare) il loro ruolo e la loro posizione. Ma più che essere una semplice descrizione della realtà, il panprogettismo è un quadro interpretativo, uno strumento retorico e un semioscienze piano di espansione. Analizzare i significati contrastanti di queste due affermazioni ci aiuta a capire come esse influenzano l'identità del designer e il suo senso di realizzazione.

In un passato non troppo lontano, circoscrivere il design era semplice: mentre la moka prodotta in serie che borbottava sul fornello era inequivocabilmente design, le tazzine di ceramica fatte

3. Affermazioni simili possono essere trovate nel campo dell'arte (come l'«ogni uomo è un artista» di Joseph Beuys) e dell'architettura (come l'«*Alles Ist Architektur*» di Hans Hollein). Per quest'ultima, vedi Hans Hollein. "Alles Ist Architektur." *Bau*, 1968. <https://socks-studio.com/2013/08/13/hans-holleins-alles-ist-architektur-1968/>.





God is a Designer di Alix Gallet (2020), olio su tela, 60x92cm.

a mano utilizzate per bere il suo caffè non lo erano. Il design principiava nella fabbrica, e lì terminava: era disegno *industriale*. Oggi le cose sono più complicate. Il design si è liberato dalla catena di montaggio per diventare una mentalità, il che equivale a dire che la nostra mentalità si è industrializzata.⁴ I pochi oggetti fatti a mano che ancora ci circondano devono la loro aura al design. Sono *infestati* dal design.

Qualunque cosa creiamo o incontriamo – una cosa, una disposizione di cose, una procedura per organizzare tali cose – è infestata *by design*. Anche se il design non è presente, è già lì. Dunque, lo statuto ontologico del design è di natura spettrale. Come affermano Bruce Mau e Jennifer Leonard, «per molti di noi, il design è invisibile. Finché non smette di funzionare.»⁵ Ma il design è un fantasma particolare, che brama il mondo tangibile dei vivi. È come Slimer, l'ingordo spettro dei *Ghostbusters*, che gode nell'ingurgitare quanto più cibo possibile.

Le interazioni di Slimer con il mondo materiale non sono prive di tracce: depositano melma ovunque lui vada. Possiamo interpretare tali secrezioni gelatinose come la capacità del design di riconcettualizzare le cose secondo la sua modalità di comprensione: improvvisamente, un sasso inizia ad avere una forma e una funzione, diventa passibile di un processo di miglioramento, un processo che è a sua volta soggetto a un metodo. Cos'è successo? Il design ha digerito la cosa: il sasso è ora

4. Presumibilmente, questa mentalità industrializzata ha iniziato a emergere in Occidente nel XVI secolo, con l'apparizione dei primi libri riprodotti meccanicamente.

5. Mau et al., *op. cit.*, p. 2.

un *artefatto*, un oggetto di design.⁶ Questa è la fase finale della «straordinaria carriera» del termine “design” notata da Bruno Latour, un termine che è cresciuto in «estensione» (le tipologie di prodotti a cui è applicato) e «comprensione» (le parti di una cosa che il design può comprendere):

Oggi, chiunque possieda un iPhone sa che sarebbe assurdo distinguere ciò che è design da ciò che è stato pianificato, calcolato, impostato, organizzato, imballato, confezionato, delineato, prefigurato, bricolato, programmato, disposto e così via. D’ora in poi, “design”, può significare uno qualunque di questi verbi.⁷

Ma il metabolismo del design è andato oltre lasciando la sua scia muculenta su ciò che non poteva elaborare, ovvero l’aura simbolica e rituale dell’oggetto, la sua cultura; sostituita dalla cultura del design, con i suoi simboli e rituali uniformi. Apparentemente la cosa è la stessa di prima, ma in realtà è completamente diversa.

ARANCE, ROSE E PISELLI

Nel 1963, il poliedrico Bruno Munari si divertì a descrivere un’arancia, dei piselli e una rosa come

6. «La pietra diventa un oggetto solo quando le viene attribuita la funzione di fermacarte.» Abraham A. Moles. “Objet et communication.” *Communications* 13, n. 1 (1969): 1–21, p. 5.

7. Bruno Latour. “Un Prometeo cauto? Primi passi verso una filosofia del design.” *E|C Serie Speciale*, Associazione Italiana di Studi Semiotici, Anno III, nn. 3/4 2009, pp. 255-263. <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/downloads/112-DESIG-IT.pdf>.

oggetti industriali. Mentre l'arancia è «oggetto quasi perfetto,» la rosa è considerata completamente inutile e complicata. L'innocente divertissement di Munari, una sorta di lezione di design thinking e forse una critica sottile alla produzione di massa, esemplifica il modo *effettivo* in cui il design finisce per reinterpretare e quindi cambiare la realtà. Una volta avvenuta tale reinterpretazione, è molto difficile pensare la realtà diversamente, cioè al di là della funzionalità e dell'efficienza.⁸

Guidato da un tale modo di pensare, il designer potrebbe benissimo essere responsabile di tutto. Secondo Paola Antonelli, i designer sono «rispettosi, curiosi, generosi e affamati delle conoscenze e competenze degli altri campi, i designer invadono senza colonizzare. Di chi possiamo fidarci di più? Dovrebbero governare il mondo.»⁹ Ruha Benjamin potrebbe non essere d'accordo. Quando le è stato chiesto, durante un workshop, di offrire una definizione di design, la sociologa ha suggerito che «il design è un progetto di colonizzazione.»¹⁰ Con ciò intendeva dire che il design viene usato per descrivere tutto. E difatti, la viscida digestione del design prende proprio la forma della *descrizione*.

8. I piselli sono descritti come «pillole alimentari di diversi diametri, confezionate in astucci bivalve molto eleganti per forma, colore, materia, semitrasparenza e semplicità d'apertura.» Bruno Munari. *Good design*. Mantova: Corraini, 2010.

9. Paola Antonelli. "Foreword." In Alexandra Midal. *Design by Accident: For a New History of Design*. Berlin: Sternberg Press, 2019.

10. Ruha Benjamin. *Race After Technology: Abolitionist Tools for the New Jim Code*. Cambridge, UK: Polity, 2020, p. 176.

Come dichiarano Paul Rodgers e Craig Bremner, «il design non è né un prodotto né un servizio. Il design si manifesta in relazione a tutti e a tutto – descrive e plasma le relazioni.»¹¹ Il design procede per formalizzazione. Concentrandosi su una delle correnti di design più popolari degli ultimi anni, il design thinking, Benjamin ne evidenzia la capacità di incapsulare qualsiasi forma di attività, dall'organizzazione di una protesta al percorso utente di una app bancaria (un'etimologia insolita della parola “design” la collega al latino *designare*, che significa anche delimitare¹²). Per Benjamin, il problema è che il design thinking tende a dimenticare, non diversamente dal design in generale: trascura le storie.¹³

Se il design deve essere “sovvertito”, ciò implica il dominio del suo quadro di riferimento – e penso che una delle ragioni per cui domina sia che esso è riuscito ad assimilare qualsiasi cosa sotto le sue ali agili.

Benjamin identifica una serie di rischi associati al design thinking, una «filosofia ombrello» che riduce

11. Paul A. Rodgers e Craig Bremner. “The Design of Nothing: A Working Philosophy.” In Pieter E. Vermaas e Stéphane Vial (a cura di). *Advancements in the Philosophy of Design*, 549–64. Design Research Foundations. Cham: Springer International Publishing, 2018. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73302-9_25, p. 550.

12. Tomás Maldonado. *Disegno industriale: un riesame*. Milano: Feltrinelli, 2008, p. 9.

13. Susan Stewart lo esprime in termini più sistematici: «l'escissione della storia dal design thinking isola la comprensione che informa l'atto di design da qualsiasi comprensione delle traiettorie temporali di cui partecipa.» “And So to Another Setting....” In Tony Fry e Clive Dilnot (a cura di). *Design and the Question of History*, 275–301, 2020. <https://doi.org/10.5040/9781474245890>.



ALLES IST

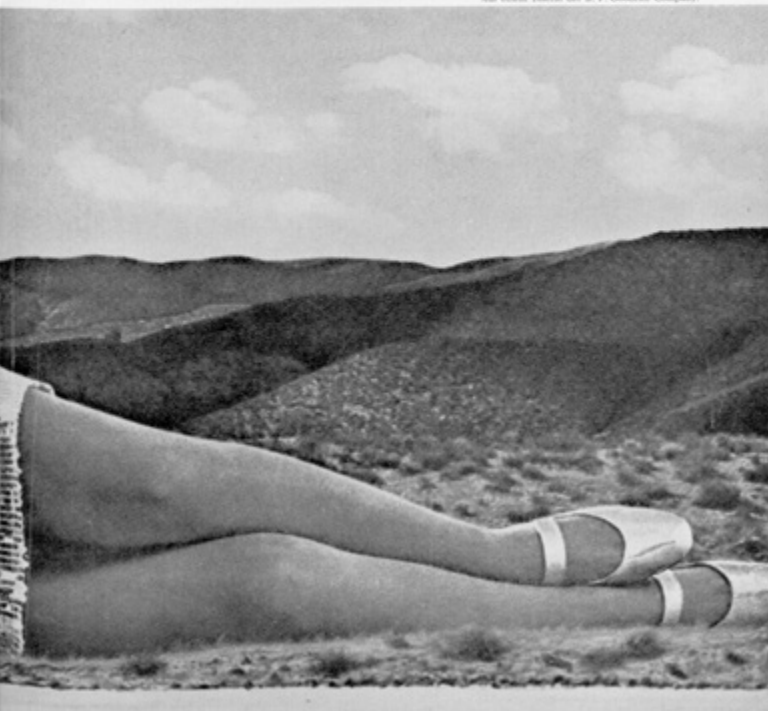


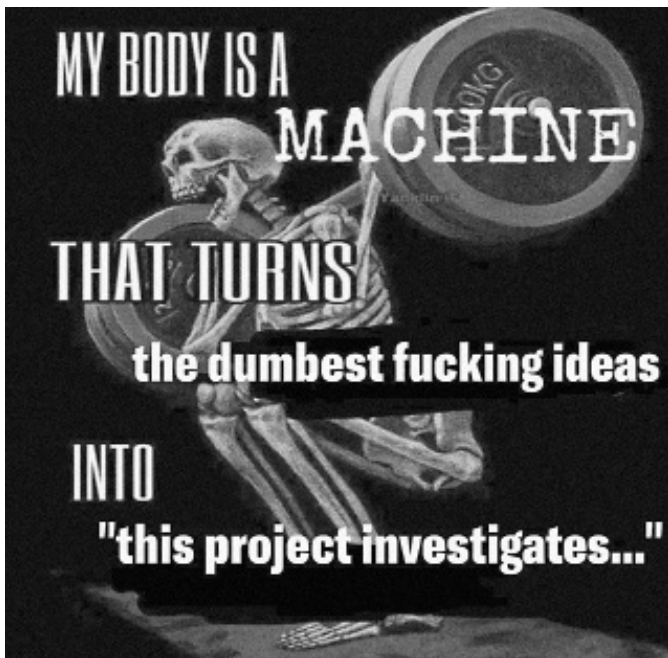
Doppia pagina tratta da “Alles Ist Architektur” di
Hans Hollein, *Bau*, 1/2, 1968.



ARCHITEKTUR

Aus einem Inserat der B. F. Goodrich Company.





le forme più ampie di attività umana, facendo terra bruciata delle genealogie che avevano prodotto in primo luogo tali forme, eclissando la tradizione. È una questione di egemonia: «Che il gergo del design si proponga o meno di colonizzare l'attività umana, esso sta comunque esercitando un monopolio sul pensiero creativo e sulla sua messa in pratica.» Le preoccupazioni di Benjamin sono distintamente legate alle questioni razziali. Questa angolatura le permette di evidenziare come il design riduca l'emancipazione a un guscio vuoto: «Forse ciò che dobbiamo chiedere non sono progetti liberatori, ma semplicemente la semplice vecchia liberazione. Suona troppo retrò?»¹⁴

L'ULTIMA AVANGUARDIA

Un senso di disillusione deriva in parte dalla realizzazione che il design può essere, come il denaro, un "equivalente generale": qualcosa che recide i collegamenti tra le cose rendendole al tempo stesso comparabili ed estranee: il design è in grado di divorare contesti. Chi lo pratica sospetta che l'ombrello sia troppo stretto, che al design manchino i mezzi concettuali e pratici per abbracciare l'attività umana nella sua interezza e che, nel tentativo di farlo, stia in realtà facendo tabula rasa.¹⁵ Il

14. Ruha Benjamin, *op. cit.*, pp. 174-180.

15. A patto di considerare la formulazione di politiche "progressiste" come una forma di design, riconosciamo un simile impulso eradicatorio, espresso in termini brutalmente espliciti nel resoconto stilato nel 1951 da un gruppo di esperti per le Nazioni Unite, circa lo "Sviluppo dei Paesi Sottosviluppati": «C'è un'idea secondo cui il rapido progresso economico è impossibile senza aggiustamenti dolorosi. Le antiche filosofie devono essere rottamate; le vecchie istituzioni sociali devono disintegrarsi; i legami di

design potrebbe essere l'ultima avanguardia efficace: un deliberato ripudio della Storia. I designer che si confrontano con tale consapevolezza naturalmente sviluppano una sindrome dell'impostore, un impulso a resistere all'assimilazione riduttiva del design.

Questa può essere la concausa di molti esodi personali, sognati o concretizzati. Ex designer decidono di dedicarsi completamente a una certa attività umana all'interno del suo dominio specifico e storicamente ricco: l'agricoltura, la scrittura, la cucina... tutte attività che resistono alla riduzione a "rural hacking," "content design" o "food design." Più raramente, tuttavia, l'atto descrittivo insito nel progetto fornisce un arricchimento: la selettività del design permette l'inclusione di voci dimenticate, il rimpasto spensierato di pratiche austere, la costruzione di nuovi ponti tra contesti differenti. In questi rari casi, l'"ignoranza" del design diventa veramente la sua benedizione.¹⁶ Nel peggiore dei casi, il design schiaccia una molteplicità di mondi su una superficie piatta e asettica; nel migliore, li nutre.¹⁷

casta, credo e razza devono esplodere; e un gran numero di persone che non riescono a tenere il passo con il progresso devono vedere frustrate le loro aspettative di una vita confortevole.» United Nations, Department of Social and Economic Affairs. "Measures for the Economic Development of Under-Developed Countries," 1951. <http://digitallibrary.un.org/record/708544>.

16. Vedi capitolo 3.

17. Il campo del *creative coding* fornisce un buon esempio di design che non provoca appiattimenti. Processing, uno dei principali linguaggi di programmazione concepiti appositamente per artisti e designer, fa parte di una ricca storia di esperienze in cui il design collega diversi campi del sapere.

È difficile negare che «la logica del mondo è la logica della descrizione del mondo.»¹⁸ Se le cose stanno così, l'entità descrivente è inevitabilmente rivelata nella descrizione, insieme ai suoi limiti. È così che la formalizzazione progettuale tradisce l'amorfismo del design stesso: «Il design di oggi sembra un vasto corpo senza forma – o, nel linguaggio dell'architettura contemporanea, un “blob” – capace di assorbire qualsiasi colpo gli venga inferto; è privo di coerenza e sempre più disperso,» osservava Andrew Blauvelt nel 2003.¹⁹ Quella del designer e curatore statunitense non è un'impressione isolata: un gruppo di ricercatori ha utilizzato tecniche di data mining per esaminare due decenni di conversazioni sulla “PhD-Design discussion list,” una piattaforma affermata per lo scambio specialistico, scoprendo che l'avanzamento nella definizione del design era stato minimo.²⁰ Oggi, i designer si chiedono dubbiosi: come

Emerso dalla *lab culture* del MIT, dove Muriel Cooper, una graphic designer, ricopriva un ruolo di primo piano, Processing ha dato origine a una vasta comunità di creatori e pensatori che vanno oltre la spinta all'efficienza che pervade invece gran parte della cultura computazionale. Vedi Golan Levin e Tega Brain. *Code As Creative Medium: A Handbook for Computational Art and Design*. Cambridge, MA: MIT Press, 2021. Per un controargomento basato sulla cecità di Processing rispetto alla propria materialità, vedi Michael Murtaugh. “Torn at the Seams: Considering Computational Vernacular.” In Cristina Cochior, Sofia Boschat-Thorez e Manetta Berends (a cura di). *Vernaculars Come to Matter*, 93–110. Rotterdam: Everyday Technology Press, 2021.

18. Francisco Varela. “Introduction.” In Heinz von Foerster. *Observing Systems*. Systems Inquiry Series. Seaside CA: Intersystems Publications, 1984, p. XVI.

19. Andrew Blauvelt. “Towards Critical Autonomy or Can Graphic Design Save Itself?”. *Emigre*, 2004.

20. Alethea Blackler, Levi Swann, Marianella

può qualcosa di così indefinito definire il mondo? Riconoscendo nell'appropriazione riduttiva delle pratiche preesistenti uno strumento cultural-burocratico, si aggrappano comunque alla loro autorità, reale o percepita, pur sentendo che è inefficace e provvisoria; quando non addirittura illegittima.

L'APE MIGLIORE

Mentre apprendiamo che il design è ovunque (e quindi da nessuna parte), ci convinciamo inoltre che chiunque sia un designer. Come attività, il design è spesso collocato, per così dire, nella mente di chi guarda, e dunque identificato come una parte integrante delle capacità umane. Il design si presenta come un'«abilità umana basilare e universale»,²¹ è «tutto ciò che facciamo [...] quasi sempre»,²² finché l'intera razza umana viene inquadrata come «specie progettante».²³ L'elenco potrebbe continuare all'infinito:²⁴ «siamo tutti

Chamorro-Koc, Wathsala Anupama Mohotti, Thirunavukarasu Balasubramaniam e Richi Nayak. "Can We Define Design? Analyzing Twenty Years of Debate on a Large Email Discussion List." *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation* 7, n. 1 (1 marzo, 2021): 41–70. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2020.11.004>.

21. Rick Poynor. "First Things Next." In *Obey the Giant: Life in the Image World*. Boston, MA: Birkhauser Verlag AG, 2007, pp. 141-2.

22. Victor Papanek, *Progettare per il mondo reale*. Milano: Mondadori, 1970, p. 3.

23. Victor Margolin intervistato da Max Bruinsma nel 2015. <https://vimeo.com/133073827>.

24. Sul mio blog, ho messo insieme una cronologia del panprogettismo che va dal 1962 al 2022. Successivamente è stata raccolta in una zine realizzata insieme agli studenti del Dipartimento di Information Design presso la Design Academy Eindhoven: <https://networkcultures.org/entrepreneuriat/design-panism-a-timeline/>.

designer” è un luogo comune così diffuso, sia dentro che fuori dal mondo del design, da suscitare sospetti. Non si tratterà mica di una mossa di marketing per vendere libri di design a un pubblico allargato?

Per comprendere più chiaramente in cosa consista questa «abilità universale,» possiamo consultare una fonte improbabile, *Il Capitale* di Karl Marx. Nel primo volume compare il celebre paragone tra l'ape e l'architetto:

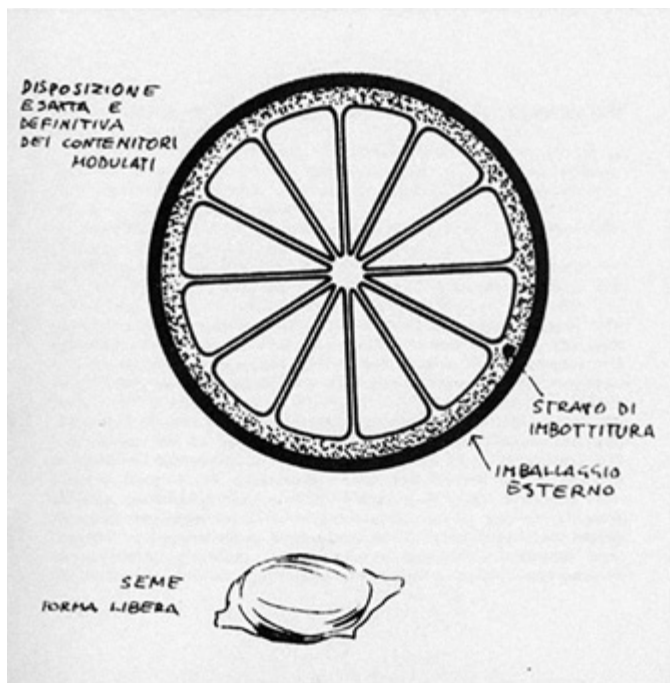
Un ragno compie operazioni simili a quelle del tessitore; un'ape fa arrossire molti architetti umani con la costruzione delle sue celle di cera. Ma ciò che, fin dappprincipio, distingue il peggiore architetto dalla migliore ape è il fatto di aver costruito la cella nella propria testa prima di costruirla in cera. Al termine del processo lavorativo, si ha un risultato che era già presente all'inizio nella mente del lavoratore; che, quindi, esisteva già come idea.²⁵

Qui, apprendiamo che il design è l'esclusiva capacità umana di prefigurare,²⁶ di immaginare una struttura prima che essa venga costruita.²⁷

25. Karl Marx. *Il Capitale*. Vol. 1. Torino: UTET, 1974, pp. 230-1.

26. Naturalmente, troviamo esempi precedenti di questa idea, ad esempio nel concetto di *disegno interno* dell'architetto e pittore italiano Federico Zuccari. Vedi *L'Idea de' pittori, scultori ed architetti*, 1607.

27. Sembra, tuttavia, che animali come i ratti siano anch'essi in grado di prefigurare, immaginando percorsi alternativi prima di intraprenderli. Quindi, potrebbe non consistere nella prefigurazione la differenza fondamentale tra gli esseri umani e gli altri animali, bensì nella nostra capacità/necessità di plasmare il nostro ambiente ed



Nessuno può negare che gli umani abbiano questa capacità immaginativa, ma ha senso equipararla a una pratica storicamente specifica che si è consolidata durante la Rivoluzione industriale? Tramite questo accorpamento, non solo il design (la nostra idea contemporanea, occidentale, di design) viene naturalizzato, ma anche, come ricordano Beatriz Colomina e Mark Wigley, l'umano viene reinventato.²⁸ Nei loro scritti, molti architetti e designer risalgono alla genesi di un artefatto archetipico (una lancia, un ponte, un rifugio) per giustificare la loro particolare filosofia progettuale, un po' come fanno i fondatori delle startup con le loro *origin story*. Una mossa che può essere considerata «un tentativo di ottenere uno status per la professione, evocando un precedente storico specioso.» Così avvisava Papanek, che già negli anni '70 rese chiara questa distinzione: «“All'inizio c'era il disegno”: è ovvio, ma non era il disegno per l'industria.»²⁹

DESIGNED BY DESIGN

I sostenitori di un'idea ontologica del design come Tony Fry e Anne-Marie Willis aggiungono un altro tassello al panprogettismo suggerendo non solo che tutto è design e che tutti sono designer, ma anche

esternalizzarvi le funzioni di sopravvivenza. Vedi Thomas Hills. “Can Animals Imagine Things That Have Never Happened?” *Psychology Today*, 22 ottobre 2019. <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/statistical-life/201910/can-animals-imagine-things-have-never-happened>.

28. Colomina e Wigley, *op. cit.*

29. Papanek, *op. cit.*, p. 34. È interessante notare come Papanek, nell'edizione originale, inverte la capitalizzazione di Design (campo professionale) e design (abilità umana) proposta da Margolin.

che questi ultimi sono a loro volta *designed by design* («riprogettati dal progettare»), un punto che ricorda la formula di Padre John M. Culkin, sodale di Marshall McLuhan, secondo cui «[d]iventiamo ciò che osserviamo. Plasmiamo i nostri strumenti e poi i nostri strumenti plasmano noi.»³⁰ Dal punto di vista di Fry e Willis, il design è un doppio movimento: dal designer all'ambiente, ma anche, e in modo più importante, dall'ambiente al designer. Il design si potrebbe quindi considerare circolare e bidirezionale. Willis dissocia apertamente la sua idea di «progettazione ontologica» da altre forme di panprogettismo, che si trovano in «testi populistici» come quelli di Papanek.³¹ Un'idea rozza e demagogica del panprogettismo corrisponde alla rivendicazione, forse velleitaria, che chiunque possa, almeno parzialmente, progettare il proprio ambiente. Al contrario, il panprogettismo “alto” vede il design come una sorta di campo di forza intenzionale che investe sia gli attori umani che quelli non umani. Qui, “tutti sono designer” e “tutto è design” sono la stessa affermazione.

Sia la vertiginosa concezione del design ontologico di Willis, sia le distinzioni apparentemente dettate dal buon senso di Papanek e Margolin hanno i loro limiti. La circolarità del design ontologico si scontra con la dimensione necessariamente euristica della pratica progettuale, che si basa su un consenso operativo condiviso: la convinzione

30. A dire il vero, questo aforisma dovrebbe essere formulato all'inverso: prima, siamo plasmati dal mondo progettato e poi, forse, lo riprogettiamo.

31. Anne-Marie Willis. “Ontological Designing.” *Design Philosophy Papers* 4, n. 2 (1 giugno 2006): 69–92. <https://doi.org/10.2752/144871306X13966268131514>.

che la capacità d'azione risieda nel designer, inteso come una sineddoche dell'umano. È attraverso questa riduzione funzionale che il design opera, anche quando supervisiona i processi. Nel momento in cui interviene, il design rinuncia a una piena comprensione del mondo, al fine di ottimizzarne la trasformazione. Affinché un albero cresca sano, è necessario potarlo. L'alternativa è l'apofenia: il panico derivante dal senso di interrelazione totale. Non sorprende affatto, dunque, l'incapacità dei designer, lamentata da Willis, di comprendere le ramificazioni ontologiche.

L'antropologa Lucy Suchman è cauta nell'adottare la parola "design" in senso lato. Suggerisce di «tenere d'occhio le tensioni insite nell'articolazione di progetti di cambiamento trasformatore come design con la d minuscola, senza riprodurre la supremazia del Design con la D maiuscola.» In cosa consiste tale supremazia? Suchman identifica quattro tendenze storiche nel campo professionale del design: la grandiosità, che è un altro modo di chiamare l'universalismo; il progressismo, un modello di sviluppo standard «da loro, a noi, a un nuovo noi»; il parrocchialismo, ovvero «la tendenza a affrontare conversazioni tra di noi, a nome di tutti»; la predominanza dell'etica e dei valori sulla politica.³²

AUTORITARIO E FASTIDIOSO

Spesso, tuttavia, distinzioni utili si perdono nei fumi dei discorsi sulla disciplina. Il risultato: un'idea generale dell'attività progettuale dove tutto

32. Lucy Suchman. "Keywords for Ethnography and Design: Design." *Society for Cultural Anthropology*, 29 marzo 2018. <https://culanth.org/fieldsights/design>.

ciò che facciamo o ci viene fatto è design. A questo punto, c'è chi potrebbe pretendere, a ragion veduta, maggiore specificità tramite l'uso di definizioni precise. Come abbiamo visto, però, ci si infila così in un vicolo cieco. Restiamo allora sul piano generale per comprendere meglio le disfunzioni del panprogettismo. Se il design è una facoltà umana universale, perché ci sono alcuni umani che si definiscono designer? Perché la funzione prefigurativa è delegata a una congregazione specializzata di persone? E, di conseguenza, cosa resta a tutti gli altri di questa funzione? La questione, in realtà, non è estranea al dibattito. Nel 1994, Ivan Illich e Carl Mitcham pronunciarono un vero e proprio sermone contro il design:

Contrariamente alla credenza ampiamente promossa secondo cui il design è qualcosa che tutti gli esseri umani fanno e hanno fatto nel corso della storia, ma che ora devono fare in modo più consapevole e approfondito che mai, il design è qualcosa che ha avuto una storia. Le sue origini possono essere fatte risalire all'ascesa della modernità, e quasi certamente esso giungerà al termine con la fine del progetto moderno. In effetti, abbiamo l'obbligo non tanto di promuovere il design quanto di imparare a vivere in sua assenza, di resistere alle sue seduzioni e di distogliere lo sguardo dalla sua influenza pervasiva e corrompente.³³

33. Carl Mitcham. "In Memoriam Ivan Illich: Critic of Professionalized Design." *Design Issues* 19, n. 4 (1 ottobre 2003): 26-30. <https://doi.org/10.1162/074793603322545037>, p. 29.

Nel 2009, Antonio Caronia, teorico della cultura di massa ed esperto di cyberpunk, esprime la sua ostilità nei confronti del design:

Personalmente io vorrei mettere fuori legge il design. Il design è una delle pratiche più autoritarie e fastidiose che la modernità abbia creato. Il design è una delle conseguenze più eclatanti a livello delle attività propriamente umane – che sono attività di creazione [e] che sono state uccise dalla separazione fra attività di progettazione e realizzazione. Questo è il design.³⁴

In teoria, la questione della competenza nel design potrebbe essere posta in termini molto semplici: l'esistenza di esperti di design non impedisce ai non-designer di esercitare la più ampia attività umana del progettare. Norman Potter sintetizza così: «Ogni essere umano è un designer. Molti guadagnano anche da vivere con il design [...]»³⁵ Tuttavia, il riconoscimento evidente che esistono, in ogni campo, esperti e non esperti, persone che vengono pagate per la loro competenza e persone che non lo sono, cela un aspetto fondante della società moderna, quello di essere governata dalla competenza. Molte sfaccettature della vita quotidiana

34. Caronia citato da Salvatore Iaconesi e Oriana Persico. *Angel_F. Diario Di Una Intelligenza Artificiale*. Roma: Castelveccchi, 2009, p. 276.

35. La citazione estesa: «Ogni essere umano è un designer. Molti guadagnano anche da vivere con il design – in ogni ambito che richiede una pausa e un'attenta considerazione tra il concepimento di un'azione, la creazione dei mezzi per realizzarla e la valutazione dei suoi effetti.» Potter, *op. cit.*, p. 10.

– non solo il lavoro – sono organizzate, esaminate e valutate da quelli che il sociologo statunitense Anthony Giddens chiama «sistemi esperti.»³⁶ Questi sistemi prefigurano e configurano. Qui, il predominio delle tecnologie prescrittive favorisce una cultura dell’ottemperanza.³⁷ L’autonomia individuale è quindi ridotta, un problema di cui lo stesso Norman Potter, esplicito nel suo libertarismo di sinistra, era molto consapevole.

Più equilibrato nel suo giudizio, Gui Bonsiepe riconosce la necessità della competenza mentre, allo stesso tempo, mette in guardia contro le pretese onnicomprensive sulla progettazione:

C’è il rischio di cadere nella trappola di vaghe generalizzazioni come “tutto è design.” Non tutto è design, e non tutti sono designer. Il termine “design” si riferisce a un potenziale a cui tutti hanno accesso e che si manifesta nella vita quotidiana nell’invenzione di nuove pratiche sociali. Ognuno può diventare un designer nel suo campo specifico, ma il campo che è oggetto della progettazione deve sempre essere identificato [...] Il design è un’attività di base le cui ramificazioni capillari penetrano in ogni attività umana. Nessuna occupazione o professione può rivendicare un monopolio su tale attività.³⁸

36. «Sistemi di realizzazione tecnica o di competenza professionale che organizzano ampie aree negli ambienti materiali e sociali nei quali viviamo oggi.» Giddens. *op. cit.*, p. 12.

37. Franklin, *op. cit.*, pp. 18-9.

38. Gui Bonsiepe citato da Fernando Secomandi e Dirk Snelders. “Interface Design in Services: A Postphenomenological Approach.” *Design Issues* 29, n. 1 (1 gennaio 2013): 3-13. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00192.

Questa idea ricorda la popolare affermazione di Antonio Gramsci secondo cui «tutti gli uomini sono intellettuali [...] ma non tutti gli uomini hanno la funzione di intellettuali.» Qui, potrebbe sembrare che l'enfasi sia su “tutti gli uomini,” ma quello che Gramsci sta portando all'attenzione è in realtà la funzione dell'intellettuale. Infatti altrove Gramsci sostiene che

L'intellettuale è un “professionista” (*skilled*), che conosce il funzionamento di proprie “macchine” specializzate; ha un suo “tirocinio” e un suo “sistema Taylor.” È puerile e illusorio attribuire a tutti gli uomini questa capacità acquisita e non innata, così come sarebbe puerile credere che ogni manovale può fare il macchinista ferroviario.³⁹

«CHIUNQUE PUÒ PROGETTARE,
PERSINO I DESIGNER»

Mentre Illich e Mitcham lanciavano un avvertimento sulla pervasività del design, critici come Caronia lamentavano l'asimmetria che si crea tra pianificatori ed esecutori. Oggi, sembrerebbe che tale asimmetria si sia livellata dato che i design system non si basano più sull'offerta di un singolo prodotto, bensì su una gamma di opzioni. Strumenti grafici intuitivi, funzioni custom, metodi progettuali, approccio fai-da-te... tutte queste novità contribuiscono al cambiamento.⁴⁰ La comparsa

39. Antonio Gramsci. *Gli intellettuali e l'organizzazione della cultura*. Roma: Editori Riuniti, 1991, p. 177.

40. Un esempio tra tanti: IKEA distribuisce la capacità prefigurativa offrendo strumenti di pianificazione online ai

di queste *sandbox* potrebbe essere intesa come una tendenza a democratizzare della capacità di prefigurare: i designer progettano sistemi entro i quali i non-designer possono progettare. Questo è il significato di *Everyone is a Designer!*, il manifesto “prosumerista” scritto da Mieke Gerritzen e Geert Lovink nel 2000 e aggiornato nel 2010.⁴¹ Ma mentre la capacità di progettazione, seppur limitata, scorre verso il basso, un senso di impotenza e intrappolamento scorre verso l’alto: i designer, che quasi mai si trovano a capo del sistema dei sistemi, perdono la loro fantasticata *raison d’être*: il know-how prefigurativo che detengono si dissolve nell’esecuzione della prefigurazione di alto livello di qualcun altro o di qualcos’altro: un manager, un ingegnere, un algoritmo. Con le sandbox di prefigurazione già a disposizione, i designer cominciano a rendersi conto della loro posizione relativamente modesta.

“Tutto è design” e “tutti sono designer,” questi onnipresenti luoghi comuni sull’onnipresenza del design, riflettono il fatto che la potenzialità progettuale è tracimata in vari modi oltre i confini professionali, al punto che le comuni gerarchie di competenza possono essere sovvertite, come fa l’artista e designer cubano Ernesto Oroza quando osserva scherzosamente che «chiunque può progettare, persino i designer.»⁴² Il design si espande,

suoi clienti. Vedi <https://www.ikea.com/nl/en/planners/>.

41. Mieke Gerritzen e Geert Lovink. *Everyone Is a Designer in the Age of Social Media*. Amsterdam: BIS, 2010 e *Everyone Is a Designer! Manifest for the Design Economy*. Amsterdam: BIS, 2001.

42. “Everyone can design, even designers” è il titolo di un’unità di ricerca guidata da Oroza all’interno

mentre il designer rimpicciolisce. Le abilità progettuali non sono più solo una prerogativa degli individui ma anche di soggetti collettivi come le organizzazioni.⁴³ Quando il design inizia a essere concepito in termini di potenzialità, è ragionevole chiedersi se possa essere considerato un agente impersonale in sé (o addirittura per sé). Il design diventa così una forza che circonda i designer, più che una forza da loro esercitata: il design li riprogetta come riprogetta chiunque altro. Più che essere i protagonisti del design, i designer ne rappresentano le comparse: quella del designer diventa più una condizione che un ruolo. Ma che tipo di forza è il design? Tomás Maldonado parla di una forza produttiva: «Come tutte le attività progettuali che, in un modo o nell'altro, intervengono nel rapporto produzione-consumo, il disegno industriale agisce come una vera e propria forza produttiva. Vi è di più: è una forza produttiva che contribuisce all'organizzazione (e, pertanto, alla socializzazione) delle forze produttive con le quali entra in contatto.»⁴⁴ In tal senso, il design non è solo una parte del tutto, dipendente da altri sistemi più grandi, ma è un sistema a sé stante, capace di interagire con altri sistemi e di esercitare un'influenza su di essi.

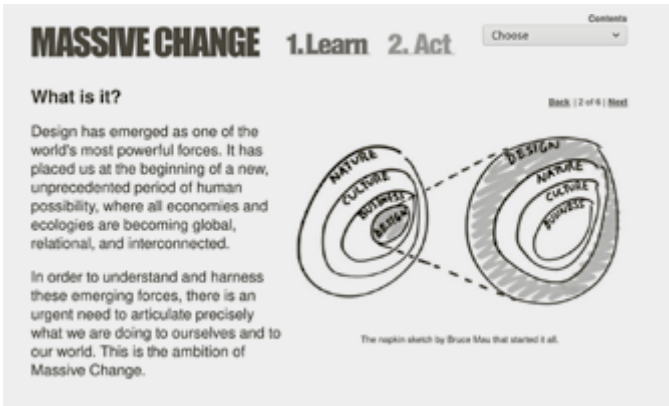
dell'iniziativa Cité du design. <https://www.citedudesign.com/fr/a/everyone-can-design-even-designers-778>.

43. «In un mondo in rapida e profonda trasformazione, siamo tutti designer. In questo caso, "tutti" include ovviamente tutti noi, non solo individui ma anche organizzazioni, imprese, enti pubblici, associazioni di volontariato, città, regioni e stati.» Manzini, *op. cit.*, p. 1.

44. Maldonado, *Disegno industriale: un riesame*, *op. cit.*, p. 14.

Il programma Massive Change, avviato nel 2004 dal rinomato designer Bruce Mau in collaborazione con l'Institute without Boundaries, mostra l'ambigua relazione tra il design come forza produttiva e il designer. Mau parla deliberatamente del design come «una delle forze più potenti al mondo.» Uno “schizzo su un fazzoletto” fatto nel sedile posteriore di un taxi postula che il design non è più solo un sottoinsieme dell'impresa, ma il suo sovrainsieme più ampio, che include natura, cultura e business. Nient'affatto intimidito da questa realizzazione, Mau pone a capo del potere del design un generico “noi” (designer? policy maker? l'umanità nel suo insieme?), al fine di «minimizzare le conseguenze indesiderate e massimizzare i risultati positivi.» Il progetto mostra un ottimismo, a volte cauto ma più spesso sfrenato, rispetto alla possibilità (in senso lato) del designer di domare la potenza del design: «Possediamo una capacità senza precedenti di pianificare e produrre risultati desiderati attraverso il buon design.» Tuttavia, prima di abbandonarsi a previsioni eccessivamente ottimistiche sul futuro, il libro che deriva dal progetto – un caleidoscopio di innovazioni tecniche e scientifiche viste da una prospettiva globalista – manifesta un senso di inquietudine che ricorda il lavoro di Paul Virilio: «Incidenti, disastri, crisi. Quando i sistemi falliscono, diventiamo temporaneamente consapevoli della straordinaria forza del design e degli effetti che genera.»⁴⁵ L'ottimismo di Mau risiede nella convinzione che i disastri avvengano solo quando il design fallisce, e non – cosa

45. Mau et al., *op. cit.*, p. 10.



Screenshot del sito massivechange.org, con lo schizzo sul fazzoletto in cui Bruce Mau fa del design un concetto totalizzante.

che invece sta diventando sempre più evidente – quando il design agisce come previsto. La disillusione reagisce invece al fatto che il design, uno dei principali connotati della modernità, non è paragonabile a un'«automobile ben guidata,» bensì a un «bisonte della strada lanciato a folle velocità.»⁴⁶

Il panprogettismo è molteplice. “Tutto è design” non implica solo che tutto nel nostro ambiente è artificiale, ma anche che il nostro stesso sguardo è stato artificializzato. Per noi non esiste più natura, ma solo cultura. Quale, nello specifico? Una cultura riduttiva che cancella le storie, o una cultura rispettosa che accoglie con prudenza l'innovazione? Il gioco è ancora aperto, ma la prima opzione, ampiamente sentita, genera una diffusa sindrome dell'impostore. Affermare che tutti sono designer può significare molte cose. Il panprogettismo può coincidere con il riconoscimento fattuale che gli umani possiedono un'innata capacità prefigurativa, ma può anche essere guidato da una propaganda professionalista che dipinge i designer come gli esperti di tale facoltà universale. Inoltre, il panprogettismo può essere utilizzato per giustificare una particolare filosofia del design, ma può anche portare all'ammissione delle limitazioni culturali del design come modalità di comprensione. Potrebbe essere in linea con una rivendicazione di autonomia contro la struttura prescrittiva e burocratica della vita moderna, gestita da esperti che detengono, in vari campi, il monopolio

46. Giddens, *op. cit.*, p. 53.

sulla pianificazione e sull'attuazione. A quale livello di prefigurazione dovrebbe aspirare un designer? Chi dovrebbe essere a capo del design come forza impersonale? Sono domande, queste, che per ora rimangono aperte.

CAPITOLO 3

UNA RELAZIONE
COMPLICATA:
SINTESI E AUTONOMIA

«Qualsiasi disciplina o sistema generato per l'organizzazione della realtà affronta il problema di dover eccedere l'ambito del suo oggetto di indagine, ma poiché anch'esso deve essere parte di quell'oggetto (trattandosi di qualcosa di grandioso come la realtà), deve contenersi in una relazione logica con tutto ciò che sta cercando di contenere, il che espande il problema iniziale dell'inclusione. Ciò significa, in altre parole, che c'è sempre *di più* nella realtà e della realtà.»
 – Lewis Gordon, 2011¹

«Come generico, [il designer] ha fatto della mancanza di specializzazione una specialità.»
 – Gui Bonsiepe, 1974²

L'ubiquità del design lo rende difficile da individuare. Mi viene in mente una famosa definizione di divinità offerta dal teologo Alano di Lilla, una definizione che suona quasi come un brief di design: «Dio è un sfera infinita, il cui centro è ovunque e la circonferenza in nessun luogo.»³ Con un centro indeterminato, il design può facilmente manifestarsi come area di mezzo e collegare altre discipline e domini culturali. Ad esempio, Walter Gropius, fondatore del Bauhaus, interpretava il design come «una nuova unità» di arte e tecnica:⁴ sebbene

1. Lewis R. Gordon. "Shifting the Geography of Reason in an Age of Disciplinary Decadence." *Transmodernity* 1, n. 2 (2011). <https://doi.org/10.5070/T412011810>.

2. Gui Bonsiepe. "Design e Sottosviluppo." *Casabella*, 1974, p. 43.

3. Paolo Lucentini (a cura di). *Il libro dei ventiquattro filosofi*. Milano: Adelphi, 1999.

4. Herbert Bayer, Ilse Gropius e Walter Gropius (a cura di). *Bauhaus 1919-1928*. New York: The Museum of Modern Art, 1938. https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_2735_300190238.pdf, p. 82.

questi rimangano due ambiti distinti, il design emerge tra di essi, producendo un nuovo modo di comprendere entrambi.

Man mano che il design diventa un fenomeno culturale in costante ristrutturazione, aspira, sempre più consapevolmente, a essere l'insieme che eccede la somma delle sue parti. Ovvero, la relazione tra queste parti. Come dimostrano gli eventi di design, qualsiasi dominio, qualsiasi pratica può essere integrata: non solo l'arte e la tecnica ma anche il giornalismo, l'artigianato, le tradizioni oscure, la stregoneria... Possiamo legittimamente parlare di iperconnettività del design. Attraverso la sua lente, fenomeni distinti appaiono come un assortimento di nodi equivalenti, dove il design stesso agisce come un *paranodo*, «lo spazio concettuale situato oltre i confini del nodo.»⁵

SIA PESCE CHE ACQUA

Che conseguenze ha l'iperconnettività sul modo in cui i designer vedono sé stessi? Nel 2006, Gui Bonsiepe ha proposto di integrare la prospettiva del design nell'istruzione superiore, lamentando la predilezione per i risultati discorsivi a scapito dei progetti, e insistendo sulla necessità di istituzioni innovative:

Finora, il design ha cercato di gettare ponti verso il dominio delle scienze, ma non viceversa. Possiamo ipotizzare che, in futuro, il design possa diventare una disciplina di

5. Ulises A. Mejias. "The Limits of Networks as Models for Organizing the Social." *New Media & Society* 12, n. 4 (1 giugno 2010): 603-17. <https://doi.org/10.1177/1461444809341392>, pp. 612-3.

base per tutte le aree scientifiche. Ma questa svolta copernicana nel sistema universitario potrebbe richiedere generazioni, se non secoli. Solo la creazione di università radicalmente nuove potrebbe accorciare questo processo.⁶

Qui Bonsiepe descrive il tentativo assennato, ma non completamente riuscito, del design di costruire un collegamento con un altro campo. Victor Papanek aveva un'idea più ambiziosa. Nel suo celebre libro *Progettare per il mondo reale*, promuoveva la formazione di un team interdisciplinare in cui il designer «avrà funzione di ponte.» In particolare, vedeva il designer come un *sintesista*, un produttore di totalità, si potrebbe dire. Per lui, ai designer spetterebbe l'ultima parola epistemica, che coincide con la formulazione del problema.⁷

Se il design ha avuto un massimo sintesista, questo titolo spetta sicuramente al poliedrico architetto statunitense Buckminster Fuller: alcuni dei suoi piani più maestosi, come la proposta del 1959 per una “cupola su Manhattan” (non a caso una struttura sferoide), riflettono l'ambizione del design di fungere da sovrasisistema onnicomprensivo.⁸ Tuttavia, ciò manifesta anche i limiti

6. Gui Bonsiepe. “Design and Democracy.” *Design Issues* 22, n. 2 (2006): 27–34, pp. 28-9.

7. Papanek, *op. cit.*, p. 199.

8. Esiste una controversia riguardo a chi abbia effettivamente sviluppato questo progetto, così come le altre cupole geodetiche generalmente attribuite solo a Fuller. Tale questione di attribuzione getta luce sulla politica della sintesi e sulle sue interazioni con i meccanismi di riconoscimento. Vedi <https://archive.nytimes.com/cityroom.blogs.nytimes.com/2014/05/07/50-years-later-questions-over-who-designed-a-worlds-fair-dome/> e <http://www.domerama.com/tc-howard-trying-to-understand-his-anonymity/>.

dell'iperconnettività del design: siccome ogni problema è rincorso da un altro problema, il sintetista finirebbe per avvolgere *Spaceship Earth* nella sua interezza. Secondo il filosofo tedesco Peter Sloterdijk, ciò semplicemente non è possibile: vivendo sotto la vasta cupola della modernità, tendiamo a dare per scontati i suoi supporti vitali, che provengono inevitabilmente dall'esterno.⁹ Il saggista italiano Raffaele Alberto Ventura si avvicina alle idee di Sloterdijk ricorrendo all'analogia del condizionatore:

[...] consuma delle risorse materiali per produrre aria fredda, e nel frattempo butta fuori aria calda. Risolve cioè un problema, ma nel farlo ne crea un altro. Più che risolverlo, anzi, lo sposta da un sottosistema all'altro.

La sintesi non può mai essere completa. Per Ventura «ogni tentativo di mettere ordine nel mondo produce una certa quantità di disordine.»¹⁰ A ciò si aggiunge il fatto che una cosa è riconoscere l'ambiguo impatto planetario della modernità, un'altra è credere che i designer possano pianificare su quella scala. Come la tecnologia, il design è «sia pesce che acqua»¹¹ ed è cruciale specificare se ci stiamo riferendo al primo o alla seconda. Oggi, tuttavia, la passione per il Tutto assume una forma diversa: mentre la brama totalizzante di Fuller affondava le radici nella logica ingegneristica (un sogno che riecheggia nell'idea di agenzie di “total design” degli

9. Latour, *op. cit.*, p. 9.

10. Raffaele Alberto Ventura. *Radical choc: Ascesa e caduta dei competenti*. Torino: Einaudi, 2020, p. 103.

11. Franklin, *op. cit.*, p. 6.

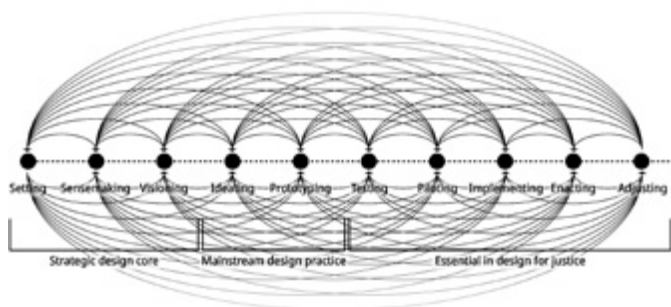


Diagramma di Mauricio Mejía (2023) in cui ciascuna fase del processo progettuale è connessa a tutte le altre. Un esempio calzante dell'estetica della complessità. Secondo Mejía, «le pratiche di design mainstream si concentrano ancora sull'ideazione e sulla prototipazione. L'intero processo progettuale, in situazioni complesse, include molte più attività.»

anni '60), il design contemporaneo è una sfera *culturale* che mira alla totale comprensione, ossia il capire e insieme l'assimilare.

NON SAI NIENTE

Per comprendere una vasta gamma di fenomeni si invoca spesso un approccio interdisciplinare. Tuttavia, l'interdisciplinarietà non è una virtù esclusiva del design.¹² La cibernetica, ad esempio, ha efficacemente mediato diversi domini scientifici, costruendo il proprio vocabolario saccheggiando termini dai campi più disparati: omeostasi, feedback, cognizione...¹³ L'ethos interdisciplinare potrebbe essere collocato nel filone di un annoso dibattito critico nei confronti della specializzazione in sé. Inaugurato da Adam Smith,¹⁴ ha raggiunto il suo apice negli anni '60 con la controcultura antiburocratica. Nel 1973, l'autore di fantascienza e ingegnere aeronautico Robert Heinlein fece affermare

12. Secondo Wikipedia, «il sapere cross-disciplinare è quello che spiega aspetti di una disciplina nei termini di un'altra.» https://en.wikipedia.org/wiki/Academic_discipline. Per un elenco esteso delle varie forme di relazioni tra le discipline, vedi Craig Bremner e Paul A. Rodgers. "Design Without Discipline." *Design Issues* 29 (1 luglio 2013): 4–13. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00217, pp. 11–12.

13. Klaus Krippendorff. "A Dictionary of Cybernetics." *Departmental Papers* (ASC), 1986. https://repository.upenn.edu/asc_papers/224. Ovviamente il design stesso deve molto alla cibernetica. Un esempio: la pratica di «design fiction di secondo ordine,» che si ispira alla cibernetica di secondo ordine, recentemente proposta dallo Studio at the Edge of the World. Vedi <https://www.thestudioattheedgeoftheworld.com/news.html>.

14. Adam Smith. *La ricchezza delle Nazioni*. Roma: Newton, 2008.

a uno dei suoi personaggi, Lazarus Long, che «la specializzazione va bene per gli insetti.» Molti designer e teorici del design sarebbero d'accordo, ma solo a condizione che sia il design a fornire le basi dell'attività generale. Vale quindi la pena guardare al contesto più ampio della citazione:

Un essere umano deve essere in grado di cambiare un pannolino, pianificare un'invasione, macellare un maiale, guidare una nave, *progettare* un edificio, scrivere un sonetto, tenere la contabilità, costruire un muro, aggiustare un osso rotto, confortare i moribondi, prendere ordini, dare ordini, collaborare, agire da solo, risolvere equazioni, analizzare un problema nuovo, raccogliere il letame, programmare un computer, cucinare un pasto saporito, battersi con efficienza, morire valorosamente. La specializzazione va bene per gli insetti.¹⁵

L'enfasi è mia. In questo elenco, il design non funge da prisma attraverso cui osservare ciascuna occupazione umana, ma rappresenta semplicemente una di esse. In tale contesto il design non fornisce una sintesi totale, non è presentato come un sostituto dell'attività umana nel suo complesso. Invece, è modestamente collegato a una specifica tipologia di artefatto. *Il design è una parte, non il tutto.*

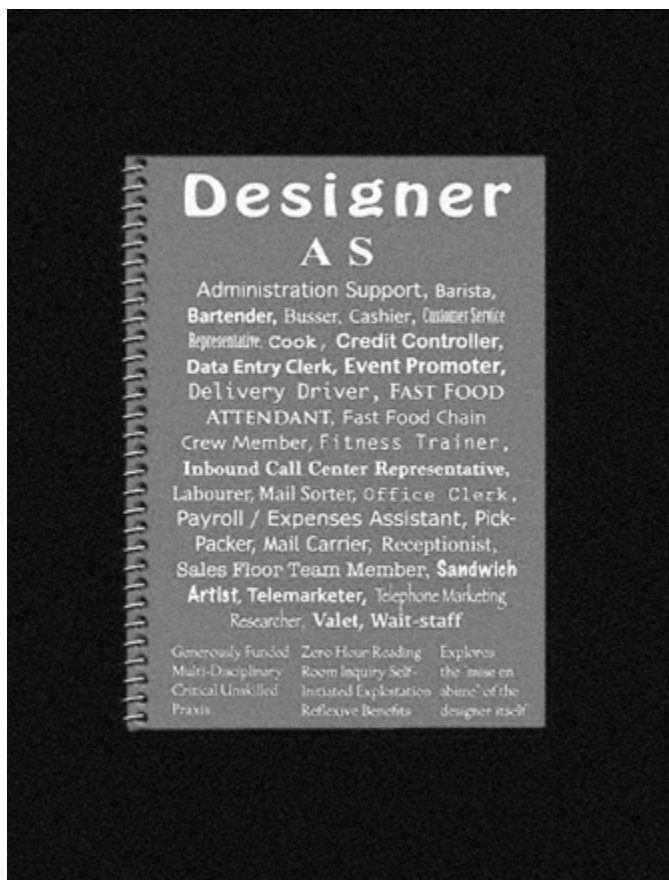
Papanek credeva che il design potesse contribuire a una forma di metacoscienza derivante dall'interpretazione di vari linguaggi scientifici

15. Robert A. Heinlein. *Lazarus Long, l'immortale*. Milano: Editrice Nord, 1987, p. 341.

e sociali, una possibilità che però si basa su ciò che potremmo chiamare meta-ignoranza. Secondo Don Norman, «[i]l problema con gli esperti è che sanno troppo e pensano allo stesso modo degli altri esperti. I designer, al contrario, non sanno nulla, fanno domande stupide, ed è proprio questo che li rende brillanti.»¹⁶ Si tratta di un'idea piuttosto comune: i designer possono vantare una certa innocenza, considerandosi privi di preconetti e liberi dal passato. Forti della loro ingenuità, sono in grado di eludere lo stretto recinto della competenza. Tuttavia, l'immacolato candore dei designer è esso stesso un preconetto, e non fa che offuscare ciò che già è noto, creduto o presupposto. Il rischio è evidente: invece di sviluppare una fertile non-conoscenza, i designer potrebbero semplicemente non accorgersi dei loro stessi pregiudizi. Con il risultato che, i loro *unknown knowns*, ovvero quelle cose che non sanno di sapere, potrebbero agire nel mondo in modi che non possono determinare o neppure intendere. Il passato incombe tuttora sul presente con la sua ombra invisibile. Date queste premesse, il design può ancora garantire un'autentica sintesi? Sì, benché plasmata dal punto di vista personale e culturale dei progettisti. Le loro «domande stupide» sono inevitabilmente sofisticate. Il design non può essere innocente.¹⁷ I designer

16. Don Norman. Discorso d'apertura alla Koç University, 4 ottobre, 2012. https://www.youtube.com/watch?v=z_7Go53Zc-Y.

17. Don Norman stesso l'ha riconosciuto: «I designer che vivono nelle società occidentali (comprese quelle influenzate dall'Occidente) abitano una realtà in cui tutti imparano dagli stessi libri e dalle stesse università e partecipano alle stesse conferenze. Di conseguenza,



Critical Graphic Design (2015). Si potrebbe considerare questo libro fittizio come una visione eterodossa dell'interdisciplinarietà nel mondo reale.

sono in grado di inquadrare i problemi, ma non appena questi raggiungono una certa complessità, la “stupidità progettuale” diventa più utile a nascondere che a rivelare.

A TRATTI DESIGNER

In una stroncatura del bestseller di Papanek per la rivista italiana Casabella, Gui Bonsiepe smascherava l'impulso conservatore e tecnocratico implicito nell'idea di sintesi del suo autore:

[Papanek] Assegna al designer il ruolo di tappabuchi dei punti deboli di altri specialisti nel gruppo di progettazione: quello di interprete, di generico, che esercita essenzialmente, accanto alla sua funzione normale che Papanek non tratta mai, una funzione mediatrice. [...] La de-specializzazione del design si riduce in fin dei conti ad una regressione del designer alla funzione di prezzemolo-cheva-su-tutto.

Bonsiepe accusava Papanek di fare del design «l'unica attività determinante e di buon senso che rimane all'uomo,» esprimendo perplessità sulla convinzione che i designer dovrebbero contribuire a stabilire gli obiettivi della società nel suo insieme, senza negoziazione o mediazione: «Il tecnologo mette alla porta il politico [...] Ma per questo non occorre un designer, occorre fare una rivoluzione.»¹⁸

tutti tendono a pensare allo stesso modo: una situazione pericolosa.» Vedi “What Is Humanity-Centered Design?” *The Interaction Design Foundation*, 2022. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/humanity-centered-design>.

18. Bonsiepe, “Design e sottosviluppo,” *op. cit.*, pp. 43-4.

Specializzazione o generalismo? Una metafora tipografica sembra garantire un equilibrio fruttuoso tra le due parti. Già in circolazione alla fine degli anni '70 negli ambienti ingegneristici, l'idea di un insieme di competenze "a forma di T" – ovvero dotate di una specializzazione verticale profonda accompagnata da un'ampiezza di conoscenze estesa orizzontalmente – è stata resa popolare da David Guest nel 1991.¹⁹ Ciò che il professionista a forma di T conosce è dunque sia ampio che profondo. Inutile dire che alla metafora originale sono seguite una pletora di variazioni, che includono non solo lettere ma anche segni diacritici e pittogrammi. Secondo Bonsiepe, la forma derivante dall'insieme delle competenze del designer, per come la ritrae Papanek, sarebbe puramente orizzontale – un tratto più o meno lungo.

Per Arturo Escobar, la cultura del design ha contribuito a creare uno *One-World World* uniforme e in continua espansione. Questo, a sua volta, minaccia di estirpare ciò che resta di quello che lui chiama, seguendo il teorico decoloniale Walter D. Mignolo, pluriverso, ovvero il luogo dove «le cose e gli esseri *sono* le loro relazioni [e] non esistono prima di esse.»²⁰ Per sostenere il pluriverso (qualsiasi cosa esso sia), i designer sono costretti a rinunciare all'ambizione di un monopolio sintetico sulle idee mediato da un'unica modalità di comprensione. Non sarebbe una grande perdita, poiché la maggior parte di loro non ha mai realmente

19. Vedi https://en.wikipedia.org/wiki/T-shaped_skills.

20. Arturo Escobar. *Designs for the Pluriverse: Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds*. London: Duke University Press, 2018, pp. 70-1.

detenuto tale monopolio in prima istanza: raramente ai designer viene concessa la possibilità di ridefinire veramente il problema, ovvero di prendere in considerazione più relazioni, di espandere il cerchio magico. Per preservare la ricchezza delle relazioni preesistenti – siano esse storiche, politiche o culturali – il design dovrebbe resistere alla tentazione di formalizzare, di astrarre, di essere *la* relazione.

Eppure, una soluzione è sempre una formalizzazione, e come tale riflette la formulazione del problema. Il disagio che i progettisti provano rispetto alla sintesi potrebbe essere dovuto al fatto che gli artefatti progettati non sono del tutto in grado di incarnare visioni del mondo diverse, se non opposte. Più che nell'uso, solitamente è possibile trovare una sintesi di obiettivi e desideri nell'atto di narrare. Le storie, più delle cose, sono in grado di tenere insieme idee diverse. Sono fatte per essere ambigue. Questo potrebbe spiegare l'attuale centralità della narrazione e il sopravvento dell'umanistico sul tecnico nel design inteso come sfera onnicomprensiva.

Rinunciare a un presunto monopolio sintetico potrebbe avere anche un effetto collaterale positivo. Astenersi dalla sintesi totalizzante non significa rinunciare al generalismo – significa rinunciare alla *genericità*, una vaghezza che fa vacillare il terreno di chi la pratica. Al contrario, un generalismo autentico offre un appoggio solido e fertile, che non si basa solo sul design, ma che anzi richiede un coinvolgimento con le cose, gli esseri e le pratiche tenendo conto delle loro condizioni. Il generalismo è l'opposto della specializzazione, eppure si nutre di specificità.

ZERO IN CONDOTTA

«La disciplina senza la disciplina di un'altra disciplina.» Questa definizione – gentilmente concessa da David Reinfurt – si riferisce al graphic design, ma si sposa bene anche con il design in generale.²¹ Entrambi i significati della parola “disciplina” sono qui mobilitati: campo di studio e dominio di sé. Al design (grafico) potrebbe mancare l'acquiescenza che permea rami più consolidati del sapere: è incline alla disobbedienza. Come può una disciplina disobbedire? Lo può fare evadendo i suoi confini semirigidi, la propria «territorializzazione provvisoria.»²² Da questa prospettiva, la disobbedienza del design appare liberatoria. Ne è un esempio il prestigioso MIT Media Lab. L'ex direttore Joi Ito ha orgogliosamente difeso l'*antidisciplinarietà* del laboratorio:

Un progetto antidisciplinare non è la somma di un mucchio di discipline, ma qualcosa di completamente nuovo – la parola si sottrae a una definizione semplice. Ma ciò che significa per me è qualcuno o qualcosa che non rientra nelle tradizionali discipline accademiche – un campo di studio con i suoi particolari metodi, modelli e parole.²³

Con questo concetto Ito intendeva criticare l'iper-specializzazione e il gatekeeping degli esperti

21. David Reinfurt. *A *New* Program for Graphic Design*. Los Angeles: Inventory Press, 2019, p. 16.

22. Jacques Rancière. *Et tant pis pour les gens fatigués*. Paris: Éditions Amsterdam, 2009, p. 478.

23. Joi Ito. “Antidisciplinary.” *Joy Ito's Web* (blog), 2 ottobre 2014. <https://joi.ito.com/weblog/2014/10/02/antidisciplinar.html>.

disciplinari incapaci di comunicare con il mondo esterno e spesso persino tra loro. Inoltre sottolineava giustamente il fatto che la realtà non è organizzata per discipline, che altro non sono che compartimenti artificiali della conoscenza. Se pensiamo alle discipline come piccoli punti sulla mappa della conoscenza – spiegava Ito – lo spazio antidisciplinare, lo spazio del design, è quell'area bianca che sta in mezzo.

Sebbene l'antidisciplinarietà sia un chiaro tentativo di ricavare un spazio per i «disadattati», un'enfasi su unicità e novità potrebbe portare a trascurare gran parte del lento lavoro di cementificazione svolto all'interno delle discipline – il lavoro di manutenzione: «Non dovremmo fare qualcosa che sta facendo qualcun'altro. Se qualcuno comincia a farlo, noi dovremmo smettere.» Il design può non soltanto divorare contesti, ma anche ignorarli.

Oltre al cosa, le discipline si dedicano solitamente al *come* le cose dovrebbero essere fatte, ovvero ai metodi. Nigel Cross racconta come il design abbia cercato di accrescere la sua reputazione presentandosi come una scienza.²⁴ Si trattava di un'illusione: dopo infinite discussioni, designer e teorici hanno concordato che il design non è una scienza esattamente perché i suoi processi non possono essere racchiusi in una formula. A differenza della scienza, che si basa apparentemente su un singolo metodo, il design possiede *metodi* che sono plurali, ad hoc e spesso non replicabili – tanto che già parlare di metodi potrebbe essere

24. Nigel Cross. "Designerly Ways of Knowing: Design Discipline versus Design Science." *Design Issues* 17, n. 3 (2001): 49-55.

un'esagerazione. Donald Grant, scrivendo nel 1979, concludeva sentenziosamente:

La maggior parte delle opinioni tra i metodologi del design e i designer converge sul fatto che l'atto stesso di progettare non è e non sarà mai un'attività scientifica, poiché progettare è un'attività non scientifica o ascientifica.²⁵

Mentre il tentativo di imitare l'epistemologia e la metodologia della scienza è destinato a fallire, è possibile fare del design, quale insieme concreto di «tecniche dell'artificiale,» un oggetto di studio. Questo è ciò che il filosofo Donald Schön definisce «pratica riflessiva.»²⁶ In questo modo il design può finalmente ottenere lo status di disciplina. Di nuovo Cross:

Design come disciplina, quindi, può significare lo studio del design secondo i propri termini e all'interno della propria cultura rigorosa. Può significare una scienza del design basata sulla pratica riflessiva del design: design come disciplina, ma non design come scienza. Una disciplina che si propone di sviluppare

25. Donald P. Grant. "Design Methodology and Design Methods." *Design Methods and Theories* 13, n. 1 (1979). Vedi anche Henrik Gedenryd, il quale aggiunge che non solo i designer ignorano le metodologie prescritte, ma credono anche che queste semplicemente non funzionino. "How Designers Work - Making Sense of Authentic Cognitive Activities." Lund University Cognitive Studies. Tesi di dottorato, Lund University, 1998. <http://lup.lub.lu.se/record/18828>, p. 1.

26. Donald A. Schön. *Il professionista riflessivo. Per una nuova epistemologia della pratica professionale*. Bari: Dedalo, 1993.

approcci alla teoria e alla ricerca nel design indipendenti dal singolo dominio. L'assioma su cui si basa questa disciplina è che esistono forme di conoscenza speciali a seconda della consapevolezza e delle capacità di un designer, indipendenti dai diversi domini professionali della pratica progettuale.²⁷

La disciplina del design diventa quindi l'indagine sui «modi di conoscere, pensare e agire propri del design (*designerly*).» Una definizione del genere rischia di risultare circolare, se non addirittura tautologica. Portata all'estremo, l'idea del “*designerly*” suggerisce che l'atto progettuale non è preceduto da alcunché, dato che è l'atto stesso a produrre la propria comprensione. Poiché un metodo di design generale analogo a quello scientifico non può essere stabilito, il design finirebbe per coincidere con qualsiasi cosa facciano i designer.²⁸ Se un designer proponesse di usare una foglia di lat-tuga forata come mascherina protettiva contro un virus aggressivo, ciò rappresenterebbe un legittimo approccio progettuale.²⁹

27. Cross, *op. cit.*, p. 54.

28. Questo non significa, ovviamente, che i designer non utilizzino determinati metodi replicabili. Ad esempio, l'uso delle *personas*, del paper prototyping o di procedure come MoSCoW è comune tra i team di design (vedi, ad esempio, <https://toolkits.dss.cloud/design/>). Tuttavia, come ammetterebbe qualsiasi designer, questi metodi sono limitati se il fine è quello di comprendere genuinamente il problema in questione, talvolta anzi finiscono per aggravarlo.

29. Questo è proprio quello che ha fatto l'artista tedesco-namibiano Max Siedentopf. Naturalmente, si trattava di qualcosa a metà tra un progetto artistico e una provocazione, ma l'attenzione ricevuta da piattaforme di design come Dezeen e l'ondata di indignazione che ne è seguita (Siedentopf si è successivamente scusato)

Il tentativo di Schön di sistematizzare il processo di design è indubbiamente prezioso perché riesce a isolare il principio sottostante al design, ovvero, una «conversazione riflessiva con la situazione.» Ma la forma di questa conversazione ovviamente non è immutabile. Data l'espansione culturale del design, potrebbe essere accaduto che una forma speciale di conoscenza, precedentemente basata su un rapporto intimo con un insieme di materiali, una tecnica o una categoria di prodotti, sia andata semplicemente perduta. Lo stesso filosofo avverte che, data la tendenza «a ritenere le politiche, le istituzioni, e lo stesso comportamento, come materie di progettazione. [...] Rischiamo di ignorare o sottovalutare significative differenze concernenti mezzi espressivi, contesti, obiettivi, e insiemi di conoscenze specifici delle professioni.»³⁰ Quando i designer sono integrati in un ciclo di problem-solving, la validazione dei loro risultati include retrospettivamente anche il loro approccio:

ci dicono qualcosa sull'ambiguità delle metodologie di design: sia il modo in cui portano a un risultato, sia il risultato stesso, sono discutibili. Vedi Amy Frearson, "Max Siedentopf Suggests Alternative Masks to Protect Against Coronavirus." *Dezeen*, 17 febbraio 2020. <https://www.dezeen.com/2020/02/17/alternative-coronavirus-masks-max-siedentopf/>. Nei primi mesi della pandemia di Covid-19, questo non fu un caso isolato. La critica di architettura Kate Wagner ha definito "Coronagrifting" il fenomeno delle «"soluzioni" fittizie a basso costo legate al COVID.» Il fenomeno sembra implicare che l'approccio *designerly* goda di una sorta di immunità contro un serio esame critico. Vedi Kate Wagner, "Coronagrifting: A Design Phenomenon." *McMansion Hell* (blog), 23 maggio 2020. <https://mcmansionhell.com/post/618938984050147328/coronagrifting-a-design-phenomenon>.

30. Schön, *op. cit.*, pp. 101-2.

se il prodotto è buono, anche il processo deve essere stato buono. Ma le cose cambiano quando il metodo proprio del design diventa il fulcro del discorso, quando il processo stesso è il prodotto, quando la produzione di significato (quello che Manzini chiama *sense-making*) acquista rilievo: a quel punto l'atteggiamento *designerly* appare allo stesso tempo del tutto legittimo – e completamente casuale.³¹

Gli studiosi di design Craig Bremner e Paul Rodgers reagiscono in modo conservatore sulla rivista *Design Issues*. Per loro, la disciplina del design si sta semplicemente dissolvendo. Questo è il risultato di una triplice crisi: professionale, economica e tecnologica. Bremner e Rodgers notano come «la pratica passa da essere “basata sulla disciplina” a essere “basata su questioni o progetti.”» Di conseguenza, «il design si trova ora in una posizione in cui non sa cosa proiettare (*project*).» Come Ito, riconoscono il carattere non disciplinare del design, chiamandolo “indisciplinarietà”. Curiosamente, tracciano una connessione tra il *modus operandi* disciplinare e il carattere del designer che lo adotta.

La ricerca “indisciplinata” si colloca nel mezzo del terreno e delle relazioni tra i diversi idiomi di pratiche disciplinari distinte. Qui, una moltitudine di discipline «si cimenta con un accumulo di idee e prospettive confuse. L'indisciplinarietà è tanto un modo di lavorare quanto una deviazione dai modi tradizionali

31. Nel caso del *Coronagrifting*, il prodotto, essendo per lo più un'idea, coincide con il processo, ed è considerato valido finché genera coinvolgimento online.

di lavorare.» Si tratta di un approccio alla produzione e alla diffusione della cultura che può seguire il proprio percorso senza preoccuparsi di ciò che le storie-delle-discipline considerano lavoro “appropriato”. In altre parole, è “indisciplinata”.³²

Bremner e Rodgers apprezzano l’atteggiamento spensierato del designer indisciplinato. Ma la dimensione caotica dell’indisciplinarietà tende a somigliare al puro relativismo. L’accumularsi di idee e prospettive confuse può risultare demoralizzante. Un tweet di Celeste Labedz riassume perfettamente la sensazione: «Certo, il mio lavoro è interdisciplinare; sono confusa da *molti* campi contemporaneamente.»³³ Una sensazione colta bene dall’espressione inglese *Jack of all trades, master of none*, sapere un po’ di tutto senza eccellere in nulla.³⁴ Come possiamo prevenire il disorientamento? La proposta dei due studiosi è di collegare l’attività progettuale a qualcosa di stabile, sia esso la disciplinarietà (ottenendo così un design «disciplinato e irresponsabile») o la responsabilità («indisciplinato e responsabile»). In caso contrario, l’insicurezza potrebbe avere la meglio.³⁵

Secondo Danah Abdulla, l’indisciplinarietà del design è connessa alla specializzazione,

32. Bremner and Rodgers, “Design Without Discipline,” *op. cit.*, p. 12.

33. <https://twitter.com/celestelabedz/status/1391770429514190850>.

34. Questo è infatti il suggerimento *positivo* di Bruce Archer. Citato da Potter, *op. cit.*, p. 165.

35. Bremner e Rodgers, “Design Without Discipline,” *op. cit.*, p. 13.



Fotomontaggio che mostra la Cupola su Manhattan di Buckminster Fuller (1960). Fotografia in bianco e nero montata su supporto rigido con sovrapposizione della cupola, 32,4 × 46,7 cm.



Fonte sconosciuta. Opera originale: *Metamorphosis* di Herbert Bayer (1936).

presente o meno, del designer. Abdulla prende in considerazione la seguente conversazione:

Che fai nella vita?

Sono un designer.

Di che tipo? Grafico? Moda? Arredamento? Interni?

Costretto a dare una risposta specifica, il designer prova ansia e, invece di adottare semplicemente un'etichetta generale e interdisciplinare, finisce per rifugiarsi in una disciplina specializzata. Tuttavia, sostiene Abdulla, le discipline sono costrittive, burocratiche, miopi: finiscono per dedicarsi principalmente all'amministrazione delle proprie norme e regolamenti. Questo è ciò che Lewis R. Gordon chiama «decadenza disciplinare.»³⁶ Citando Moholy-Nagy, Abdulla sottolinea che l'impulso a specializzarsi non è nuovo nel campo del design, dove la formazione vocazionale «produce specialisti con un orizzonte piuttosto ristretto.» Abdulla conclude optando per un «pensiero di confine» che consiste nel collocare l'indagine nel limite estremo di un sistema di pensiero, con l'obiettivo di infrangere i suoi confini disciplinari.³⁷

Tuttavia è importante realizzare che, nel mondo reale del lavoro, vivere ai margini delle discipline è ormai la norma. La diffusione capillare di profili professionali *multi-hyphenated*

36. Gordon, *op. cit.*, p. 229.

37. Danah Abdulla. "Disciplinary Disobedience." In Claudia Mareis e Nina Paim (a cura di). *Design Struggles: Intersecting Histories, Pedagogies, and Perspectives*. Amsterdam: Valiz, 2021.

(ad esempio designer-videomaker-dj) ne è la prova.³⁸ Il designer ordinario potrebbe optare per una specializzazione al fine di evidenziare la sua affiliazione a un certo gruppo culturale, ma nella pratica, la sua attività spazierà tra vari campi, se non addirittura tra vari impieghi! Questo è il motivo per cui un designer potrebbe infine provare una certa repulsione verso la molteplicità: «Non voglio dover imparare ogni software e competenza. Voglio semplicemente essere un graphic designer – non un motion designer, un 3D artist, o un UX strategist.»³⁹

Sembra dunque che l'indisciplinarietà (che in qualche modo include anche l'antidisciplinarietà), qui intesa come un'implosione di discipline dalla prospettiva di chi le pratica, si possa trovare sia tra i livelli alti della forza lavoro (ad esempio nella figura dell'art director) sia in quelli più bassi (l'occasionale web designer-barista). In ogni caso, l'incentivo è innanzitutto finanziario: «l'evasione delle procedure normative e delle identità professionali da parte dell'industria del design è in gran parte il risultato della sua costante aderenza al “seguì i soldi” inventando nuove specializzazioni per sfruttare le opportunità tecnologiche e commerciali.»⁴⁰ Questo mostra come l'indisciplinarietà, più che una missione, sia *un destino* della “classe creativa,”

38. Vedi Nikki Shaner-Bradford. “What Do You Do? I’m a Podcaster-Vlogger-Model-Dj.” *The Outline*, 25 novembre 2019. <https://theoutline.com/post/8301/everyone-you-know-is-a-multi-hyphenate>. L'artista Brad Troemel definisce questo fenomeno *polyemployment*.

39. “Design Thread 2 – Excess of Everything,” 2022. <https://www.designthreads.report/thread2>.

40. Julier, *op. cit.*, 24.

cosa che era già chiara negli anni '90 al graphic designer Rudy VanderLans:

In un certo senso, si può imparare tutto sul lavoro, compresi il pensiero critico, l'esplorazione, l'introspezione, la stampa offset, lo sviluppo intellettuale, la contabilità, la critica letteraria francese, la programmazione [e] la redazione di contratti... Tutto può essere appreso man mano che ti tramuti lentamente nel professionista a tutto tondo che *devi* essere.⁴¹

L'enfasi, che è mia, evidenzia la necessità di questa condizione. J. Dakota Brown associa il ruolo del professionista tutt'altro che allo *zany*, ovvero il "pazzoide", un personaggio frenetico che fa di tutto, ma fatica a tenere insieme i pezzi.⁴² Paradossalmente il professionista creativo contemporaneo si comporta come un amatore, ovvero colui che «si diletta in una serie di attività senza dedicarsi o impegnarsi in un solo campo.»⁴³ Per i designer ordinari, l'antidisciplinarietà, più che offrire una via di fuga dalle costrizioni delle discipline, corrisponde a un frenetico stato di insicurezza.

41. VanderLans citato da J. Dakota Brown. "American Graphic Design in the 1990s: Deindustrialization and the Death of the Author." *Post45*, 10 gennaio 2019. <https://post45.org/2019/01/american-graphic-design-in-the-1990s-deindustrialization-and-the-death-of-the-author>.

42. Brown, "American Graphic Design in the 1990s", *op. cit.*

43. Gerry Beegan e Paul Atkinson. "Professionalism, Amateurism and the Boundaries of Design." *Journal of Design History* 21, n. 4 (2008): 305-13, p. 309.

DUBBIO BUONO E DUBBIO CATTIVO

Il designer Michael Rock sostiene che tale insicurezza generi ansia: «l'ansia dei designer è radicata nella paura che ciò che facciamo non sia rispettato, degno, importante. Questa ansia è alimentata da un mondo degli affari che, in generale, non rispetta né considera il design particolarmente degno o importante. [...] Perciò, l'attività progettuale è intrisa di una certa disperazione.»⁴⁴ Il designer ed educatore Brian LaRossa si mostra d'accordo:

I graphic designer sono insicuri. È comprensibile: al design mancano barriere difendibili. È onnipresente e permeabile, ovunque e in ciascuna cosa. Non è mai se stesso, è sempre il suo argomento. È uniformemente diffuso nella nostra vita in una concentrazione così bassa che spesso dubitiamo del suo valore.

LaRossa afferma qualcosa che si può affermare del design in generale, e prosegue descrivendo con precisione le idiosincrasie – la “magia”, si potrebbe dire – del processo progettuale: «le nostre indagini si accumulano, restringendo le opzioni fino a quando non ci rimane che qualcosa di reale.»⁴⁵ Ai designer è richiesto di “aver fiducia nel processo,” di prestare fede in una liturgia che acquista significato solo a posteriori. LaRossa, tuttavia, vede con favore il dubbio persistente: lo considera una

44. Michael Rock. “On Unprofessionalism.” *2x4* (blog), 5 agosto 1994. <https://2x4.org/ideas/1994/on-unprofessionalism/>.

45. Brian LaRossa. “Design as a Third Area of General Education.” *Medium* (blog), 23 gennaio 2021. <https://brianlarossa.medium.com/design-as-a-third-area-of-general-education-80bc59875e45>.

componente fondamentale del mestiere del designer. Eppure, per poter lietamente indugiare in uno stato di dubbio, i designer non hanno bisogno solo di fiducia in sé stessi, ma anche di quella dei loro pari, siano essi colleghi o clienti. Un dubbio desiderabile richiede certezze.

Come possiamo sfruttare questa insicurezza intrinseca e produttiva senza sprofondare nel “dubbio cattivo”, ossia nel dubbio invalidante verso sé stessi? Come possiamo mantenere la nostra fermezza davanti all’indifferenza o addirittura all’ostilità, senza adottare un atteggiamento da “io contro il mondo” alla *Fountainhead*? L’indisciplinarietà richiede legittimità e riconoscimento per essere praticata. In un’epoca in cui un equilibrio stabile tra specializzazione e generalismo deve ancora essere trovato, l’indisciplinarietà richiede un atto di fede sociale. È necessario convincere clienti, utenti e giornalisti che le «domande stupide» del designer, i suoi strani metodi (spesso pretenziosamente chiamati “metodologie”) e le connessioni difficilmente esplicabili alla fine innescheranno l’innovazione generando, di conseguenza, valore.

Secondo Umberto Eco, «[l]a tecnica è amministrata dall’artista o dal tecnico, che agisce come uno sciamano.»⁴⁶ Questo non riguarda solo il design: qualsiasi tipo di conoscenza esperta è esoterica. Ettore Sottsass era convinto che «il design inizia dove i processi razionali finiscono e dove inizia la magia.» Talvolta, il riferimento alla magia va

46. Umberto Eco. “Critical Essay.” In Emilio Ambasz (a cura di). *The Universitas Project: Solutions for a Post-Technological Society*. New York: The Museum of Modern Art, 2006, p. 130.

oltre l'analogia. Ecco come Kursat Ozenc descrive il *design shaman*:

Una designer sciamanica non si limita a reagire a ciò che le viene chiesto. Conosce la frizione nel mondo e l'entropia radicata nell'umanità, che la porta a deviare da ciò che è giusto e importante. Tenendo questo a mente, svolge un duro lavoro per creare miti attorno alla sostenibilità. Crea micro-visioni per un futuro armonioso, mescola senza esitazione lo spirituale con il funzionale. Nei momenti di difficoltà, infonde superstizioni leggere per il bene comune.⁴⁷

Tuttavia, se all'esperto o al designer viene negata la legittimità di esercitare la propria magia, l'incantesimo si rompe.⁴⁸ L'insicurezza produttiva richiede uno spazio sicuro per essere praticata. La fiducia

47. Kursat Ozenc. "The 3 Most Unconventional Designers of 21st Century – Starting with Design Shaman." *Ritual Design Lab* (blog), 4 aprile 2016. <https://medium.com/ritual-design/a-new-breed-of-21st-century-designers-b73712963b4>.

48. Ecco un esempio concreto di incantesimo rotto. Alcuni anni fa ho partecipato alla summer school XY a Castrignano De' Greci, nel profondo sud Italia, organizzata da quella che presto sarebbe diventata la Scuola Open Source. Alcuni dei tutor coinvolti insistevano sul valore dei rituali e ci incoraggiavano a praticarne uno ogni giorno, incluso il giorno in cui ricevemmo la visita di alcuni giornalisti che scrissero poi un articolo velenoso etichettando l'intero evento come "sciamanico" per denunciare uno spreco di denaro pubblico. Il loro scopo era quello di screditare indirettamente il partito politico che finanziava la scuola. Sergio Rame. "Gli sprechi di Vendola: un corso per formare gli sciamani (digitali)." *ilGiornale.it*, 18 giugno 2014. <https://www.ilgiornale.it/news/politica/sprechi-vendola-corso-formare-sciamani-digitali-1038689.html>.

sociale rende l'insicurezza produttiva; senza questa fiducia, l'indisciplinarietà si tramuta in mero disorientamento. Le scuole e i laboratori di design possono essere considerati spazi che garantiscono la sospensione dell'incredulità disciplinare nei confronti dei metodi e delle pratiche progettuali. Ma cosa accade al di fuori di queste istituzioni illuminate post-disciplinari? Annelys de Vet, che ha diretto per dieci anni il dipartimento di design del Sandberg Instituut di Amsterdam, riconosce che «anche se gli studenti di design rimangono tra le persone più lungimiranti, i designer occupano una posizione piuttosto fragile nella società. Come dipartimento, speriamo di fornire uno spazio in cui i giovani possano sviluppare una pratica all'interno di una professione che è sempre più difficile da definire.»⁴⁹

In questo caso de Vet preferisce parlare di professione piuttosto che di disciplina. Secondo Donald Schön, un professionista è qualcuno che pretende di «“possedere una conoscenza straordinaria su questioni di rilevanza sociale”; e, in cambio [riceve] straordinari diritti e privilegi.»⁵⁰ Questa definizione mostra chiaramente il motivo per cui un progettista vorrebbe essere considerato un professionista: una professione non è solo un impiego, ma una posizione sociale prestigiosa: «l'immagine del Professionista: rispetto, stipendio elevato, belle donne.»⁵¹ Possiamo quindi affermare

49. Annelys de Vet (a cura di). *Design Dedication: Adaptive Mentalities in Design Education*. Amsterdam: Valiz + Sandberg Instituut Design Department, 2020, p. 31.

50. Schön, *op. cit.*, p. 31.

51. Rock, *op. cit.*



Poster progettato da Herbert Bayer nel 1923 per promuovere la prima grande mostra del Bauhaus. Il manifesto include il nuovo motto ideato da Walter Gropius per la scuola: «Arte e tecnica: una nuova unità.»

che i designer sono considerati dei professionisti quando la società riconosce il valore aggiunto offerto dalla loro particolare miscela di discipline.

La difficoltà crescente nel definire la professione del designer può essere collocata all'interno di una crisi generale delle professioni. Schön descrive la traiettoria del ruolo sociale delle professioni caratterizzata dal trionfalismo negli anni '60 e dallo scetticismo negli anni '70 e '80. Considerando il dibattito attuale sulla crisi della competenza, è legittimo presumere che tale scetticismo non sia mai scomparso. Questa periodizzazione coincide quasi perfettamente con la parabola del riconoscimento del design, che culmina nel trionfo del buon design degli anni '60 seguito dalla sfiducia crescente e non di rado antagonistica degli anni '70 (con l'impegno politico del Radical Design e la sensualità dell'Anti-Design), per poi lasciare spazio, negli anni '80, alla spinta decostruzionista del postmoderno.⁵²

AGGIUDICARSI LA COMPLESSITÀ

L'espansione dei domini professionali viene comunemente giustificata con la crescente complessità del mondo contemporaneo: una litania ripetuta ininterrottamente almeno dagli anni '60. Non sorprende che il campo del design insista sulla complessità e che vi si ancori, spesso sostenendo che l'approccio scientifico convenzionale non riesca a coglierla del

52. Su questa falsariga, possiamo considerare la popolarità del Critical Design (che è a sua volta critico riguardo al ruolo del design nella società), che ha avuto luogo all'inizio del millennio, come un tentativo semi-consapevole di professionalizzare il dubbio disciplinare.

tutto.⁵³ La complessità, da questo punto di vista, non è solo un dato di fatto, ma anche uno strumento di lobbismo professionale. Tale circostanza produce un interessante ribaltamento: ciò che preoccupa e disorienta la collettività diventa un rassicurante leitmotiv progettuale; con l'aumentare della complessità, cresce anche il bisogno di designer professionisti. Guy Julier, con una lieve vena polemica, osserva che «[è] ormai un'ortodossia menzionare la crescente complessità del design nel nostro "mondo complesso."»⁵⁴ Gli esperti di innovazione amano parlare di complessità, sebbene in termini vaghi, come quando affermano che "la società sta diventando sempre più complessa e lo sarà ancora di più in futuro." Lo storico della tecnologia Lee Vinsel si chiede:

Cosa significa davvero questa affermazione? Complessa in che senso? Sempre più complessa rispetto a quale parametro? Ho sottoposto tali interrogativi a molti storici professionisti, i quali giudicano insostenibile l'idea di una crescente complessità.⁵⁵

53. «Il design è un modo di comportarsi che affronta la complessità in modo diverso (e si aspetta un tipo diverso di risultato) rispetto a quelli tradizionali. I designer lavorano in una maniera (ovvero attuando una conversazione con se stessi tramite il medium del disegno) che permette loro di affrontare situazioni molto complesse, poco definite e ambigue che probabilmente sarebbero inaccessibili utilizzando approcci convenzionali.» Ranulph Glanville. "Designing Complexity." *Performance Improvement Quarterly* 20, n. 2 (giugno 2007): 75-96. <https://doi.org/10.1111/j.1937-8327.2007.tb00442.x>.

54. Julier, *op. cit.*, p. 6.

55. Lee Vinsel. "Design Thinking Is Kind of Like Syphilis – It's Contagious and Rots Your Brains." *Medium* (blog),

D'altra parte, "complicare" una questione è considerata sempre più un'attività preziosa, un tentativo di guardare più a fondo; in tal senso la complessità rappresenta allo stesso tempo la malattia e il rimedio. L'ortodossia della complessità va di pari passo con la svolta antropologica del design. David Graeber osserva come «gli antropologi [siano] attirati dalle aree di densità. Gli strumenti interpretativi a [loro] disposizione [li] fanno orientare attraverso reti complesse di senso e significato.»⁵⁶ I designer sono sempre più attratti da queste aree dense di significato perché è lì che il loro ruolo di sintetisti, peraltro auto-attribuito, può presumibilmente essere svolto al meglio.

Ma "aggiudicarsi" la complessità non basta. L'ambizione professionale nel campo del design si scontra con una tendenza alla deprofessionalizzazione che può essere intesa anche come una proletarizzazione delle professioni e, quindi, come una proletarizzazione del design. Questa crisi strutturale va di pari passo con quella che Schön, scrivendo negli anni '80, definisce una «crisi di fiducia» interna:

La crisi di fiducia nelle professioni, e forse anche il declino dell'immagine che il professionista ha di se stesso, sembra affondare radici in un crescente scetticismo sulla efficacia delle professioni nel senso più ampio, in una nuova valutazione in chiave scettica

3 agosto 2020. <https://sts-news.medium.com/design-thinking-is-kind-of-like-syphilis-its-contagious-and-rots-your-brains-842ed078af29>.

56. David Graeber. *Burocrazia. Perché le regole ci perseguitano e perché ci rendono felici*. Milano: Il Saggiatore, 2016, p. 50.

dell'effettivo contributo che le professioni forniscono al benessere della società attraverso la prestazione di adeguati servizi basati su speciali conoscenze.

Il filosofo aggiunge che lo scetticismo coinvolge la conoscenza vera e propria che le professioni presumibilmente possiedono. Ancora una volta, i cambiamenti evidenziati da Schön nel contesto professionale assomigliano in modo perturbante allo stato attuale del discorso sul design: «Le situazioni che caratterizzano l'esercizio della pratica professionale non sono problemi da risolvere ma situazioni problematiche caratterizzate da incertezza, disordine e indeterminatezza.» Si scopre così che la complessità non è solo una nebbia che circonda la torre d'avorio della professione, ma una foschia che invade le sue stanze. Emerge allora un bisogno di sintesi:

Ciò che si richiede, in tali condizioni, sono non solo le tecniche analitiche tradizionali della ricerca operativa, ma l'abilità attiva, sintetica, di "progettare un futuro desiderabile e inventare modi per determinarlo."⁵⁷

Al pari delle altre professioni, il design cerca attivamente di affermare e preservare il suo ruolo sociale. Tuttavia, a differenza di molte professioni, il campo del design è particolarmente soggetto al pluralismo professionale e alla proliferazione di visioni contrastanti sugli obiettivi, i metodi e le finalità della disciplina. La ragione che aveva spinto Donald Schön a scrivere il suo libro era

57. Schön, *op. cit.*, pp. 41-4.

quella di far luce sulle qualità del professionista riflessivo, sulla base del fatto che «[s]iamo legati a un'epistemologia della pratica professionale che ci lascia incapaci di spiegare, o persino di descrivere, competenze alle quali attualmente attribuiamo estrema importanza.»⁵⁸ Sebbene il suo tentativo di chiarificare i modi taciti di conoscenza offerti dalla pratica sia lodevole, questa sensazione di incapacità è inestirpabile dal design. A ciò si aggiunge la crescente difficoltà di convincere i non professionisti dell'adeguatezza del know-how progettuale al di là degli *exploit* delle star del design, dei cambiamenti micro-evolutivi nei prodotti di consumo e nei servizi, o delle abilità esecutive su software ormai alla portata di tutti. In questo contesto il pluralismo professionale, la cui più evidente manifestazione nel design è la proliferazione delle etichette,⁵⁹ va a rafforzare la crisi di fiducia e la percezione che le conoscenze professionali del design siano o una mera questione di buon senso o una goffa "metodocrazia": un insieme generico di procedure che lo stesso Methods Movement ha rinnegato.

RIPIEGO PLATONICO

Come parziale risposta a un'impasse disciplinare e professionale, vari designer hanno iniziato a considerare il design una sfera autonoma, sostenendo che il progetto potesse emanciparsi dal suo ruolo tradizionale di servizio, conquistando così la libertà

58. *Ivi*, p. 48.

59. «A volte si ha l'impressione che un designer che aspira a due minuti di celebrità si senta obbligato a inventare una nuova etichetta per distinguersi dagli altri professionisti del settore.» Bonsiepe, "Design and Democracy," *op. cit.*, p. 27.

di scegliere autonomamente le questioni sociali di interesse, anziché doversi limitare a quelle imposte dai committenti. L'interlocutore privilegiato del designer non sarebbe più stato il cliente, ma l'idea trascendentale della società nel suo insieme. Applicando le categorie di Manzini, l'intento era di mettere da parte il problem-solving e dedicarsi completamente al *sense-making*. Non sorprende che questa rivendicazione sia stata avanzata con particolare energia in quei sottocampi progettuali, come il graphic design e il product design, che sono maggiormente afflitti dalla crisi a tre teste evidenziata da Bremner e Rodgers: economica, professionale e tecnologica. Data la crescente offerta di designer qualificati e l'attrattiva aspirazionale che circonda la professione, il product design è profondamente colpito dalla pressione economica.⁶⁰ Il graphic design, d'altro canto, ha subito una crisi di legittimità a causa della diffusione dei software di desktop publishing, che hanno ridotto la soglia di accesso a determinate produzioni grafiche abbattendone, di conseguenza, i costi. A ciò si aggiunge che il graphic design non è riuscito quasi per nulla a reinventarsi per il web, cedendo il passo ad aree più sistematiche e orientate ai servizi come lo user interface design e la user experience (UI, UX).

Da questa prospettiva, l'appello all'autonomia culturale e professionale sembra più un atto di ritirata da un mercato ostile e da un pubblico indifferente che l'effettivo conseguimento di

60. Vedi Justin McGuirk. "Designs for Life Won't Make You a Living." *The Guardian*, 18 aprile 2011. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2011/apr/18/designs-milan-furniture-fair>.

un'indipendenza disciplinare. Mentre il tradizionale percorso basato sui servizi conduce verosimilmente a un reddito modesto e a un'indipendenza limitata, la strada dell'autonomia garantirebbe almeno la possibilità di stabilire i termini della propria attività, una narrazione positiva di sé, questa, che soddisfa l'imperativo di essere in controllo del proprio progetto di vita.⁶¹

Nel 2002, il già citato Andrew Blauvelt invocava un'«autonomia critica» per il graphic design. Con ciò, non stava incoraggiando un ritiro dalla società né intendeva fare eco al concetto romantico di genio individuale. Autonomia critica significava concedere al design la possibilità di «generare significato secondo i propri termini, al netto di un'indebita dipendenza da commissioni, funzioni sociali prescrittive o media e stili specifici.» Non senza una dose di «autoconsapevolezza e lavoro su di sé,» i designer avrebbero sviluppato la «capacità di manipolare il sistema del design per scopi diversi da quelli imposti dall'esterno e di mettere in discussione le convenzioni che si sono formate all'interno.» Blauvelt sottolineava inoltre che

61. Poiché l'identità è oggi profondamente radicata nel lavoro, la questione di un'immagine professionale gratificante diventa cruciale. Ho affrontato questo tema nel mio precedente libro: «Molti si limitano a ignorare o addirittura rifiutare le circostanze da cui emerge la loro storia personale: ciò facendo privilegiano un racconto individuale spesso idealizzato a scapito della realtà materiale che gli fa da sfondo. In altre parole, ci si professa artisti, giornalisti e imprenditori a dispetto del reddito prodotto da queste attività. In tal senso, la questione precaria sembra essere legata, oltre che al lavoro, ai bisogni relativi alla costruzione e al mantenimento della propria identità.» *Entreprenariat, op. cit.*, p. 60.

l'autonomia critica avrebbe conferito coerenza alla disciplina del graphic design (confermando così la sua crisi), una coerenza compromessa dal pluralismo stilistico e da termini e condizioni esogeni in base ai quali si progetta.

Tuttavia, ciò che Blauvelt trascurava, così come la maggior parte dei sostenitori dell'autonomia del design, era la reale possibilità del (graphic) design di diventare autonomo. Può il design trasformarsi in qualcosa di diverso con le sue sole forze? Può radicalizzare la sua attività di creazione di senso e generazione di significato senza dover fare affidamento sul ruolo che gli è stato socialmente attribuito? Ed è mai possibile anche solo identificare chiaramente un «sistema del design» da manipolare? J. Dakota Brown suggerisce un'altra via:

Invece di riporre le nostre speranze nel fatto che il design si possa liberare da solo dalla sua funzione sociale, dovremmo chiederci perché alcune possibilità siano state costantemente precluse nella storia di questa pratica.⁶²

Una visione radicalmente diversa dell'autonomia potrebbe aiutare a inquadrare la questione. Arturo Escobar ipotizza che il design possa favorire l'autonomia delle comunità. La sua idea di autonomia non è generica, ma è strettamente connessa ai movimenti di liberazione dell'America Latina, ciò che lui chiama *autonomía*. L'antropologo prende le mosse per questo concetto dalla nozione di autopoiesi del biologo cileno Francisco Varela: un sistema

62. J. Dakota Brown. *The Power of Design as a Dream of Autonomy*. Chicago, IL: Green Lantern Press, 2019, p. 20.

autonomo è un sistema che «trova la strada verso il momento successivo attingendo in modo appropriato dalle proprie risorse.»⁶³ L'elemento chiave dell'autopoiesi di Varela risiede nell'indipendenza dell'identità di un sistema dall'ambiente che esso abita: la logica che definisce il sistema è interiore e questo fa sì che il sistema, pur rispondendo ai cambiamenti nell'ambiente, possa mantenere una sua coerenza interna.

Questa concezione di autonomia può essere applicata in modo proficuo alle comunità ipotizzate da Escobar, perché dà loro la possibilità di mantenere la propria identità mentre partecipano del cambiamento: una combinazione fertile di tradizione e innovazione. L'autonomia rende possibile cambiare «le tradizioni tradizionalmente.»⁶⁴ Ma l'idea di una comunità autonoma si basa sul presupposto che identità e coerenza esistano già e debbano essere preservate. È questo il caso del design? Blauvelt sostiene che il graphic design riguarda fundamentalmente la differenza. Quindi, mentre si spera che la comunità per cui il designer lavora possa operare "autopoieticamente", il designer non può che considerare il proprio campo del tutto eteronomo, cioè fundamentalmente plasmato dal suo ambiente al punto da non poter preservare alcuna coerenza organizzativa. Questa *allopoiesi* è evidente nelle pressioni tecnologiche che influenzano il campo del design. Spesso è proprio l'innovazione ad attaccare il nucleo fondativo

63. Francisco Varela. *Ethical Know-How: Action, Wisdom, and Cognition*. Stanford: Stanford University Press, 1999, p. 11.

64. Escobar, *op. cit.*, p. 172.

di una disciplina.⁶⁵ A questo punto ci si scontra con un rovesciamento ironico: mentre il design, in quanto attività, si occupa tradizionalmente di rimodellare l'ambiente, come cultura è principalmente *plasmato* da esso. Questa potrebbe essere la lezione fondamentale che il design ontologico ci offre.

UNA PEDANTERIA DELLO SPIRITO

L'autonomia critica di Blauvelt, uno dei vari tentativi di liberare le pratiche progettuali dalla loro condizione "servizievole", rappresenta per la maggior parte dei designer più una forma di *wishful thinking* che un'opzione praticabile. Analizzando le rivendicazioni etiche dei graphic designer, J. Dakota Brown osserva come «l'inflazione dell'autonomia e del potere del design corrisponde a un'inflazione dell'autonomia e del potere di chi lo pratica.»⁶⁶ L'autonomia critica implica che l'impeto etico e critico a influenzare il mondo non avvenga attraverso *artefatti d'uso* ma tramite *conversation piece*, cioè testi e oggetti che intervengono "facendo riflettere le persone," "creando consapevolezza," ecc.⁶⁷ In tal

65. Un esempio: secondo Lorraine Wilde, «non è chiaro che qualcosa che assomigli al ruolo tradizionale del graphic designer sia davvero necessario o desiderato nei nuovi media. Chi passa del tempo sul web sa che lì sono presenti molte "cose" visive prodotte senza la partecipazione di qualcuno che la professione definirebbe anche solo un graphic designer.» "The Macramé of Resistance." *Emigre*, n. 47 (1998). L'identità dei graphic designer può essere preservata nel momento in cui si passa ai media digitali? Il progetto grafico è una tradizione che vale la pena mantenere nel contesto di laptop e smartphone?

66. Brown, *The Power of Design...*, op. cit., p. 12.

67. Cfr. Anthony Dunne e Fiona Raby. *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming*. Cambridge, MA: MIT Press, 2013, p. 21.

senso, possiamo affermare che il design ha tentato di preservare il proprio status ricusando radicalmente la sua natura di servizio. Non è un caso che una recente antologia di scritti svizzeri sul design sia intitolata *Not at Your Service*.⁶⁸ Nel campo del design, l'autonomia è il risultato di una sorta di autopoiesi disfunzionale: una coerenza interna, costruita da zero, impedisce al sistema autonomo di stabilire una relazione sana con l'ambiente. L'autonomia critica sancisce l'ascesa del designer che si concentra sulle idee piuttosto che sulle cose: il designer platonico. In contrasto con l'accento posto da Bonsiepe sulla praticità, i designer platonici ritornano al *modus contemplativo* dell'accademia, poiché la possibilità di prendere parte al *problem-solving* (così come alla reale definizione dei problemi) è loro preclusa. Così promuovono teorie, incoraggiano la riflessione e fanno un'analisi critica delle varie prese di posizione. Invece di trasformare l'ambiente tramite prodotti e servizi, il design platonico pretende di influenzare l'opinione pubblica. Ma spesso mostra poco interesse nel verificare tale pretesa.

I designer speculativi Anthony Dunne e Fiona Raby celebrano apertamente questo cambio di rotta quando affermano che «una volta che i designer si allontanano dalla produzione industriale e dal mercato, si entra nel regno dell'irrealtà, del fittizio, o in quello che preferiamo chiamare design concettuale – il design incentrato sulle idee.»⁶⁹ Ma mentre l'allontanamento dalla produzione industriale

68. Björn Franke e Hansuli Matter (a cura di). *Not at Your Service: Manifestos for Design*. Zurich, Basel: Zurich University of the Arts, 2021.

69. Dunne e Raby, *op. cit.*, p. 11.

potrebbe effettivamente avere luogo, non esiste un ambiente che possa essere considerato al di fuori del mercato, o quantomeno fuori dal mercato del lavoro, poiché il designer deve comunque vendere le proprie idee. Il design concettuale sarà magari una merce immateriale, ma è comunque una merce che ha bisogno di un compratore per completare il suo ciclo, altrimenti è puro consumo. Da questa prospettiva l'autonomia critica appare nient'altro che un espediente per celare un'eteronomia di fondo:

I designer hanno cercato, attraverso la pura volontà, di reinventarsi come teorici e critici. Ma finché avranno bisogno di lavorare, saranno vincolati da forze sociali su cui hanno poco controllo – e che purtroppo hanno mostrato poco interesse nel comprendere.⁷⁰

L'elefante nella stanza è l'autosufficienza del design su larga scala. Indubbiamente un'esigua minoranza di designer, integrata nell'ecosistema culturale dei musei e favorita dal supporto di alcuni stati illuminati, è in grado di esercitare un'autonomia critica, ma per tutti gli altri la capacità di «manipolare il sistema del design» è solo uno specchietto per le allodole. Maldonado:

In altre parole, è necessario ammettere che il disegno industriale, contrariamente a ciò che avevano immaginato i suoi precursori, non è un'attività autonoma. Anche se le sue scelte progettuali possano sembrare libere, e forse talvolta lo sono, si tratta però sempre di scelte prese nel contesto di un sistema di priorità

70. Brown, *The Power of Design...*, op. cit., p. 19.

assai rigidamente prestabilite. In ultima analisi, è questo sistema di priorità che regola il disegno industriale.⁷¹

In questo capitolo ho mostrato che solo osservando come il design tesse la sua rete di relazioni è possibile coglierne l'essenza, ma la fisiologica "intersezionalità" del design non è priva di tortuosità. Il design professa un'attitudine generalista, ma la sua iperconnettività culturale, insieme al monopolio che detiene (o afferma di detenere) sulla sintesi, potrebbe ridurlo a un'occupazione generica. Inoltre, il suo carattere indisciplinato, quando non è sostenuto da un atto di fede sociale, può portare al disorientamento e a un senso di schiacciante sfiducia. Il design si colloca all'interno di una più generale crisi delle professioni, in cui il patto tacito che definisce una professione in senso lato, ovvero competenza legittimata offerta in cambio di prestigio e riconoscimento, vacilla. Quella della professione non è una categoria assoluta e statica, bensì relativa e in costante rinegoziazione. Infine, nel corso dei decenni, il design ha formulato una pretesa di autonomia: i designer aspirano a stabilire le questioni, i metodi e i risultati di cui si occupano: vogliono determinare il proprio valore aggiunto. Tuttavia, l'"autonomia critica" del design potrebbe celare l'abdicazione al suo specifico ruolo sociale, quello di risolvere problemi, ovvero contribuire alla produzione di condizioni preferibili trasformando l'ambiente artificiale. Invece di diventare padroni del proprio destino, i designer rischiano così di ritirarsi in un regno platonico popolato non di

71. Maldonado, *Disegno industriale: un riesame*, op. cit., p. 12.

artefatti, ma di idee e principi la cui ricezione è incerta. Una pedanteria dello spirito, secondo la formulazione di Norman Potter:

Per quanto riguarda il compito sociale, emergono continuamente nuove prove della fallibilità dell'uomo, del suo crescente coinvolgimento tecnologico e della natura dell'opulenza separata dalla consapevolezza sociale o spirituale. Eppure, c'è una pedanteria dello spirito nell'indugiare troppo su questi aspetti.⁷²

72. Potter, *op. cit.*, p. 45.

CAPITOLO 4

**RIBALTARE IL TAVOLO:
POTERE E IMPOTENZA**

«Ma vi è ancora spazio per la progettazione?
 Francamente, esso è molto ridotto.»
 – Tomás Maldonado, 1970¹

«Nella nostra condotta, noi designer siamo
 liberi quanto il mercato ci permette di
 esserlo.»
 – Adrian Shaughnessy, 2005²

«Ti ha fatto male? Quando ti hanno assunto
 per la tua esperienza progettuale e poi tutti
 hanno ignorato le tue raccomandazioni dicen-
 doti esattamente cosa progettare e dove»
 – @tiffanyton, 2021³

IMPATTO SERIALE

Tradizionalmente si pensa ai designer come a coloro che cambiano il mondo attraverso ciò che progettano: prodotti, servizi, sistemi, ambienti, strumenti, macchine. Attraverso la progettazione di artefatti che compongono il nostro mondo artificiale, i designer contribuiscono a renderlo ancora più artificiale, in un'intensificazione che pare ineluttabile. All'inizio del ventesimo secolo, nella fase culminante della produzione industriale e della comunicazione di massa, il legame tra causa (design) ed effetto (cambiamenti nel mondo) era particolarmente tangibile, per via dell'enormità della sua scala. Eserciti di artefatti identici sarebbero entrati nella vita delle masse per tempi relativamente lunghi, e il minimo cambiamento progettuale avrebbe portato all'improvvisa ricalibrazione

1. Maldonado, *La speranza progettuale*, op. cit., p. 76.

2. Adrian Shaughnessy. *How to Be a Graphic Designer Without Losing Your Soul*. New York: Princeton Architectural Press, 2005, p. 25.

3. <https://twitter.com/tiffanyton/status/1433067196712-833034>.

dell'intero battaglione di cose riprodotte meccanicamente. Come spiega il designer industriale Carroll Gantz, «[i designer] avrebbero trasformato il processo di design da un atto creativo individuale che produce un artefatto alla volta in un complesso sistema di produzione industriale di massa che realizza milioni di prodotti identici.»⁴

I designer potevano immaginarsi come comandanti i cui “ordini” progettuali sarebbero stati eseguiti *en masse*, una visione in linea con definizioni tradizionali di potere, come quelle di Carl Schmitt e Max Weber che lo intendono come «la possibilità di trovare obbedienza a un comando.»⁵ Un punto di vista moderno sulla produzione implicava un'idea moderna del potere del design. *One design for all* («un modello per tutti») non era solo una necessità tecnica, ma un'ambizione programmatica. Basti pensare, ad esempio, alla fede che Henry Ford riponeva nella possibilità di un'auto universale, la Ford Model T. Nel 1922 (lo stesso anno in cui Weber formulava la sua definizione di potere), Ford manifestò chiaramente l'intento di «costruire una macchina a motore per la grande moltitudine.»⁶ Come osserva Hal Foster, «nella produzione di massa, la mercificazione era l'ideologia stessa e

4. Gantz citato da Wizinsky *op. cit.*, p. 59.

5. Max Weber. *Typen der Herrschaft*. Ditzingen: Reclam, 2019, p. 7. Weber usa la parola *Herrschaft*, un termine che abbraccia un vasto campo semantico, comprendendo concetti quali autorità, dominio, governo e potere.

6. Henry Ford e Samuel Crowther. *My Life and Work*. Garden City, NY: Doubleday, Page & Co., 1922. https://college.cengage.com/history/primary_sources/us/henry_ford_discusses.htm.

il modello taylorista la sua pubblicità. La principale attrazione era proprio l'abbondante uguaglianza.»⁷

Il sole non è ancora tramontato sulla produzione standardizzata. La maggior parte degli oggetti che acquistiamo e utilizziamo è tuttora prodotta in serie. Inoltre, se consideriamo i servizi digitali, dobbiamo constatare l'emergere di una dimensione della produzione di massa completamente inedita, una dimensione in cui segmenti di questa massa vengono incessantemente setacciati attraverso rapidi cicli di test e implementazione, e dove una modifica all'interfaccia di una piattaforma usata da milioni di persone, istantaneamente propagata, può avere conseguenze monumentali. Ma è così frequente che un designer operi a questo livello? In verità, è piuttosto raro. Solo una manciata di designer ha accesso alle sale di prototipazione di questi prodotti utilizzati su scala massiva.⁸ La maggior parte di loro probabilmente lavorerà su progetti il cui impatto è limitato nel tempo, nello spazio e nella portata. Progetti magari importanti, ma difficilmente così gargantueschi. Questo non significa che i loro sforzi siano irrilevanti o privi di impatto, bensì che tale impatto non si allinea alla forma mentis moderna del potere

7. Hal Foster. *Design & Crime*. Milano: Postmedia, 2003, p. 25.

8. Spotify ne è un esempio lampante. Nel 2018 veniva utilizzato da circa 200 milioni di utenti attivi al mese. All'epoca, contava solo 200 designer. Un rapporto di un designer per un milione di utenti, più o meno la popolazione di Milano. Vedi Shaun Bent, Marina Posniak e Gerrit Kaiser. "Reimagining Design Systems at Spotify." *Spotify Design*, settembre 2020. <https://spotify.design/article/reimagining-design-systems-at-spotify> e <https://www.statista.com/statistics/367739/spotify-global-mau/>.

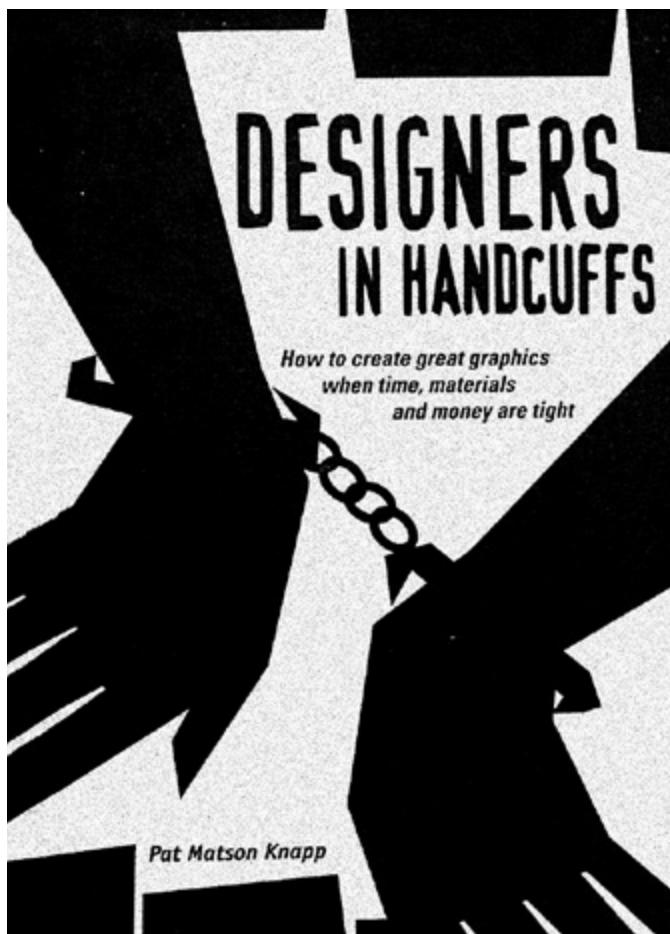
come standardizzazione su vasta scala. Qualsiasi accenno alla straordinaria influenza che i designer possiedono sarà accolto dalla maggior parte di loro con un ragionevole scetticismo.

CAUSA ED EFFETTO

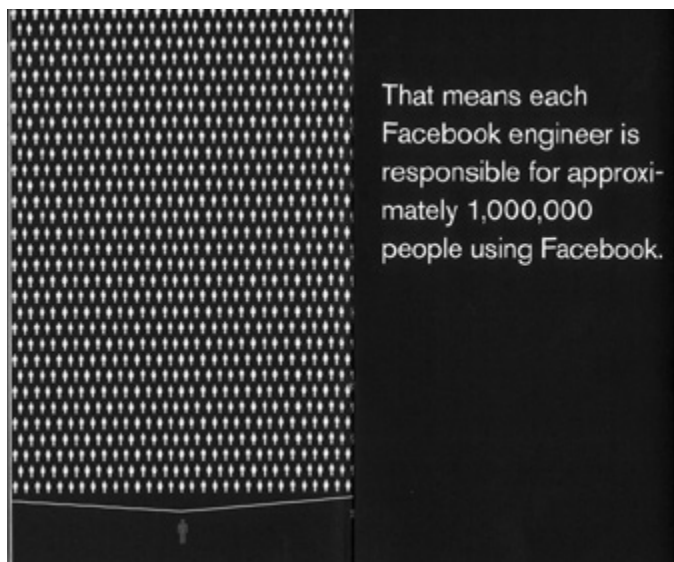
L'idea moderna e "scalare" del potere del design tende anche a porre un'enfasi eccessiva sul singolo oggetto, come se il suo potere trasformativo non fosse amplificato o limitato dall'ambiente in cui si trova. Come se l'oggetto non fosse imbrigliato in una rete di interazioni con altri oggetti. Una comprensione lineare, quasi meccanicistica, del potere del design (designer > prodotto > utente)⁹ nasconde il ruolo improvvisato che l'oggetto svolge sul palcoscenico della vita quotidiana. Il ruolo da protagonista attribuito all'oggetto isolato riflette un altro ruolo guida: quello del designer. Gioca la sua parte anche una narrazione rassicurante a proposito dell'invenzione: quando avvertiamo un cambiamento radicale nelle abitudini, siamo tentati di individuare un singolo artefatto che lo incarni: un simbolo. Dopodiché, cerchiamo di attribuirne l'origine a un individuo, immaginandolo nell'atto di esclamare "Eureka!"

Tuttavia, non dovremmo dimenticare che, sebbene prodotti e servizi influenzino il mondo, ne sono anche influenzati, e non solo dopo la loro apparizione. Secondo lo storico del design Glenn

9. Il Greater Good Studio, ad esempio, propone la seguente "teoria del cambiamento": «crediamo che la ricerca cambi il design, il design cambi il comportamento e il comportamento cambi il mondo.» Vedi <https://web.archive.org/web/20160918151937/http://www.greatergood-studio.com:80/theoryofchange/>.



La copertina di *Designers in Handcuffs*, uno dei pochi libri che affrontano con franchezza i limiti del fare progettuale. Ispirato al lavoro di Saul Bass, il progetto grafico è di Lisa Buchanan.



Doppia pagina del «piccolo libro rosso» di Facebook, distribuito internamente ai dipendenti, in cui si rammenta agli ingegneri la loro responsabilità nei confronti di innumerevoli utenti. Progettato da Ben Barry e Tim Belonax. Testi di J. Smith.

Adamson, la merce stessa è più una conseguenza che una causa del potere, dato che viene plasmata dalle relazioni di potere *prima* di entrare nella fase di utilizzo quotidiano. Analizzando la somiglianza formale tra due librerie concepite da due designer politicamente agli antipodi (il comunista Enzo Mari e il filonazista Ingvar Kamprad, fondatore di IKEA), Adamson osserva che «quando qualcosa viene progettato, di solito è troppo tardi per determinarne l'effetto politico. Le merci sono principalmente il risultato dei rapporti di potere, non la loro causa.»¹⁰

Riflettendo su come la politica precede l'uso di un determinato artefatto, il teorico politico Langdon Winner cita il famigerato caso dei ponti del Southern State Parkway di New York. Questi ponti, concepiti da Robert Moses negli anni '20, erano così bassi da non consentire il passaggio di un autobus. Semplice cattivo design? Non proprio. Moses aveva deliberatamente scelto di limitare l'accesso dei cittadini svantaggiati, per lo più persone di colore, che normalmente prendevano l'autobus per raggiungere la città.¹¹ Questo è un caso insolitamente esplicito di malvagità progettuale (le narrazioni sul potere del design prendono spesso la forma

10. Glenn Adamson. "The Communist Designer, the Fascist Furniture Dealer, and the Politics of Design." *The Nation*, 20 febbraio 2021. <https://www.thenation.com/article/culture/enzo-mari-ikea-design/>.

11. Langdon Winner. "Do Artifacts Have Politics?" *Daedalus* 109, n. 1 (1980): 121-36. Per un resoconto più intricato dell'attività di Robert Moses, vedi Thomas J. Campanella. "The True Measure of Robert Moses (and His Racist Bridges)." *Bloomberg*, 9 luglio 2017. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-07-09/robert-moses-and-his-racist-parkway-explained>.

di ammonimento). Lo stesso Winner ammette che questa storia suona quasi come una teoria del complotto. Ma dal punto di vista del potere, può essere considerata più un'eccezione che una regola, eccezione legata non tanto a razzismo e classismo, che erano e sono ancora oggi comuni, quanto piuttosto alla coincidenza di potere decisionale e potere esecutivo, di autorità ed esecuzione: la *Herrschaft* di Robert Moses. A riprova di ciò, Winner sottolinea l'influenza che il *power broker* («intermediario del potere») esercitava su governatori e presidenti. Quanto è probabile che un designer abbia la piena potestà, parafrasando ancora Winner, di incarnare le proprie intenzioni in una forma fisica?

Il simbolo dell'Uroboro, un serpente che si morde la coda, rappresenta bene la relazione tra il design e le persone, poiché gli esseri umani progettano le cose, ma poi quelle stesse cose li riprogettano. «Il progetto progetta» (*design designs*), come afferma Tony Fry. Il design non plasma solo l'uso, ma anche il significato: trasforma il modo in cui le persone danno senso al mondo, designer compresi.¹² Tuttavia, questa circolarità potrebbe suggerire che le persone siano tanto attive nel progettare il loro ambiente quanto lo sono nel venire plasmate da esso. In realtà, la capacità dell'ambiente di "progettarci" è più forte della nostra capacità di progettare l'ambiente. Questo perché nasciamo in una normalità pre-progettata, e non nel vuoto:

A complicare le cose c'è il fatto che siamo saldamente incastrati in questo ciclo prima ancora di esserne consapevoli, se mai lo

12. Fry citato da Willis, *op. cit.*, p. 86.

saremo. Proprio come non abbiamo memoria di come abbiamo acquisito il linguaggio e iniziato a usarlo e a esserne plasmati, non abbiamo memoria di come abbiamo iniziato a usare il design e a esserne plasmati.¹³

AGHI E RASOI

Il filosofo olandese Koert van Mensvoort propone una lettura evolutiva dello sviluppo di un prodotto comune: il rasoio Gillette. La sua analisi provocatoria è radicalmente “orientata all’oggetto”:

Ovviamente, molti designer e ingegneri sono stati coinvolti nella creazione dei rasoi che uso nel corso degli anni. Sono senza dubbio tutte persone decenti e amichevoli – che guadagnano anche bene – ma cosa sono questi creatori dei singoli modelli se non piccoli ingranaggi nella perpetuazione della Gillette Company? Definirli ingegneri e designer è, a mio avviso, un riconoscimento eccessivo per il lavoro che fanno, dato che si limitano a disegnare il prossimo modello di rasoio, del quale si possono già prevedere le nuove caratteristiche “innovative” [...] Non sono certo in una posizione tale da riflettere profondamente sul significato e sulle origini della rasatura, al fine di reinventare questo antico rituale. Come api in un alveare, la loro opera è determinata dalla logica di una struttura più grande.¹⁴

13. JP Harnett. “Ontological Design Has Become Influential in Design Academia – But What Is It?” *Eye on Design*, 14 giugno 2021. <https://eyeondesign.aiga.org/ontological-design-is-popular-in-design-academia-but-what-is-it/>.

14. Koert van Mensvoort e Hendrik-Jan Grievink. *Next*



Fumetto tratto dalla serie *Design Thinking!*.

Un designer rivendica il proprio ruolo strategico, ma viene comunque trattato come supporto tecnico: invece di coinvolgerlo nelle decisioni chiave, gli amministratori gli chiedono di sistemare il proiet-tore. La striscia ironizza sull'autorità percepita del designer.

Come abbiamo visto, non è la prima volta che un designer viene paragonato a un insetto impollinatore: per Karl Marx era l'immaginazione la differenza fondamentale tra architetto e ape, tra umano e animale.¹⁵ Van Mensvoort ribalta questo assioma, mostrando che tale facoltà non può essere pienamente esercitata all'interno di un'industria altamente cristallizzata o interconnessa. In un risvolto perverso, la merce qui si tramuta nel potente attore che modella il lavoro dei designer. La cosa crea noi più di quanto noi creiamo la cosa, e non solo in senso fisico, con la catena di montaggio che determina i gesti del lavoratore, ma anche intellettualmente, con le forze di mercato che fissano obiettivi e vincoli entro i quali operare. Questo quadro è desolante, probabilmente troppo desolante. Eppure, molti designer si sentono intrappolati in una simile "gabbia d'acciaio," per usare la famosa espressione di Max Weber.

Paola Antonelli, curatrice del Dipartimento di Architettura e Design del MoMA, è più ottimista. In una recente intervista afferma che:

Il design possiede un grande potere ancora in gran parte inesplorato e inespresso. Esistono diversi tipi di designer, e tutti influenzano a loro modo il nostro comportamento. Alcuni esercitano un'influenza fondamentale e devastante, come i designer delle app, degli apparecchi elettronici e delle interfacce che usiamo quotidianamente. Facebook,

Nature: Nature Changes Along with Us. Barcelona: Actar, 2015.

15. Vedi il capitolo 2.

Instagram, Twitter. Questo è il design del sistema, ma anche dell'interfaccia. Altri designer potrebbero esercitare un'influenza più limitata, ma tutti agiscono applicando diverse pressioni all'interno del grande sistema di agopuntura che si applica alla vita umana.¹⁶

Pur riconoscendo la grande varietà di designer esistenti (il cui numero, soprattutto nel settore digitale, è in crescita),¹⁷ Antonelli adotta un'immagine poetica che li fonde, rischiando di attenuare l'enorme discrepanza di potere che i designer possono avere. Inoltre, l'analogia con l'agopuntura non dice molto sul potere specifico che il design detiene e sul modo peculiare in cui tale potere viene esercitato.

TROPPO IN BASSO NELLA PIRAMIDE

Il caso dell'«influenza devastante» delle app e dei dispositivi digitali merita un ulteriore approfondimento. L'interdipendenza, la complessità e la gerarchia limitano la facoltà del designer di imprimere il proprio marchio personale o professionale sugli artefatti. Le strutture di produzione, distribuzione e consumo formano una maglia tesa ma al contempo mobile di interrelazioni, come una ragnatela. Questo significa che un intervento radicale è

16. Paola Antonelli. "MoMA curator: '[Humanity] will become extinct. We need to design an elegant ending.'" Intervista di Suzanne LaBarre. *Fast Company*, 8 gennaio 2019. <https://www.fastcompany.com/90280777/moma-curator-we-will-become-extinct-we-need-to-design-an-elegant-ending>.

17. Vedi Forrester. "The \$162 Billion Design Industry Won't Stop Growing." *Forbes*, 25 marzo 2021. <https://www.forbes.com/sites/forrester/2021/03/25/the-162-billion-design-industry-wont-stop-growing/>.

improbabile, e ancor meno probabile è la possibilità che il designer, da solo o in un team, intraprenda un'azione del genere. Il potere del design è sotto gli occhi di tutti: il progetto ha effettivamente cambiato il volto del nostro pianeta, il nostro modo di concepirlo e di esistere al suo interno. Il design è davvero «una delle forze più potenti nelle nostre vite,» come sostiene Alice Rawsthorn.¹⁸ Ma il fatto che il design sia potente non implica necessariamente che lo siano anche i designer.

Questo sembra essere vero sia per il designer ordinario, che si tratti di un solitario progettista di provincia o di un dipendente aziendale, sia per il venerato maestro. Nel 2004 Enzo Mari pubblicò sulla rivista di architettura *Domus* un annuncio a pagamento che recitava: «Progettista di grande esperienza e di riconosciuta qualità / cerca disperatamente / non solo per sé / GIOVANE IMPRENDITORE.» Mari lo fece per sottolineare il fatto che, nel suo settore, colui che realmente rende le cose possibili è l'imprenditore.¹⁹

18. Rawsthorn citata da Steven Heller. "Design Is One of the Most Powerful Forces in Our Lives." *The Atlantic*, 13 marzo 2014. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/03/design-is-one-of-the-most-powerful-forces-in-our-lives/284388/>. La dichiarazione della critica britannica è inconsciamente ma opportunamente simile alla frase di apertura del libro del 1971 di Haug sull'estetica delle merci: «L'estetica della merce è una delle forze più potenti della società capitalista.» Wolfgang Fritz Haug. *Critique of Commodity Aesthetics: Appearance, Sexuality, and Advertising in Capitalist Society*. Cambridge, Regno Unito: Polity Press, 1986, p. 10.

19. Enzo Mari. "Inserzione a Pagamento." *Domus*, aprile 2004. Vale la pena sottolineare che Mari aveva ancora un'idea piuttosto romantica dell'impatto del design. Dall'annuncio: «Un buon progetto richiede l'alleanza

In più di un'occasione, Don Norman ha sollevato dubbi sulla celebre affermazione di Victor Papanek secondo cui «ci sono professioni più dannose del design industriale, ma sono veramente poche.» Secondo Norman, il motto è «benintenzionato ma sbagliato: [Papanek] dà troppo credito ai designer che, in generale, sono troppo in basso nella piramide del potere per fare la differenza.» Norman aggiunge: «i designer di allora (e di oggi) sono servi dei loro padroni: i loro clienti o datori di lavoro. Il design è uno strumento dell'industria, e poiché l'industria non paga per le esternalità, non si preoccupa minimamente di distruggere l'ambiente mentre scava in cerca di materie e produce o smaltisce sostanze velenose.»²⁰ Il tema viene ripreso da John Maeda, star del design che ha reso popolare l'idea di azienda *design-led* («guidata dal design»). Nel 2019, Maeda ha rilasciato una dichiarazione che fa riflettere: «in realtà il design non è così importante.» Ecco il suo ragionamento: «sappiamo che i tecnici sono al comando del mondo: possono approvare le *pull request* propagando immediatamente il codice ed è così che si verificano cose giuste o sbagliate.» I designer, lungi dall'essere al centro del processo progettuale, vi sono invece subordinati. Sarebbe un bene allora

appassionata di due persone: un soldato dell'utopia (il progettista) e una tigre del mondo reale (l'imprenditore). È sempre la tigre, se lo vuole, che consente la realizzazione di almeno un frammento di utopia. Oggi le tigri sembrano estinte.» Qui, Mari non ha considerato l'idea che la tigre del mondo reale, l'imprenditore, potrebbe essere ingabbiata negli imperativi economici.

20. Don Norman. Email rivolte alla mailing list PhD-Design, 9 agosto 2020 e 18 marzo 2021.

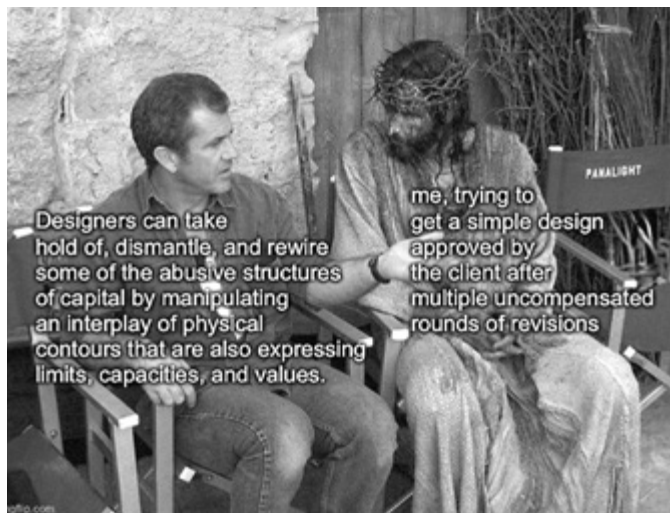
cambiare le cose? Non secondo Maeda, il quale ritiene che le aziende guidate dai designer possano ottenere risonanza tra un pubblico di intenditori del design, ma che la loro struttura tecnica potrebbe essere fragile, portando infine al fallimento.²¹ Massimo Vignelli, intervistato insieme alla moglie Lella da Barbara Radice, aggiunge una sfumatura di moralismo a questa visione deterministica – subito dopo essersi vantato della sua Rolls-Royce:

[Trasformare la società] è sempre stata la nostra utopia, il sogno dell'Unimark, la ragione per cui siamo andati in America. Finché ci siamo resi conto che invece il design non può trasformare la società ma che è la società che determina il design. Non c'è niente da fare. Ogni società ha il design che si merita.²²

In che misura, dunque, i designer possono realmente infondere le proprie intenzioni nei loro progetti e, di conseguenza, nel mondo? Innanzitutto, Winner ci ricorda che il margine di manovra per modificare un artefatto è maggiore quando la sua tipologia viene introdotta per la prima volta: dopo quella fase, la sua malleabilità diminuisce e l'artefatto si stabilizza. Ma non a tutti i designer è concesso di essere dei pionieri. La maggior parte di loro è destinata a lavorare con tipologie di prodotto

21. Katharine Schwab. "John Maeda: 'In Reality, Design Is Not That Important.'" *Fast Company*, 15 marzo 2019. <https://www.fastcompany.com/90320120/john-maeda-in-reality-design-is-not-that-important>.

22. Massimo Vignelli e Lella Vignelli. "Emigranti di lusso." Intervista di Barbara Radice. *Modo*, marzo 1981, p. 21. Ringrazio Michele Galluzzo per questa fonte.



@ethicaldesign69 (2021). Il meme è una risposta sarcastica a un'affermazione di Keller Easterling, rappresentata a sinistra.

consolidate, come il rasoio. In secondo luogo, conta la posizione effettiva del designer nella gerarchia di un'organizzazione: generalmente troppo bassa, secondo Norman. E si può presumere che, più grande è la struttura della piramide, più difficile è arrivare ai vertici.

IL FATTORE UMANO

Questi resoconti sul potere del design, privi di qualsiasi traccia di "agentività" o libero arbitrio, possono risultare deprimenti nel loro determinismo. Lo storico del design John Heskett offre un punto di vista alternativo:

Che siano eseguiti bene o male (secondo qualsiasi criterio ciò venga giudicato), i progetti non sono determinati da processi tecnologici, strutture sociali, sistemi economici o da qualsiasi altra fonte oggettiva. Derivano invece dalle decisioni e dalle scelte degli esseri umani. Sebbene l'influenza del contesto e delle circostanze possa essere considerevole, il fattore umano è presente nelle decisioni prese a tutti i livelli della pratica progettuale. Dalla scelta deriva la responsabilità. La scelta implica alternative su come gli obiettivi possano essere raggiunti, per quali scopi e a vantaggio di chi. Ciò significa che il design non riguarda solo le decisioni iniziali o i concept dei designer, ma anche come questi vengono implementati e con quali mezzi possiamo valutare i loro effetti e benefici.²³

23. John Heskett. *Design: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2005, pp. 5-6.

Heskett prende in considerazione la moltitudine di scelte compiute durante l'attività progettuale. Queste scelte, come abbiamo visto, sono solo parzialmente prese dai designer. Il «fattore umano» in queste decisioni è il motivo per cui non dovremmo ritenere questo processo decisionale lineare e logico, bensì influenzato dal temperamento, dall'irrazionalità e dal caso. A partire dal moto browniano di tutte le particelle coinvolte (ovvero chi prende decisioni) su scala microscopica, emerge una direzione su scala macroscopica. Alcune decisioni, tuttavia, sono più *decisive* di altre. Ma chi le prende?, si chiede Maldonado, interrogandosi sui «requisiti necessari per trasformare la Progettazione in Rivoluzione; quali siano le strutture di potere, esistenti o future, che devono delegare ai progettisti la responsabilità di mutare radicalmente tutte le strutture tecniche dell'ambiente umano, in un'operazione a scala planetaria.»²⁴ Anthony Masure, responsabile della ricerca presso l'Università di Arte e Design di Ginevra, ha una risposta:

Non sono un pessimista, ma penso che i designer abbiano poco potere. Penso che un policy maker, per esempio, abbia un impatto molto maggiore sulla società. La domanda è perché siamo arrivati a questo punto. Penso che sia un problema, ed è anche colpa dei designer. La maggior parte ha ceduto il potere ai *decision-maker*. I designer raramente scelgono di ricoprire queste posizioni decisionali... In Francia, per esempio, troveremo relativamente pochi designer che creano imprese.

24. Maldonado, *La speranza progettuale*, op. cit., pp. 57-8.

Ovviamente troveremo designer nelle aziende, ma sono pochi quelli che portano avanti progetti da zero, che li avviano o che si uniscono come soci e non come esecutori.²⁵

Masure tende a idealizzare il policy maker come la figura le cui decisioni contano di più. Tale idealizzazione non è rara. Qui possiamo riconoscere in modo obliquo l'impulso "sintetico" a determinare i processi inferiori, tra cui il design. Come possono i designer diventare autentici decision-maker? Una possibilità sta nel diventare imprenditori, ovvero tenere le redini decisionali di un progetto nella sua interezza. Negli anni '70, Victor Papanek utilizzò il caso dei designer-imprenditori come prova per demistificare il «mito della mancanza di comando del progettista»: pur controllando ogni aspetto del design, della produzione e del marketing, i cattivi prodotti che andavano progettando erano una dimostrazione, sebbene negativa, del potere decisionale del design.²⁶ Sia il designer come imprenditore che il designer come policy maker tradiscono un atteggiamento isolazionista: un'immagine tecnocratica del processo decisionale che nasconde, ancora una volta, la sua dimensione caotica, conflittuale e plurale: la sua politica. Ovviamente, il controllo totale non esiste. La somma di tutte le decisioni prese da manager, ingegneri, clienti, competitor, ecc. fornisce solo una sintesi fragile e provvisoria. Dunque, la sintesi non è tanto il "prodotto" che il designer può offrire, quanto la qualità emergente

25. Anthony Masure intervistato da Karl Pineau, agosto 2019. https://livre-ethique-numerique.designersethiques.org/content/interviews/interview-anthony_masure.html.

26. Papanek, *op. cit.*, p. 183.

di una serie di forze politiche in collisione. Il libero arbitrio esiste, ma essendo plurale, porta a risultati indeterminati.

POSTPARTO

Nel 1993 Adam Richardson riconobbe non solo la mancanza di controllo da parte dei designer, ma anche la loro riluttanza ad ammetterlo. Nello specifico, notò una crisi di identità nei designer industriali dovuta al fatto che «non fanno quello che generalmente dicono di fare. Cioè, hanno molto meno controllo sul processo di sviluppo del prodotto di quanto la retorica comune faccia credere. Inoltre, non è ben chiaro come gli utenti e le culture rispondano ai prodotti che i designer contribuiscono a creare.» Richardson individuò due limiti specifici nel modo in cui l'impatto del design viene concettualizzato. Il primo riguardava la capacità del designer di influenzare il risultato del processo di design, ossia l'artefatto. Il secondo, invece, coinvolgeva la capacità di un artefatto di trasformare *direttamente* la cultura e di farlo nel modo originariamente previsto dal designer. Questo secondo limite si fonda su basi semiotiche: ispirandosi a Roland Barthes, Richardson sosteneva che ciascun utente interpreta il prodotto in modo diverso, e che la cultura condivisa influisce su questa interpretazione molto più delle intenzioni del designer: «l'interazione cultura-prodotto è un'attività postparto, per così dire, un'attività che avviene dopo la produzione effettiva.» Riferendosi a due distinte "morti" barthesiane del designer, Richardson dimostrò come l'impressione di controllo da parte del designer sia illusoria:

La questione qui è quella del controllo, o meglio, l'illusione di averlo quando in realtà è nelle mani di altri. Nel caso della prima morte, i designer lavorano come se se avessero il controllo sul prodotto una volta entrato nel luogo di utilizzo sebbene, come abbiamo visto, non sia così. Con la seconda morte, i designer sono principalmente spettatori passivi quando si tratta di decidere inizialmente la funzione dei prodotti, e convenientemente insabbiano questo fatto affermando: "L'ho progettato io."²⁷

La prima illusione, quella di controllare il significato e l'interpretazione, è particolarmente presente nel campo del graphic design, dove, nella maggior parte dei casi, è molto difficile – se non impossibile – decifrare le culture che assimilano i segni. Di conseguenza, gli *scopi* culturali diventano prioritari rispetto ai *risultati* culturali. La qualità di un progetto tende pericolosamente ad allinearsi con le sue (buone) intenzioni. Questo porta a un "moralismo delle cose" che trova un esempio emblematico nell'irrilevanza dei concorsi per manifesti indetti con finalità sociali. Piuttosto che "educare il pubblico," questi concorsi sembrano svolgere un'altra funzione: sancire la distanza culturale e morale che separa i designer dagli utenti.

Soprattutto a partire dagli anni '90 ha preso piede una nuova idea del ruolo del design: l'idea che il design non riguardi solo oggetti o servizi che arrivano sul mercato, ma progetti che agiscono

27. Adam Richardson. "The Death of the Designer." *Design Issues* 9, n. 2 (1993): 34. <https://doi.org/10.2307/1511672>, p. 41.

come dispositivi retorici, artefatti o scenari volti a dimostrare qualcosa o a mobilitare visioni del mondo contrastanti. Questi output progettuali mirano a far riflettere e alimentare discussioni su temi rilevanti, forse persino a cambiare il punto di vista delle persone. Questi prodotti (che siano congegni speculativi o film di finzione) non appartengono alla vita quotidiana degli utenti, bensì vi svolgono un ruolo a parte: fungono da commentario. Questo è ciò che Bruce e Stephanie Tharp chiamano in senso lato «design discorsivo.»²⁸ Il quadro generale che propongono si concentra più sull'intenzione che sul risultato di un'opera di design. Il critico di design Francisco Laranjo mette in evidenza come diano maggior peso all'intenzionalità rispetto al risultato. Riferendosi allo *Speculative Design*, nota come alcuni aspetti chiave della progettazione, ugualmente applicabili al campo del graphic design, del product design e dell'interaction design, non provochino altro che «una discussione fine a se stessa, riducendo il “dibattito” a una semplice menzione su un comunicato stampa, un giornale, un blog di design.»²⁹

28. Bruce Tharp e Stephanie Tharp. “The 4 Fields of Industrial Design.” *Core77*, 5 gennaio 2009. <https://www.core77.com/posts/12232/The-4-Fields-of-Industrial-Design-No-not-furniture-trans-consumer-electronics-n-toys-by-Bruce-M-Tharp-and-Stephanie-M-Tharp>. Vedi anche Anthony Dunne e Fiona Raby. *Dunne & Raby*, 2009. <http://dunneandraby.co.uk/content/bydandr/36/0>. Tornerò su queste correnti nei capitoli 6 e 7 per proporre una teoria della loro popolarità.

29. Francisco Laranjo. “We Don’t Need Speculative Design Education, Just Better Design Education.” *SpeculativeEdu*, 17 novembre 2020. <https://speculativeedu.eu/view-francisco-laranjo/>.



Tweet di Billy Fleming (2021).



Questa insularità mediatica è il sintomo di una svolta eccessivamente umanistica del design. In tale contesto, la produzione testuale del design speculativo è più ampia e più importante della sua controparte artefattuale, sollevando il sospetto che l'artefatto non sia nemmeno necessario per la presunta generazione di dibattito. Per Daniel van der Velden, è proprio l'idea stessa di dibattito che, nell'era delle piattaforme, vacilla:

La struttura che emerge dalla fusione di queste tecnologie e piattaforme tra di loro e con il mondo rende l'idea di avere un "dibattito" inadeguata e pittoresca, soprattutto dal momento che la maggior parte delle parole è in ritardo rispetto all'assenza di norme che è la forza di governo *de facto* di questa struttura. Nel divorare il reale tramite l'indicizzazione, la tassonomia e l'ottimizzazione, le piattaforme tecnologiche pre-possiedono le nostre critiche nei loro confronti, il che significa che la nostra soggettività e i "dibattiti" sono completamente pre-inclusi, pre-implicati nei loro stessi modelli e dinamiche.³⁰

RIBALTARE IL TAVOLO

Nell'ultimo decennio i designer che lavorano con e per le aziende, specialmente nel campo della User Experience, hanno reclamato insistentemente un "posto al tavolo," chiedendo di presenziare in quello che considerano il vero luogo in cui si prendono le decisioni. Eppure, l'idea del posto al tavolo

30. Daniel van der Velden. "Lyrical Design." In de Vet, *op. cit.*, p. 58.

delle decisioni può essere vista come una teoria del potere a sé stante, non dissimile da quella proposta da Carl Schmitt. Secondo il giurista tedesco, il potere si affida sempre a degli esperti: un re dipende, in una certa misura, dai suoi consiglieri.³¹ Qui, il potere coincide con *l'accesso al luogo del potere*.

Chiaramente, richiedere un posto implica la sua attuale assenza. La preoccupazione del design per il processo decisionale può essere letta come una manifestazione della sua relativa impotenza: chi ha potere non lo chiede. Non tutti, però, sono d'accordo. Secondo Evan Osherow, i designer stanno gradualmente ottenendo quella tanto ambita sedia da ufficio:

Ora abbiamo i chief product officer (CPO). Il McKinsey Design Index è una metrica d'uso comune che mostra il valore commerciale del design. E si prevede che la domanda di UX designer continui a crescere.³²

In altre parole, il design è un fattore di crescita aziendale, i designer hanno titoli (e stipendi) altisonanti e la richiesta per il loro impiego è in crescita. Questa prospettiva è condivisa da Kate Aronowitz di Google Ventures: «stiamo prendendo decisioni strategiche chiave e contribuendo a definire la direzione delle aziende. Siamo arrivati qui perché abbiamo dimostrato che il design può risolvere

31. Carl Schmitt. *Dialogo sul potere*. Milano: Adelphi, 2012.

32. Evan Osherow. "Designers, Stop Asking for a 'Seat at the Table.'" *UX Collective* (blog), 7 marzo 2020. <https://uxdesign.cc/designers-stop-asking-for-a-seat-at-the-table-4ab933d7037f>.

grandi problemi, in un modo che non riesce ad altri.»³³ Daniel Burka mette in discussione queste equivalenze con una rara franchezza:

Siamo onesti. Nel 2020, in alcune aziende i designer guadagnano molto, hanno titoli che suonano importanti e vengono invitati al tavolo dei leader. Ma anche nelle aziende enormi con famosi team di design, il design perde molte battaglie cruciali quando si tratta di creare buone esperienze utente. Abbiamo raggiunto salari da 300.000 dollari, ma abbiamo poco potere in confronto. A cosa serve guidare una BMW se non possiamo creare buoni prodotti per i nostri utenti?³⁴

Sembrerebbe che l'autorità del designer sia riconosciuta e remunerata finché si allinea con gli obiettivi dell'azienda. In altre parole, i bonus elevati e i vantaggi, più che una manifestazione del potere del design, sono una prova dell'acquiescenza o persino della complicità dei designer con la causa aziendale.

E se invece il potere all'interno di un'organizzazione non coincidesse con l'autorità e il prestigio che essa concede? E se avere potere non significasse solo avere la possibilità di partecipare

33. Aronowitz citata da Katharine Schwab. "Take The Survey: Do Designers Have A Seat At The Table?" *Fast Company*, 25 aprile 2018. <https://www.fastcompany.com/90169455/take-the-survey-do-designers-have-a-seat-at-the-table>.

34. Daniel Burka. "Mission Accomplished? The Hard Work of Design Is Still Ahead of Us." *Thinking Design* (blog), 9 luglio 2020. <https://medium.com/thinking-design/mission-accomplished-the-hard-work-of-design-is-still-ahead-of-us-a4e47e5a0c8c>.

alle conversazioni che portano alle decisioni, ma anche di *opporsi* del tutto a esse? Una concezione di potere di questo genere è intrinsecamente conflittuale, agonistica, se non addirittura antagonista. Il potere è sempre belligerante? Il vero potere è forse il potere di veto? In una conversazione su Twitter, l'utente @maetl ha ironizzato:

Per anni, nelle discussioni sulla leadership nel design, si è insistito sulla “necessità per il design di avere un posto al tavolo” nelle organizzazioni e nella governance. A posteriori, appare chiaro che tutto ciò non aveva senso: la vera questione avrebbe dovuto essere quella di ribaltare il tavolo.³⁵

OCCUPARE, SMANTELLARE, RIPROGRAMMARE

Rivendicando il potere del design attraverso formulazioni intricate, alcuni accademici finiscono per generare un senso di distacco in chi invece il design lo pratica. Sintomatico di questo approccio è l'ultimo libro dell'urbanista Keller Easterling, intitolato *Medium Design*. Qui, l'attività progettuale si estende fino a includere l'attivismo, la politica e l'organizzazione degli spazi. Una citazione tratta da un articolo che riassume l'argomentazione del libro ha provocato un piccolo trambusto sui social media:

I designer possono occupare, smantellare e riprogrammare alcune delle strutture abusive

35. <https://twitter.com/maetl/status/1432190569854345216>.

del capitale manipolando un'interazione reciproca di contorni fisici che sono anche espressione dei limiti, delle capacità e dei valori.³⁶

Di tutta risposta, l'account Twitter di meme @ethical-design69,³⁷ che può essere considerato la voce pubblica più inventiva della disillusione nel design, ha abbinato la citazione alla frase «io che cerco di far approvare una semplice proposta dal cliente dopo molteplici revisioni non retribuite» utilizzando un template raccapricciante tratto dal backstage della *Passione di Cristo* di Mel Gibson. Il meme è diventato relativamente virale.

Nonostante la formulazione astrusa, l'affermazione di Easterling ha senso. Le strutture capitalistiche abusive possono essere arginate e trasformate. I designer sono effettivamente in grado di intervenire. Il problema qui non è di veridicità, ma di retorica: la sua è una dichiarazione altisonante che – se siamo onesti con noi stessi – può solo farci sentire piuttosto piccini. Il registro della citazione non corrisponde a quello della vita quotidiana, a meno che la vita in questione non sia fatta principalmente di conferenze di design. Il meme, dunque, trae la sua forza dal divario che separa le aspettative dalla realtà.

Un altro meme sovverte l'affermazione di Keller Easterling. Qui vediamo il Canale di Suez bloccato da una colossale nave portacontainer (che rappresenta il Capitale), mentre una piccola scavatrice

36. Keller Easterling. "On Political Temperament." *The Double Negative*, 18 gennaio 2021. <http://www.thedouble-negative.co.uk/2021/01/on-political-temperament-keller-easterling/>.

37. Al tempo @neurotic_arsehole.

(il design) è stata inviata a liberarla. L'allegoria avrebbe potuto servire come illustrazione per la recensione di Kevin Rogan sul libro di Easterling: «Il medium designer non esiste e non esisterà mai; il capitale esegue il piano e il designer deve seguire il ritmo come ha sempre fatto.» Secondo Rogan, il medium designer è una finzione teorica che, più che contribuire al campo dell'architettura, serve a rafforzare la posizione dell'autrice.³⁸

A chi dare ragione? Sembra che le idee sul potere del design siano più una questione di atteggiamento che di analisi: una questione di ottimismo. Sono note le seguenti parole di Antonio Gramsci: «Sono un pessimista a causa dell'intelligenza, ma un ottimista per volontà.» Il caso descritto genera un peculiare ribaltamento delle parti: infondere ottimismo nell'intelligenza, come fanno spesso accademici e progettisti, inconsapevolmente produce un pessimismo della volontà.

IL DESIGN E IL PIANO

Giunti a questo punto, è utile fare una distinzione. Secondo Arjun Appadurai, antropologo statunitense di origini indiane, le categorie di design e pianificazione hanno molto in comune: entrambe sono «antiche quanto l'umanità,» entrambe sono legate a una «inclinazione universale verso le utopie,» ed entrambe si rapportano alla «paura del disastro e dello sradicamento.» Ma presentano anche delle differenze: il design affonda le sue

38. Kevin Rogan. "Keller Easterling's Medium Design Ignores the Role of Power in Design." *The Architect's Newspaper*, 22 febbraio 2021. <https://www.archpaper.com/2021/02/keller-easterling-medium-design-review/>.

radici nell'esplosione dell'industria e nella crescita dei mercati, mentre la pianificazione è legata agli obiettivi e alle ambizioni dello stato. È così che Appadurai interpreta la separazione tra pianificazione e design:

La pianificazione riguarda gli scopi collettivi, i vantaggi a lungo termine e contesti più grandi del singolo prodotto, consumatore o famiglia. Rispetto al design, la pianificazione è più esplicitamente connessa con la sostenibilità sia sociale sia ambientale, e ha pertanto un rapporto di tipo regolativo con il design, così come il design ha un rapporto di questo genere con la moda.³⁹

Va riconosciuto che non è facile tracciare una distinzione essenziale tra progettare e pianificare. È allettante attribuire un valore sociale al piano e un valore tecnico al design, ma sarebbe un errore, poiché ogni decisione sociale è anche tecnica, in quanto «la tecnologia è la società resa durevole.»⁴⁰ Piuttosto, potremmo semplicemente postulare una relazione gerarchica: il piano domina sul design. In tal caso, è necessario aggiungere una componente politica, più evidente nella pianificazione che nel design. L'attuale piano generale non è nemmeno gestito da un'entità umana, ma dettato da quell'assemblaggio macchinico altamente dinamico che chiamiamo capitalismo.⁴¹ Entro questo scenario,

39. Arjun Appadurai. *Il futuro come fatto culturale*, Milano: Raffaello Cortina Editore, 2014, p. 366.

40. Bruno Latour. "Technology Is Society Made Durable." *The Sociological Review* 38, n. 1 (1 maggio 1990): 103–31. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1990.tb03350.x>.

41. «Nel raccogliere merci e persone da tutto il mondo, il

possiamo considerare il progettare e il pianificare rispettivamente in termini di tattica e strategia. Il piano non è il risultato cumulativo di vari progetti, ma la forza capace di selezionare alcuni di essi a discapito di altri. Il piano consiste in una strategia impersonale, mentre il design è una tattica personale. Secondo Michel de Certeau, le tattiche sono utilizzate da coloro che non possiedono una visione completa del campo strategico.⁴² Nel caso del design, non è la visione a mancare, ma i mezzi per intervenire nel campo percepito. Questa è la

capitalismo assume in sé le caratteristiche di un assemblaggio. Tuttavia, mi sembra che il capitalismo abbia *anche* le caratteristiche di una macchina, di un congegno che si limita alla somma delle sue parti. Questa macchina non è un'istituzione totale, dentro cui trascorriamo le nostre vite; piuttosto traduce diverse organizzazioni di vita, tramutando mondi in beni. Ma il capitalismo non ammette qualsiasi tipo di traduzione. L'assemblamento che sponsorizza non è aperto. Un esercito di tecnici e manager veglia per rimuovere parti in violazione – e con il potere di tribunali e armi. Questo non significa che la macchina abbia una forma statica.» Anna Lowenhaupt Tsing. *Il fungo alla fine del mondo. La possibilità di vivere nelle rovine del capitalismo*. Rovereto: Keller, 2021, pp. 200-1.

42. Nello sviluppo delle nuove tecnologie, Langdon Winner individua due tipi di decisioni. La prima consiste in una scelta binaria: tale tecnologia dovrebbe essere sviluppata in primo luogo? Sì o no. La seconda riguarda il modo in cui tale tecnologia dovrebbe essere sviluppata. La prima decisione di norma sta al di fuori dell'area di competenza dei designer, mentre la seconda rientra nelle loro preoccupazioni: ai designer non viene chiesto se qualcosa dovrebbe essere fatto o meno, ma *come* tale cosa dovrebbe essere fatta. La prima questione riguarda il piano, che può essere nelle mani di autorità differenti come l'azienda o lo stato; la seconda riguarda il design, che può essere, fino a un certo punto, nelle mani del designer, a meno che il designer non operi attivamente per ostacolare il piano. Winner, *op. cit.*, p. 127.

tragica condizione del design: vedere il campo, ma non essere in grado di modificarlo.

Eccoci ora pronti a fornire una lettura relazionale del potere del design: i designer possono esercitare una certa influenza sul *design*, ma generalmente hanno poco o nessun controllo sul *piano*. Poiché il piano governa il design strutturandone il campo d'azione,⁴³ è intrinsecamente immutabile dal design; anzi, il design è prodotto e funzione del piano. Se il design è una pedina, il piano è la scacchiera. Il piano, come afferma Appadurai, «limit[a] l'infinità» del design.⁴⁴ Per cambiare il piano, il design non può rimanere design. Deve entrare nel regno caotico dell'agonismo e dell'antagonismo. Quello del piano è uno "spazio scomodo" dove l'azione diventa prassi, che si manifesti sotto forma di attivismo, protesta, rivolta, ecc. In altre parole, il design deve transustanziarsi in un contropiano, che a sua volta genererà nuovi progetti.

Il designer che ordisce un contropiano non è, nel farlo, un designer: può essere un cittadino, un politico, un terrorista, un attivista, un lobbista, ecc., insomma un attore politico. Diventa di nuovo un designer solo quando implementa il piano tramite il design. Cercare di impadronirsi del piano significa mettere da parte la propria professione. Maldonado era interessato a come cambiare il mondo senza cambiare il proprio lavoro.⁴⁵ La relazione tra il piano e il design suggerisce che per

43. Qui prendo in prestito la nozione di governamentalità di Michel Foucault. Per una breve introduzione al tema vedi <https://en.wikipedia.org/wiki/Governmentality>.

44. Appadurai, *op. cit.*, p. 361.

45. Maldonado, *La speranza progettuale*, *op. cit.*, p. 124.

farlo sia necessario trascendere la professione, poiché la professione è governata dal piano.

DEVO FARLO, MA NON POSSO FARLO

I designer raramente esercitano il potere come una forma diretta di comando (le istruzioni che formulano come progetti, prototipi, ecc. sono sempre soggette a negoziazione e alla decisione finale del cliente), quindi spesso parlano del loro potere indirettamente, come conseguenza. La parola chiave è “responsabilità”. In effetti, l’eredità aforistica più memorabile dello zio di Spiderman, cioè che «da un grande potere derivano grandi responsabilità,» riecheggia frequentemente durante gli eventi pubblici sul design. Qui, responsabilità implica potere. Pertanto, una retorica della responsabilità può essere intesa come una forma di “segnalazione di potere,” o addirittura come *hero bait* («esca per eroi»)⁴⁶. Negli anni ’70, il filosofo tedesco Wolfgang Fritz Haug attribuiva un’«illusione esagerata di valore d’uso» alle merci,⁴⁷ ma lo stesso si può dire del campo del design nella sua interezza. Consideriamo *Ruined by Design* del designer Mike Monteiro. Monteiro apre il suo libro sull’etica del design con la seguente affermazione:

46. «Anche se i libri che promuovono sono probabilmente più sfaccettati, le loro rivendicazioni sono ormai ridotte a mera promessa di potere, scollata da qualsiasi limite o dubbio. Chiamiamole “esche per eroi” – inviti a interpretare il ruolo di salvatore, accuratamente progettati per un designer che si sente incastrato alla sua scrivania a fare progetti privi di significato.» Gijs de Boer. “Between Fox Traps and Hero Bait.” *Design Drafts*, n. 1 (2023).

47. Haug, *op. cit.*, p. 36.



Il design è un mestiere di responsabilità. La responsabilità di aiutare a creare un mondo migliore per tutti. Il design è anche un mestiere macchiato di sangue. Ogni pubblicità di sigarette pesa su di noi. Ogni arma pesa su di noi. Ogni scheda elettorale che un elettore non riesce a comprendere, pesa su di noi.⁴⁸

Chi sarebbe questo “noi”? Non è molto chiaro, poiché l'autore, seguendo Jared Spools, afferma che «è designer chiunque influenzi ciò che ne è del progetto.»⁴⁹ Una tale generalizzazione evita di trattare la questione fondamentale del potere specifico detenuto o meno dal design, giustificando gli esempi di bene e male che l'autore presenta nel libro: quasi nessuno di essi riguarda i designer in senso stretto.⁵⁰ Pertanto, l'appello di Monteiro a una condotta etica è un appello generico, che nasconde sotto il tappeto gerarchie e rapporti di autorità. Potrebbe persino essere letto come un modo per compiacere i lettori, investendoli di una potenza che loro (individualmente, come designer) non possiedono. Non a caso la soluzione proposta dall'autore quando l'azienda per cui il designer lavora è irrimediabilmente corrotta, è quella di licenziarsi.

Questo è un esempio piuttosto comune di autoesaltazione tramite eccesso di responsabilità,

48. Mike Monteiro. *Ruined by Design: How Designers Destroyed the World, and What We Can Do to Fix It*. San Francisco, CA: Mule Design, 2019.

49. <https://twitter.com/jmspool/status/836955987860914176>.

50. Tra i casi virtuosi: una dottoressa che ferma la distribuzione di un antidolorifico con effetti collaterali enormi; tra le infamie, la complicità di un ingegnere nello scandalo delle emissioni della Volkswagen del 2015.

una narrazione idealizzata che vede il design più come un quadro morale individuale che come una filosofia pratica. La logica è simile a quella del consumo etico, dove la centralità dell'etica individuale compensa la posizione subordinata dell'utente. Indubbiamente il designer influisce sul mondo con il proprio lavoro e le proprie scelte, ma ciò avviene generalmente in modi poco spettacolari che non meriterebbero di figurare nello Spiderverso. Inoltre la maggior parte dei designer concorda sul fatto che la qualità del loro lavoro dipenda unicamente dalle concessioni del cliente.⁵¹

Studiando le cause della schizofrenia, Gregory Bateson e i suoi colleghi svilupparono il concetto di doppio vincolo. Esso si verifica quando una figura autorevole impartisce un'ingiunzione al soggetto, esprimendo implicitamente una seconda richiesta che contraddice la prima: «Se acconsenti, sbagli; se non acconsenti, sbagli lo stesso.»⁵² Nel nostro caso, l'ingiunzione primaria è quella di progettare in modo etico, mentre la seconda è legata alle esigenze quotidiane del lavoro che non lasciano spazio a nessun tipo di considerazione etica. Il risultato è che «il soggetto si trova in bilico tra due scelte inconciliabili, in modo che qualunque richiesta cerchi di soddisfare, l'altra richiesta non può essere soddisfatta. “Devo farlo, ma non posso farlo” è

51. Da *Graphic Designers Surveyed*, alla domanda «è vero che i tuoi progetti sono buoni solo nella misura in cui il tuo cliente ti permette che lo siano?» il 62% degli intervistati ha risposto affermativamente, *op. cit.*, p. 288.

52. Gregory Bateson, Don D. Jackson, Jay Haley e John Weakland. “Toward a Theory of Schizophrenia.” *Behavioral Science* 1, no. 4 (1956): 251–64. <https://doi.org/10.1002/bs.3830010402>.

una tipica descrizione dell'esperienza del doppio legame.»⁵³ Da un lato, ai designer viene detto che il loro lavoro ha un impatto profondo e terribile sulla società; dall'altro, la società li utilizza come «meri esecutori di decisioni strategiche prese molto prima che fossero assunti.»⁵⁴ Per comprendere la disillusione del design in questo contesto, possiamo fare uso dell'*Expectation Confirmation Theory* o ECT («teoria della conferma delle aspettative»): la nostra soddisfazione rispetto a un prodotto o servizio non è assoluta, ma relativa a ciò che ci aspettiamo da esso; un prodotto è buono quando supera positivamente le nostre aspettative.⁵⁵ Quindi, se la nostra aspettativa come designer è quella di salvare il mondo, restiamo delusi quando tutto ciò che ci viene chiesto di fare è ingrandire il logo.

L'agenzia Chermayeff & Geismar – che ha realizzato branding per compagnie petrolifere, banche e aziende farmaceutiche – spiega la sua visione della corporate identity come segue:

Quando creiamo un ottimo logo per un'organizzazione ambientalista, non pensiamo che stiamo salvando il pianeta. Allo stesso modo, non possiamo prenderci la responsabilità per le azioni “malvagie” delle aziende per le quali facciamo branding.⁵⁶

53. https://en.wikipedia.org/wiki/Double_bind.

54. Gerritzen e Lovink, *Made in China...*, op. cit., p. 57.

55. Vedi Richard L. Oliver. “Effect of Expectation and Disconfirmation on Postexposure Product Evaluations: An Alternative Interpretation.” *Journal of Applied Psychology* 62, no. 4 (1977): 480–86. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.62.4.480>.

56. Aaron Kenedi. “Marks Men: An Interview With Ivan Chermayeff, Tom Geismar, and Sagi Haviv of

Questa affermazione potrebbe apparire come un tentativo di negare la propria complicità, ma si potrebbe anche interpretare come una comprensione sobria del potere del design. Uno studio che non ha mai lavorato con organizzazioni problematiche può davvero dirsi irrepreensibile? Se non gli è mai capitato di ricevere un brief eticamente discutibile, allora non ha dovuto confrontarsi con il dilemma di rifiutarlo. Una dimostrazione retorica di virtù non potrebbe dunque nascondere impotenza e distacco? Quando non c'è modo di "macchiarsi di peccato," il tema responsabilità rischia di diventare una forma indiretta di autocelebrazione.

Uno dei maggiori problemi della responsabilità è che è difficile da affibbiare. Il filosofo Vilém Flusser lo capiva bene:

La divisione del lavoro conduce all'impossibilità di attribuire responsabilità a ognuna delle singole persone coinvolte nel processo. Se un robot uccide, chi sarà ritenuto responsabile: il designer del robot, quello del coltello [impugnato dal robot], o l'uomo che ha programmato il software del robot? Non è possibile ascrivere una responsabilità etica a un qualche errore nel design, nella programmazione o nella produzione. Perché allora non attribuire la responsabilità etica all'industria che ha prodotto il robot, o all'intero complesso industriale, o infine all'intero sistema di cui quel complesso fa parte?

Chermayeff & Geism." *Print*, 14 settembre 2011. <https://www.printmag.com/designer-interviews/marks-men-an-interview-with-ivan-chermayeff-tom-geismar-and-sagi-haviv-of-chermayeff-geismar/>.

Pur riconoscendo la difficoltà di concepire un'etica del design, Flusser ne affermava la necessità: «a meno che non venga elaborata una sorta di etica nel design industriale, quello che seguirà sarà la totale irresponsabilità etica.»⁵⁷

ETICA DEL DESIGN? NO GRAZIE!

In una conferenza tenuta all'IxDA Budapest nel 2020, il designer Cade Diehm mette in discussione quegli inquadramenti etici del design che vedono i mali di una tecnologia come il risultato diretto delle decisioni prese da un designer o da un team di design. I progettisti che adottano tali framework insistono sulla responsabilità di valutare le proprie motivazioni rispetto a ciò che scelgono di costruire.⁵⁸ Il limite di questo approccio deriva, secondo Diehm, dal suo affidamento a nozioni opinabili di consenso e inclusione. Dare rilievo al consenso significa coinvolgere gli utenti nel processo decisionale, ma il consenso informato, anche quando supportato da un'interfaccia utente impeccabile, «si sgretola su larga scala»: ci sono semplicemente troppi sistemi interrelati, ognuno con le proprie complessità legali e tecniche (come i termini di servizio e le impostazioni sulla privacy) da prendere in considerazione. Allo stesso modo, la nozione di inclusione relativa a un certo tipo di tecnologia non tiene conto del reale potere politico necessario per poterla all'occorrenza disattivare.

57. Vilém Flusser. "Ethics in Industrial Design?", 20 marzo 1991. Trascrizione di un discorso fatto durante un simposio a Eindhoven.

58. <https://vimeo.com/483988793>.

Diehm prende a esempio la raccolta di dati biometrici. Mentre la prospettiva inclusiva si è concentrata su questioni di rappresentazione (ovvero, il pregiudizio razziale dei sistemi di riconoscimento facciale), le proteste di Hong Kong del 2019 ne hanno mostrato il fallimento. L'unico modo per i manifestanti di sfuggire alla sorveglianza era quello di ricorrere a un atto di sabotaggio in stile luddista: abbattere i pali dotati di telecamere e sensori di sorveglianza. Sembra, quindi, che "agentività" e potere siano più concreti quando espressi negativamente: il potere, in tal senso, è il potere di impedire qualcosa, la capacità di *non* compiere una determinata azione.

Per Diehm, l'etica del design è una forma di riduzionismo «che permette ai designer che il loro lavoro non venga sottoposto a scrutinio.» È una risposta semplificata alle domande difficili di Flusser. Analogamente all'idea di Guy Julier del design come lassativo,⁵⁹ Diehm vede la tecnologia come un «accelerante» che metastatizza i problemi sociali tramite soluzioni rapide le quali, controintuitivamente, *frenano* il cambiamento. Per questa ragione ci invita a rifiutare l'immagine seducente dell'etica del design, in quanto dissimula le traiettorie seguite dai designer, consciamente o meno.⁶⁰

59. Julier, *op. cit.*, p. 174.

60. Allo stesso modo, Susanne Bødker e Morten Kyng contestano l'attenzione eccessiva all'etica nel campo del Participatory Design: «Riteniamo che le questioni su come i ricercatori dovrebbero comportarsi, ovvero le questioni etiche, siano importanti. Allo stesso tempo, riteniamo problematico che la politica sia stata ridotta a come i ricercatori dovrebbero comportarsi e agire in modo equo nel coinvolgimento dei partecipanti a un progetto. Sosteniamo che la politica sia qualcosa di più che correttezza

RAGAZZACCI

In un momento storico in cui la modernità rivela tragicamente i suoi limiti, l'enfasi dei designer sulla responsabilità e sull'etica è sempre più legata alla colpevolezza del design. I designer hanno riesumato il *confiteor*: “*mea culpa*,” recitano. L'organizzazione internazionale What Design Can Do («Ciò che il design può fare»), nota per le sue iniziative di design sociale, esemplifica questo atteggiamento. «Sono stato un cattivo designer» è il motto della sua *No Waste Challenge* («Sfida contro lo spreco»). Qui, un gruppo di designer di fama internazionale e teorici del design di tutto il mondo confessa di aver contribuito agli sprechi e all'inquinamento, come ragazzini disubbidienti che si scusano per i loro dispetti.⁶¹ Sotto l'influsso del capitalismo, il design ha adottato un “nuovo spirito” che gli consente di far fruttare le critiche che riceve: il design assimila attivamente la responsabilità convertendola in una forma di sentimentalismo autoriflessivo associato al proprio senso etico.

Esiste un parallelo con il mondo della tecnologia. Una contronarrazione, conosciuta con il nome di *techlash*, si è formata attorno alle piattaforme digitali. Questa vulgata si oppone alla narrazione messianica della Big Tech amplificata dai media

ed eticità, e ipotizziamo che la tendenza a evitare conflitti profondi renda difficile per l'attuale Participatory Design impegnarsi in alcune delle aree più controverse, dove i ricercatori potrebbero davvero aiutare le persone schierandosi con loro.» Vedi “Participatory Design That Matters – Facing the Big Issues.” *ACM Transactions on Computer-Human Interaction* 25, n. 1 (13 febbraio 2018): 4:1-4:31. <https://doi.org/10.1145/3152421>, p. 9.

61. <https://www.whatdesigncando.com/stories/havent-we-all-been-bad-designers/>.

durante gli anni '10. È ora che gli errori commessi vengano riconosciuti. Nuove carriere costruite sull'evangelismo anti-tecnologico sono alimentate da atti di pubblica espiatione. L'ironia è che questa specie di evangelisti negativi sono spesso le stesse persone ai vertici della scala dell'élite professionale, ormai redente. Se è vero che, come sottolineano Beatriz Colomina e Mark Wigley, il design è sempre stato un progetto pedagogico e moralizzante, ora acquisisce il doppio ruolo di giudice e colpevole.⁶² In questo modo ha luogo una strana disassociazione, per cui il design agisce simultaneamente come forza buona e cattiva. Questa circolarità è perfettamente illustrata da una dichiarazione pronunciata in un documentario del canale franco-tedesco Arte intitolato, *ça va sans dire*, *The Power of Design*:

Molti designer oggi si trovano d'accordo su un fatto: che il design sia parzialmente responsabile dei nostri problemi attuali, e che le soluzioni di questi problemi debbano venire dal design.⁶³

POWER USER

L'amplificazione della potenza concessa dalla tecnica rende ancora più complessa la questione del potere. Come sottolinea Carl Schmitt, il potere supera colui che lo detiene, chiunque esso sia. Il potere è una forza autonoma, un Leviatano. Ciò di cui la maggior parte delle persone parla quando si

62. Colomina e Wigley, *op. cit.*, p. 77.

63. Reinhold Dettmer-Finke (regista). "The Power of Design." *Arte*, 2021.

riferisce al potere del design è in realtà il potere della tecnica, che è cresciuto immensamente dall'inizio della modernità ed è in gran parte indipendente dalla volontà delle persone che ne fanno uso. A seguito della divisione del lavoro, anche il designer più umile non può fare a meno di contribuire, perlomeno indirettamente, a imprese «devastanti». Ecco perché non dobbiamo confondere il potere autonomo e leviatanico della tecnica nella modernità (in termini spinoziani, *potentia*) con il potere indiretto detenuto dal designer (*potestas*), che ha a che fare con la prossimità al luogo del potere diretto.⁶⁴

Ho cominciato questo capitolo con un'analogia militare: un esercito di merci, plasmate dal progettista, che entrano nel mercato e cambiano drasticamente la vita dei consumatori. E se, per quanto riguarda il potere del design, fosse ancora così? I designer ordinari sono, dopotutto, anche consumatori: fotocamere reflex, mouse ergonomici, tazze Pantone, ecc. La maggior parte di questi oggetti – in particolare i dispositivi Apple – sono sia strumenti del mestiere sia il veicolo di una mitologia del buon design (che, come abbiamo visto, è ormai in declino). E se la moltitudine di designer fosse definita più dall'attrezzatura che possiede, calibrata sul proprio stile di vita, che dal lavoro concreto svolto con essa? Il MacBook potrebbe allora essere visto come la Ford T del designer ordinario: un prodotto con una massiccia presenza concreta e immaginativa, che diffonde il vangelo dell'impatto e della creatività. Da questo

64. Gilles Deleuze. *Spinoza: filosofia pratica*. Milano: Guerini e Associati, 1991, p. 121.

punto di vista, la cultura del design appare fortemente condizionata dalle dinamiche del prosumerismo, ovvero dalla sovrapposizione tra produzione e consumo. Sorge così un triste sospetto: per quanto si discuta del ruolo del design nella società, l'impatto su larga scala dei designer come coorte demografica potrebbe dipendere meno dal lavoro progettuale che svolgono e più dalle scelte di consumo che compiono: il laptop acquistato conta più del poster che realizzano con esso.

Ed è così che il potere diventa semplicemente un'idea di branding, un'idea sorprendentemente simile alla narrazione professionale del potere del design. La cultura progettuale è un prodotto da vendere? In un numero di *C Mag* dedicato al graphic design, i curatori Chris Lee e Ali S. Qadeer notano che uno dei principali modi in cui il design si relaziona al potere è attraverso l'offuscamento delle sue relazioni.⁶⁵ Si può sostenere che l'impianto generale del discorso sulla professione contribuisca a questo offuscamento, nascondendo le relazioni di potere in cui i designer stessi sono coinvolti. In alcuni casi, quindi, lasciare non solo un impiego, ma l'intera professione, diventa l'unica soluzione praticabile. Ciò dimostrerebbe che quando i designer non hanno potere *come designer*, potrebbero esercitarlo in quanto lavoratori e forse cittadini.

65. Chris Lee e Ali S. Qadeer. "Editorial." *C Mag*, 2019, p. 10.



Poster di Valerio Nicoletti (2023) che mostra la piramide di potere del design.

PARTE II

REALTÀ

CAPITOLO 5

LA FORMA
SEGUE IL FORMATO:
SEMI-AUTOMAZIONE
E PROFESSIONALISMO
CULTURALE

«Vedo il graphic design come un fenomeno nato negli anni '20 del Novecento e morto nel 2008. Non esiste più. E il motivo per cui non esiste più è che si è completamente infiltrato in ogni cosa.»

– Michael Rock, 2021¹

«Non sarebbe meglio se i siti web si facessero da soli?»

– The Grid, 2014²

«E se – udite udite – fossimo NOI gli arnesi del design?»

– @ktsuskin, 2019³

Sei sulla metro e ti guardi attorno: tutte queste persone col capo chino sullo smartphone... che stanno facendo? C'è una signora che chatta, un tipo che gioca distrattamente a Candy Crush, e poi ci sono questi ragazzi che producono contenuti visivi per social media come Instagram, WeChat, TikTok. Usando strumenti di editing piuttosto potenti creano composizioni, correggono i colori, scelgono font, includono animazioni e appiccicano sticker. In altre parole, *stanno facendo design*. E non in un senso vago e generico: stanno eseguendo la medesima attività di un graphic designer, ovvero manipolare simboli e spostare pixel qua e là... usando nient'altro che i loro pollici.

1. Rock citato da Jarrett Fuller. "Design Criticism Is Everywhere – Why Are We Still Looking For It?" *Eye on Design*, 19 agosto 2020. <https://eyeondesign.aiga.org/design-criticism-is-everywhere-why-are-we-still-looking-for-it/>.

2. <https://www.youtube.com/watch?v=OXA4-5x31V0>. Vedi anche <https://www.pagecloud.com/blog/what-happened-to-the-grid>.

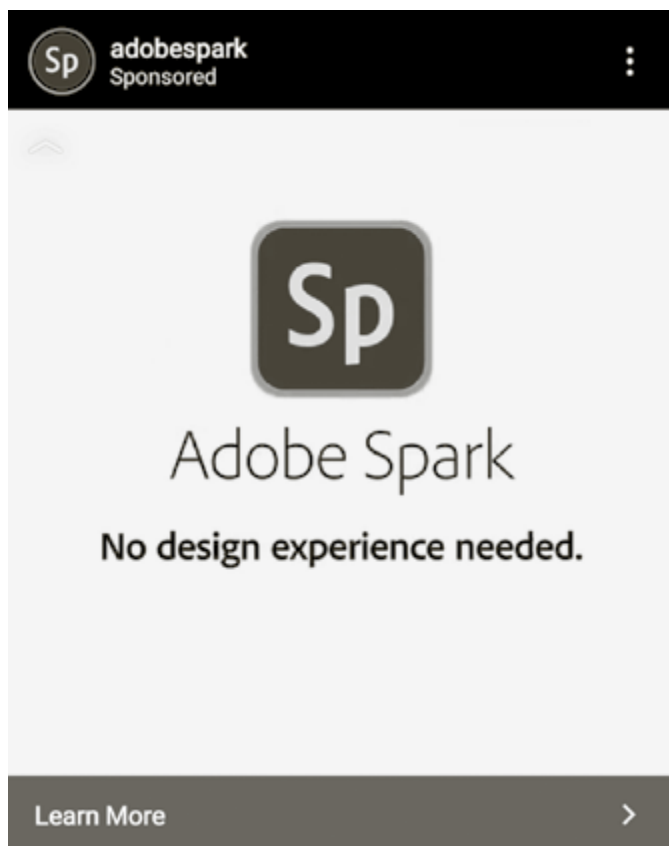
3. <https://twitter.com/ktsuskin/status/1159851862201442304>.

Certo, *design is a job*,⁴ ma si potrebbe tranquillamente affermare che oggi il design è in larga misura prodotto da utenti occasionali, utenti che non lo chiamano nemmeno “design”! La crescente accessibilità delle tecnologie digitali è stata in tal senso cruciale: non soltanto ha instillato una più fine consapevolezza della cultura del design tra i profani, ma ha anche alterato la percezione dello status dei designer e, di conseguenza, il loro rapporto con la cultura visiva nel suo complesso. Alla fine degli anni '80, nel pieno della rivoluzione del desktop publishing, i designer avevano reagito in maniera prevalentemente difensiva all'arrivo dei nuovi barbari, dilettanti sprovveduti che però, grazie ai software di grafica, stavano rapidamente guadagnando terreno nel campo del graphic design.

«Uno dei grandi timori legati all'avvento del Macintosh e del desktop publishing – spiega Michael Rock – è che ha permesso ad altri di apprendere il nostro linguaggio segreto, demistificando il nostro codice fatto di font, bandiere, pica e interlinee.»⁵ Questo linguaggio segreto si stava convertendo in una funzione cristallizzata nel software: il (graphic) design diventava così semi-automatizzato. Con questo cambio di paradigma, l'autorevolezza dei designer è stata parzialmente erosa: il designer semi-automatizzato è diventato al tempo stesso un semi-professionista. A proposito di programmatori, Ellen Ullman descrive brutalmente

4. Come recita il titolo del libro di Mike Monteiro. *Design Is a Job*. New York: A Book Apart, 2012.

5. Michael Rock. “On Unprofessionalism.” 2x4 (blog), 5 agosto 1994. <https://2x4.org/ideas/1994/on-unprofessionalism/>.



Post sponsorizzato su Instagram per l'app Adobe Spark.

gli effetti della demistificazione professionale: «Se le persone normali, i cosiddetti “utenti”, riescono a capire il compito svolto dal tuo programma, verrai pagato meno e godrai di minore stima.»⁶

Tuttavia, una minoranza di progettisti fu capace di sfuggire a questo destino guadagnandosi il ruolo di produttori culturali che evidenziano e interpretano la cultura visiva, e in particolare l'emergente vernacolare tecnico. Tra loro vi sono designer di spicco come April Greiman, Zuzana Licko e Rudy VanderLans che assunsero la funzione di «interpreti e mediatori del significato sociale della tecnologia»⁷ contribuendo così alla popolarizzazione dell'estetica dei nuovi mezzi di produzione digitali tra i professionisti. Il Macintosh ha portato con sé un'apparente liberazione dai vincoli materiali del layout, e un conseguente ethos derridiano di non-linearità e decostruzione. L'effetto era spesso confuso e talvolta volutamente poco invitante. Un «culto del brutto» stava prendendo forma, un *Ugly Design*, come lo definì lo storico del design Steven Heller.⁸ Era giunta l'ora di rompere le griglie, lasciar perdere le regole, sfidare la tradizione. Licko e VanderLans dedicarono l'undicesimo numero del loro magazine *Emigre* alla relazione tra i graphic designer e il Macintosh. Analizzando questa pubblicazione, Emily McVarish ha sostenuto che l'idea di autorialità di *Emigre* non

6. Ellen Ullman. *Life in Code: A Personal History of Technology*. New York: Picador, 2018, p. 8.

7. Emily McVarish. *Inflection Point*. Berkeley, CA: Emigre, 2017, p. 8.

8. Steven Heller. "Cult of the Ugly." *Eye Magazine*, 1993. <https://www.eyemagazine.com/feature/article/cult-of-the-ugly>.

«mise in atto un'autodifesa contro le incursioni amatoriali nel territorio professionale del graphic design.»⁹ Di fatti, non ce n'era alcun bisogno: gli amatori non rappresentavano una minaccia per i professionisti perché anche loro erano lì per essere *interpretati*.

Le cose non si fermarono qui. Dai primi anni 2000 a oggi, vari progettisti, ispirati da internet, iniziarono ad adottare i preset, i template e le opzioni di default inscritte nei programmi di desktop publishing e nel browser. Il loro intervento era minimo: rimuovendo se stessi dall'equazione tipografica, i designer avrebbero dimostrato che il non-design era esso stesso design, un'attività progettuale che possedeva una propria autonomia estetica e che aveva luogo prima che chiunque vi mettesse mano. Lo scrittore e designer Rob Giampietro ha definito questo fenomeno *Default System Design*:

I Default Systems sono macchine per la progettazione, e presentano pubblicamente il design quale forma d'arte "automatica", offrendo una liberazione dal ritmo affannoso al quale il design oggi procede, mentre i clienti chiedono di più, più velocemente, subito. I Default System sono una gamma di tendenze presenti nel graphic design contemporaneo che sfruttano le preimpostazioni generali del computer. Si tratta di un insieme di regole semplicistiche, che spesso riprendono elementi dell'International Style in una sorta di pastiche patinato, un culto dell'uniformità dettato dalla pigrizia e dalla comodità

9. McVarish, *op. cit.*, p. 16.

della tecnologia che ha permesso l'ascesa di *Emigre*, il Macintosh.¹⁰

I designer interessati a tali sistemi predefiniti utilizzavano deliberatamente font “neutri” come Helvetica o caratteri standard come Arial e Times New Roman. Oppure mantenevano il trattamento predefinito degli hyperlink. Rendevano volutamente pronunciati i bordi in rilievo del CSS. O si concedevano un uso smodato degli effetti di WordArt. A un occhio non allenato, il loro lavoro risultava spesso indistinguibile da quello degli amatori. Più recentemente, avrebbero cominciato a ricorrere a quello che Silvia Sfligiotti definisce «tipografia auto-tune,» un approccio che «trasforma le parole in blocchi indifferenziati che possono essere inseriti in una pagina senza troppe preoccupazioni [e che] fa del design visivo un'attività automatica e acritica.»¹¹ Negli ambienti legati alla cultura dell'internet vengono adoperati termini come “brutalismo” e talvolta si fa leva sulla nostalgia. Finché non è spuntata un'avanguardia del web design eccentrica e poetica che vede i tag HTML più come un testo semiotico che come un assortimento di regole meramente pratico.¹²

Per i defaultisti «la forma segue il formato,» motto coniato del designer Hendrik-Jan Grievink.¹³

10. Rob Giampietro e Rudy VanderLans. “Default Systems in Graphic Design.” *Emigre*, 2003. <https://linedandunlined.com/archive/default-systems-in-graphic-design/>.

11. Silvia Sfligiotti. “This Is Auto-Tune Typography.” *Medium* (blog), 19 agosto 2020. <https://silviasfligiotti.medium.com/this-is-auto-tune-typography-3953e74cc2ac>.

12. Vedi <https://brutalistwebsites.com/> e <https://html.energy/>.

13. Hendrik-Jan Grievink. “Template Culture.” *Mediamatic*, 2009. <http://www.mediamatic.net/en/page/116348/template-culture>.



Cover dell'album *The Life of Pablo* di Kanye West. The Verge l'ha descritta così: «Progettata (o semplicemente digitata?) dall'artista belga Peter De Potter, la copertina postmoderna presenta THE LIFE OF PABLO in maiuscolo e una piccola foto di famiglia nell'angolo in basso.»

Ed è così che nasce la cultura del template, in cui ogni nuovo progetto deriva in realtà da una lunga sequela di progetti precedenti. Quando apro Word o InDesign, mi trovo di fronte a un template poiché la pagina, solo apparentemente vuota, contiene già una serie di scelte progettuali registrate in anticipo, come la larghezza dei margini. Perché perdere tempo con ulteriori decisioni progettuali quando si può celebrare l'aprioristica purezza del template? Forse questo approccio rappresenta la più autentica manifestazione della passione per i sistemi che permea l'ideologia modernista. Il designer britannico Daniel Eatock ha raggiunto l'apice di questa tendenza con il suo generico Utilitarian Poster, un manifesto adatto a qualsiasi tipo di evento. Simile a un modulo burocratico, il suo poster utilitaristico include varie caselle per il titolo dell'evento, la descrizione, la data, ecc. In *Piano meccanico*, romanzo distopico del 1952, Kurt Vonnegut descrive una società quasi totalmente automatizzata in cui è sufficiente registrare su un disco i movimenti di un lavoratore per far sì che la macchina li ripeta all'infinito con totale precisione. Come nel romanzo di Vonnegut, Eatock ha "registrato" le sue scelte progettuali e, dal punto di vista della mera produzione, si è reso obsoleto.

IL TOCCO DI RE MIDA

Secondo Giampietro, sia l'Ugly Design degli anni '90 che il defaultismo degli anni 2000 affondano le radici nel personal computer:

Il design dei Default Systems afferma: "Ecco come funziona il computer riducendo al minimo il proprio intervento." Inoltre,

Hacking	Defaults
Hacking a Nintendo cartridge to make images	Using MS Paint to make images
	12 point Times New Roman
Net.Art 1.0	???
 Anxiety	 Banality
"The Man is taking away our privacy... that's lame!"	"We willingly give up our own privacy (i.e. endlessly talking about ourselves on our Myspace profiles)... why?"
Empowering The People by subverting The Man's power	Being and critiquing The People by using the tools made by The Man
Rock & Roll attitude	Exuberant humility
Jodi's blogs	Tom Moody's blog
Sophisticated breaking of technology	Semi-naive, regular use of technology

Guthrie Lonergan (2007), una comparazione tra la pratica dell'hacking e quella dei defaultisti.

“facendo sì che il progettista non intervenga, questo linguaggio di progettazione è reso disponibile a tutti.” Pertanto, i Default Systems paiono nuovi ma nascono dalle preoccupazioni sociali del passato.¹⁴

Mentre la maggior parte dei designer avrebbe immediatamente modificato le impostazioni del sistema per ristabilire la propria personalità nell'opera, i postmodernisti le avrebbero estremizzate. I defaultisti, invece, le avrebbero trattate come un *objet trouvé*, qualcosa che acquisisce valore nel momento in cui viene raccolto da una figura carismatica: il designer. Sia l'approccio massimalista dell'Ugly Design che quello minimalista del defaultismo guardavano con entusiasmo alle ampie possibilità di un linguaggio progettuale influenzato dagli strumenti digitali. «Siamo i primitivi di una nuova era tecnologica,» proclamava il duo di *Emigre*. Tuttavia, ignorava che tale linguaggio era destinato a diventare disponibile a tutti *fin da subito*: stava infatti cominciando a popolare l'immaginario comune (“photo-shop” non era più solo un software ma anche un verbo), indipendentemente dal ruolo e dalle intenzioni del designer. Sia l'Ugly Design che il defaultismo tentarono dunque di imprimere il loro marchio sul vocabolario progettuale del software. L'intenzione era rivolta al controllo e al recupero ma, nel frattempo, il graphic design stava diventando una *Kulturtechnik* autonoma: una pratica quotidiana che non necessita della mediazione di esperti, come scattare foto col telefonino.¹⁵

14. Giampietro e VanderLans, *op. cit.*

15. Il concetto mi è stato suggerito dall'artista tedesco Sebastian Schmieg, che ringrazio.

Giampietro ha affermato che il valore degli artefatti postmodernisti, così come quelli defaultisti, risiede in una «critica delle condizioni in cui essi stessi sono prodotti.»¹⁶ Tale approccio, però, ha condotto entrambe le correnti a difendere una posizione di arbitraggio culturale detenuta dal designer. «La bruttezza è intelligente,» osservava Heller.¹⁷ L'estetizzazione del tecnico che attuavano rappresentava allo stesso tempo una forma di susunzione: l'arte e il design elevavano la tecnologia infondendole significato. Questa rete di interpretazioni forma un velo invisibile intorno a strumenti e oggetti. Sia l'«apologeta del template» che il «grammatologo del layout» sono professionisti culturali. Entrambi possiedono qualcosa di simile al tocco di re Mida: attraverso il loro lavoro interpretativo, sono capaci di trasformare ciò che è banale in cultura. Così facendo, ottengono la legittimità di operare «in modo non professionale,» ossia di avventurarsi nella sfera dell'ordinario facendone qualcosa di straordinario. Il professionista culturale è, quindi, un particolare tipo di *amatore*, dato che viene pagato per il proprio «amore». È equidistante dal rigido intellettuale in giacca di flanella e dal dilettante non retribuito. Una posizione alquanto ambita, come suggerisce la storica del design Chiara Alessi: «i designer oggi stanno dimostrando di essere agenti più dell'industria culturale che di quella manifatturiera.»¹⁸

16. Giampietro e VanderLans, *op. cit.*

17. Heller, *op. cit.*

18. Chiara Alessi. *Design senza designer*. Bari: Laterza, 2016, p. 98. I designer non sono gli unici ad ambire al ruolo di professionisti della cultura. Questo desiderio diffuso acquista valore commerciale grazie alla propaganda

GRIGLIE

Mentre il culto del brutto dell'Ugly Design celebrava la rottura della griglia e il Default System ne valorizzava la presenza, le piattaforme digitali sono riuscite a portare la griglia (qui intesa come un insieme di regole, formati, template e preset) a un livello di onnipresenza e, quindi, di invisibilità. Una volta che le piattaforme iniziano a mediare la diffusione dei contenuti, il contenuto in sé, che sia modernista, postmodernista o defaultista, diventa irrilevante. Secondo Daniel van der Velden, «il design ha esternalizzato la sua funzione di griglia (un elemento che un tempo “rappresentava” le sue ambizioni e responsabilità sociali) alla piattaforma, mentre diventava esso stesso il contenuto liquido di tale piattaforma.»¹⁹ La griglia delle piattaforme non consiste solo in una serie di proporzioni visive, ma in una struttura dinamica per organizzare le informazioni, ossia un vero e proprio *medium* che genera gli stessi strumenti pensati per riempirlo: editor di foto e video, strumenti di ritaglio, algoritmi di ordinamento, ecc.

La “cattura autoriale” della griglia da parte di defaultisti e postmodernisti (praticata attraverso la sua rottura o enfattizzazione) era una risposta all'astrazione del ruolo del designer, ormai trasformato in un processo. Oggi, vent'anni dopo, non passa giorno senza che qualcuno si domandi se il designer sarà reso obsoleto dall'intelligenza artificiale.²⁰ Secondo uno studio del 2013, citato fino a

che fa leva sulla creatività, promossa, ad esempio, da Apple (MacBook Pro).

19. Van der Velden, “Lyrical Design,” *op. cit.*, p. 61.

20. Vedi, ad esempio, Rob Peart. “Automation Threatens

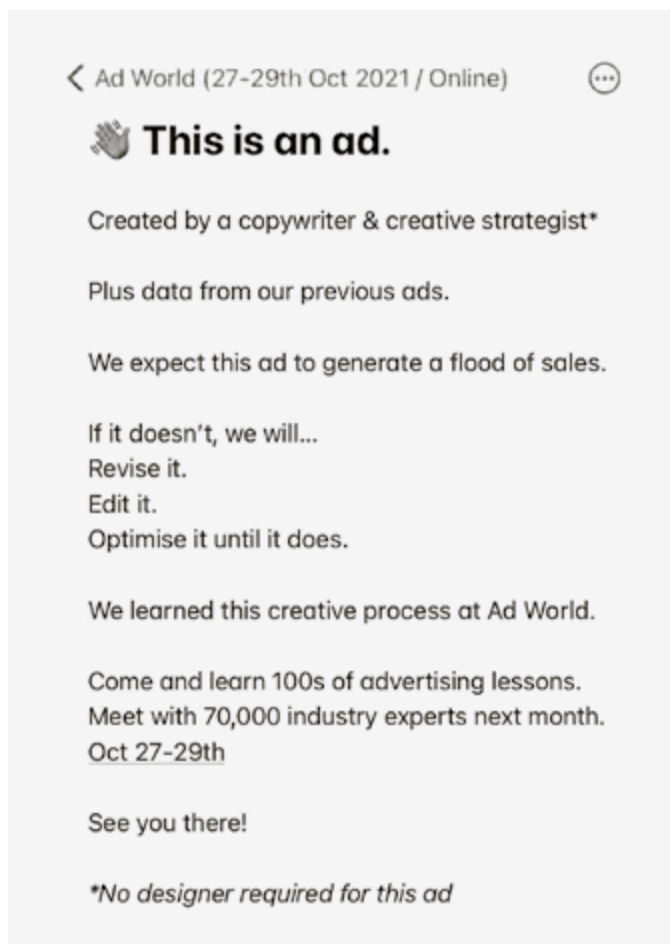
diventare un classico, il 47% dei lavori svolti negli Stati Uniti è in pericolo per via della loro possibile computerizzazione.²¹ Lo studio includeva una classifica di circa 700 professioni disposte in ordine crescente in base alla loro probabilità di automazione. Il graphic design occupava il 161esimo posto. Non male.

Giampietro ha affermato che «vedere un computer attraverso le sue impostazioni predefinite significa vederlo per come è stato programmato per vedere se stesso, conferendogli persino una sorta di autorità.»²² Questa personificazione di una macchina investita di una certa autorevolezza è la narrazione che sta alimentando l'attuale frenesia sull'intelligenza artificiale applicata al design. Mentre il designer diventa un processo, l'intelligenza artificiale si tramuta in una persona. Un esempio emblematico è The Grid, un sistema dove l'IA è usata per automatizzare il design dei siti

to Make Graphic Designers Obsolete." *Eye on Design*, 25 ottobre 2016. <https://eyeondesign.aiga.org/automation-threatens-to-make-graphic-designers-obsolete/>; Jon Gold. "Taking The Robots To Design School." *Jon Gold* (blog), 25 maggio 2016. <https://web.archive.org/web/20160525193649/http://www.jon.gold/2016/05/robot-design-school/>; Tone Bratteteig e Guri Verne. "Does AI Make PD Obsolete? Exploring Challenges from Artificial Intelligence to Participatory Design." In *Proceedings of the 15th Participatory Design Conference - Volume 2*, 1-5. PDC '18. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2018. <https://doi.org/10.1145/3210604.3210646>.

21. Carl Benedikt Frey e Michael A. Osborne. "The Future of Employment: How Susceptible Are Jobs to Computerisation?" *Technological Forecasting and Social Change* 114, no. C (2017): 254-80.

22. Giampietro e VanderLans, *op. cit.*



Annuncio per l'evento Ad World (2021). Realizzato con l'app Note predefinita di Apple, vanta il fatto di non aver richiesto il contributo di un designer.

web, annunciata nel 2014 e mai effettivamente lanciata. The Grid era dotata della sua IA antropomorfa, un bot chiamato Molly, descritta come «bizzarra, ma che non ti ghoisterà mai, non ti farà mai pagare un extra, non mancherà mai una scadenza, non esiterà mai ad assecondare le tue richieste per un logo più grande.»²³ Dopo aver raccolto una grande quantità di denaro tramite crowdfunding, The Grid ha smesso di fare annunci. Attualmente, il loro sito promette ancora il rilascio di una terza versione che seguirà alla seconda, mentre su un banner scorre la scritta «L'IA era la parte più facile.»

Gli studiosi osservano che «l'intelligenza artificiale è un argomento che oscilla tra grande euforia e pura distopia, e che, a livello tecnico, si colloca tra la meraviglia funzionale e la frustrazione del fallimento tecnico.»²⁴ Questo non vale solo per il campo del graphic design. Strumenti come IKEA Place, LiveHome3D o Planner 5D facilitano il lavoro degli interior designer e sono deliberatamente rivolti agli amatori («usa Planner 5D per le tue esigenze di interior design per la casa senza alcuna competenza professionale»)²⁵. La maggior parte di questi sistemi ostenta la sua integrazione con un'intelligenza artificiale, così ad esempio Leaperr: «un sistema di intelligenza

23. Ritupriya Basu. "Algorithms Are a Designer's New BFF – Here's Proof." *Eye on Design*, 19 dicembre 2019. <https://eyeondesign.aiga.org/algorithms-are-a-designers-new-bff-heres-proof/>.

24. Klaus Neuburg, Sven Quadflieg e Simon Nestler. "Will Artificial Intelligence Make Designers Obsolete?" Berlin, 2020.

25. <https://planner5d.com>.

artificiale (IA) che svolge il lavoro di un interior designer.»²⁶

La lezione ricavabile dall'esistenza di The Grid e simili strumenti basati sull'intelligenza artificiale non è solo che la piena automazione – nel campo del design come in molti altri – è difficile e forse irraggiungibile, ma che nonostante questa difficoltà, l'illusione di tale automazione è in grado di rafforzare aspettative e desideri sociali. Si vuole credere che i designer, come qualsiasi altro *gatekeeper*, possano essere sostituiti da una macchina docile, come è in parte già accaduto con il personal computer. Tuttavia, mentre la rivoluzione del desktop publishing offriva preset statici, l'IA li rende dinamici, aggiornandoli sulla base di nuove informazioni raccolte: un defaultismo in continua evoluzione.

Il gesto duchampiano di “firmare” il sistema lasciandolo operare senza interventi è in qualche modo analogo all'ambizione del designer di occupare la sala di controllo dell'IA per «impostare parametri e vincoli, determinando il comportamento dei sistemi automatizzati,» come dichiara Microsoft.²⁷ Il designer mira a diventare un “sistemista”, perché è solo al livello dei sistemi che ci può essere davvero sintesi.²⁸ Scendendo di quota, le cose non sono così interessanti: «ciò che al system designer pare un giochetto divertente e stimolante,

26. Harshajit Sarmah. “5 AI-Powered Home And Interior Designing Tools.” *Analytics India Magazine*, 26 luglio 2019. <https://analyticsindiamag.com/5-ai-powered-home-and-interior-designing-tools/>.

27. Jasmine Oh. “Yes, AI Will Replace Designers.” *Microsoft Design* (blog), 22 agosto 2019. <https://medium.com/microsoft-design/yes-ai-will-replace-designers-9d90c6e34502>.

28. Vedi il capitolo 3.

potrebbe diventare la base per un ambiente di lavoro disumanizzato per l'utente.»²⁹ Se i defaultisti si rendono invisibili mediante la loro mancanza di intervento, i designer di sistemi si eclissano definendo le variabili del sistema.

SEMI-AUTOMAZIONE

Il controllo dei sistemi è chiaramente un obiettivo raggiungibile solo da una minoranza di designer. Generalmente, il dibattito sull'automatizzazione delle professioni tramite IA considera la classe dei designer come un'entità unica e omogenea. A costo di sostenere l'ovvio, le cose non stanno così: per ogni designer di sistemi, esiste già un esercito di progettisti colpiti dall'uso ristretto dell'automazione o coinvolti in processi di semi-automazione. Come spiega Ruben Pater,

[...] il graphic design sta diventando sempre più automatizzato. I banner su internet e i design delle interfacce vengono già “assemblati” automaticamente in base a diversi spazi e dati utente. I test A/B possono aggiornare e ottimizzare stili di carattere, colori e immagini. Se il tuo profilo dati dice che sei conservatore, forse il sistema sceglierà il carattere Trajan. In questo scenario, molti lavori di graphic design diverranno probabilmente obsoleti nel giro di due decenni.³⁰

Fiverr.com è il più grande online marketplace per servizi freelance. Molte di queste “gig” sono

29. Mike Cooley. *Architect or Bee? The Human Price of Technology*. Nottingham: Spokesman, 2016, p. 40.

30. Pater, *op. cit.*, p. 215.

lavoretti di grafica. Gli incarichi elencati su Fiverr.com mostrano come automazione e lavoro manuale sono separati da una linea sottile. Alcuni dei compiti svolti a distanza da questi designer difficilmente possono essere definiti creativi: organizzazione di slide, tracciamento vettoriale, ritocco fotografico dettagliato... tutti incarichi che rivelano l'ampio divario, tuttora esistente, tra i processi completamente automatizzati e quelli puramente manuali. Questa tipologia di designer ordinari abita temporaneamente in questo divario. Vogliamo la piena automazione, ma abbiamo prevalentemente a che fare con forme di semi-automazione e, in alcuni casi, persino di *faux-tomation*.³¹ Mentre i motori grafici text-to-image basati su IA, i chatbot e i generatori di loghi ricevono enormi attenzioni da parte dei media, orde di designer sono ancora imprigionate in noiose attività di conversione. Le aspettative tecnologiche si scontrano con la dura realtà del lavoro di routine. Su Upwork, un altro marketplace per freelancer, la descrizione di una "tasker" cattura la mia attenzione: Belinda J., 25 dollari l'ora, sostiene di essere una graphic designer autodidatta, poiché tutti i suoi lavori precedenti includevano compiti in cui ha creato grafiche. La generalizzazione del graphic designer offre l'opportunità di inventarsi un lavoretto a partire da procedure che non sono ancora state automatizzate.

31. Il termine, coniato dalla scrittrice e regista Astra Taylor, si riferisce ad attività che sembrano essere completamente automatizzate, ma che in realtà sono eseguite manualmente da esseri umani. Vedi "The Automation Charade." *Logic*, 1 agosto 2018. <https://logicmag.io/failure/the-automation-charade/>.



Biglietto da visita per Manuel Bürger realizzato da OM Graphic, una copisteria di Mumbai, utilizzando Corel Draw 9.0 (2008).

Logo
Service
24/7

Bozza inutilizzata per un servizio di loghi su misura ideato da Vera van de Seyp e Charlotte Rohde (2022). In questo progetto, van de Seyp, ricercatrice al MIT, e Rohde, professoressa di tipografia presso la Bauhaus Universität di Weimar, imitano lo stile grafico delle autofficine.

Casi come quello di Belinda potrebbero sembrare lontani dalla realtà del designer europeo o americano iperscolarizzato, ma, come osserva Pater, potrebbe essere così ancora per poco:

Prima o poi, anche i designer saranno messi alla prova dalle stesse forze di competizione globale che hanno portato al licenziamento degli operai. Con l'ascesa del design prodotto algoritmicamente, le piattaforme di lavoro online per servizi di design come Fiverr e una classe di designer in crescita, la domanda non è se il design rimarrà una professione valida nelle società post-industriali di stampo capitalista, ma per quanto tempo.³²

Non tutto questo è nuovo. Già nel 2006, Daniel van der Velden ci aveva avvertiti che il vantaggio competitivo dell'economia europea basata sulla conoscenza «diventerà rapidamente una cosa del passato, se controllare un mouse risulterà più economico a Pechino che nell'ovest dell'Olanda.»³³

Qualche tempo fa, Fiverr ha lanciato un generatore di loghi online che combina automaticamente componenti pre-progettate in base a una serie di parametri definiti dall'utente. Una volta inseriti i parametri, nell'attesa che i dati vengano elaborati compare un'animazione: un designer in stile "flat" che lavora alla sua scrivania. In questo caso, la figura del designer funge da allegoria dell'attività di progettazione, una specie di

32. Pater, *op. cit.*, p. 250.

33. Daniel van der Velden. "Research and Destroy." *Metropolis M*, 2006. <http://indexgrafik.fr/daniel-van-der-vel-den-metahaven-research-and-destroy/>.

scheuomorfismo del lavoro progettuale, analogo al floppy disk come icona del salvataggio. Il designer come persona è usato per illustrare un processo di design macchinico. Ciò che accomuna il defaultismo e il lavoro da remoto semi-automatizzato sta nel fatto che il ruolo del designer diventa una funzione governata da una serie di istruzioni eseguibili sia da un umano che da una macchina. E ciò potrebbe essere vero non solo per i lavoratori esternalizzati, ma per interi settori come l'UX design:

Nel 2023, essere un “designer” si è ridotto ad assemblare componenti visive prefabbricate e strutture preimpostate. Molti di noi hanno riconosciuto fin da subito le somiglianze tra l'uso dei design system nel design del prodotto e l'assemblaggio di pezzi di Lego per “creare” qualcosa che somiglia a un buon prodotto.³⁴

Nel suo saggio, Giampietro parlava profeticamente di sistemi, ben prima dell'effettiva adozione di massa di strumenti digitali dedicati ad applicare e replicare parti della corporate identity interattiva di un'azienda, con framework come Twitter Bootstrap e Material Design di Google. Giampietro aveva capito che i *design system* sono il punto di incontro tra gestione e automazione. Qui, le regole del design – le impostazioni di default – sono iscritte nel codice. L'analogia del Lego suggerisce che un'impostazione di default può essere pensata come una decisione cristallizzata nel software

34. Corneliux. “Everyone Used to Be a Designer.” *UX Planet*, 13 febbraio 2023. <https://uxplanet.org/everyone-used-to-be-a-designer-530aa762e415>.

e dunque che i design system possono essere concepiti come una forma di *decision making* automatizzato, un taylorismo dell'UX design. Dopotutto, «il reparto di produzione preferisce parti intercambiabili e sostituibili.»³⁵ Alcuni esempi di questo tipo di automazione sono più espliciti: dai generatori di loghi che semplicemente mescolano in modo combinatorio design preesistenti, a quelli più avanzati che impiegano l'intelligenza artificiale. E non dovremmo neppure dimenticare gli asset riutilizzabili, che stanno diventando sempre più facili da impiegare all'interno di applicazioni native per il cloud come Figma e Sketch. Qualcosa di simile sta accadendo anche nel campo dell'illustrazione, dove abbiamo assistito all'ascesa del cosiddetto stile flat.³⁶ Con la sua semplicità quasi puerile, il flat design è tecnicamente propenso alla replicazione e all'assemblaggio semi-automatizzato.³⁷ Molto diffuso sulle piattaforme della Big Tech, questo stile è stato accusato di infantilizzare l'utente. Ecco qui un'operazione tecnica che si trasforma in una riflessione sui suoi effetti culturali.

Nonostante il clamore intorno all'automazione, c'è e continuerà a esserci un surplus di

35. Garrett, *op. cit.*

36. Chiamato anche Corporate Memphis, Alegria art, big tech art, ecc. Vedi https://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_Memphis e <https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/corporate-art-style>.

37. Infatti ci sono siti web (come stubborn.fun) che permettono agli utenti di combinare elementi e generare illustrazioni in stile flat. Vedi anche Rachel Hawley. "Don't Worry, These Gangly-Armed Cartoons Are Here to Protect You From Big Tech." *Eye on Design*, 21 agosto 2019. <https://eyeondesign.aiga.org/dont-worry-these-gangley-armed-cartoons-are-here-to-protect-you-from-big-tech/>.

lavoro manuale da svolgere, presente negli ambiti più vari: dallo studio di design che deve regolare i file per la stampa o la distribuzione, al training continuo di modelli IA (quello che gli studiosi Mary L. Gray e Siddharth Suri chiamano «il paradosso dell'ultimo miglio dell'automazione»³⁸), fino all'esternalizzazione dell'impaginazione dei libri in India, dato che è tuttora più economica e rapida rispetto all'uso di sistemi automatizzati. Da un lato, la tecnologia alleggerisce il lavoro dei designer, liberandoli dai compiti ripetitivi e permettendo loro di concentrarsi sull'aspetto creativo. Dall'altro, però, ridefinisce queste stesse categorie, spostando il confine tra creatività e monotonia.³⁹ L'entità di questo processo può essere ampia: alcune operazioni che sono al centro della pratica di alcuni designer possono essere ridotte a funzioni automatizzate. A questo punto, i designer possono aggrapparsi a un'immagine del loro ruolo che sia pienamente benché vagamente concettuale («è l'idea che conta»), o ambire a una meta-posizione più alta, da dove è possibile acquisire il controllo di tali funzioni. In realtà, però, questa posizione non è occupata dal designer, ma dall'ingegnere. Pater spiega brevemente come ciò stia accadendo nel campo della pubblicità online, che «non è più dettata dagli art director, ma da persone con un

38. Mary L. Gray e Siddharth Suri. *Ghost Work: How to Stop Silicon Valley from Building a New Global Underclass*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2019, pp. 38-63.

39. «Il processo mediante il quale queste due opposizioni dialettiche [lavoro creativo e non creativo] vengono unite dal designer per produrre una nuova totalità è complesso, e rappresenta ancora un'area mal definita e poco esplorata.» Cooley, *op. cit.*, p. 38.

dottorato in matematica e scienze dei dati che passano tutta la giornata a ideare modi per far sì che gli utenti clicchino sugli annunci pubblicitari.»⁴⁰ Se sono gli ingegneri a strutturare il sistema, come fanno i designer a sbarcare il lunario? In una visione satirica del 2025, Francisco Laranjo propone due opzioni:

I designer si guadagnavano da vivere in due modi: 1) utilizzando i loro design bot per fornire un servizio progettuale; 2) alimentando la rete centralizzata di design bot, informando il sistema della ratio che sta dietro alle loro decisioni.⁴¹

I designer, a esclusione di quei pochi che hanno voce in capitolo nel processo di definizione dei sistemi, diventano utenti-contributori illuminati di sistemi automatizzati pseudo-intelligenti, come nel caso del defaultismo e del postmodernismo, oppure vanno a occupare una posizione che manca nel racconto speculativo di Laranjo: quella dell'impiegato interno o esternalizzato che esegue compiti ancora non automatizzati. Nel 2006, Ellen Lupton ironizzava sul timore dei designer «che segretarie armate di Times New Roman e Microsoft Word avrebbero spazzato via la professione del design,»⁴² ma non dovremmo dimenticare che per la maggior parte dei designer il lavoro è in gran parte impiegatizio.

40. Pater, *op. cit.*, p. 213.

41. Francisco Laranjo. "Ghosts of Designbots yet to Come." *Eye Magazine*, 21 dicembre 2016. <https://www.eyemagazine.com/blog/post/ghosts-of-designbots-yet-to-come>.

42. Ellen Lupton. *D.I.Y. Design It Yourself*. New York: Princeton Architectural Press, 2006, p. 19.

INSEGUENDO LA TECNOLOGIA

A fronte del rischio di essere rimpiazzati, del tedio dovuto a compiti ripetitivi e del ruolo potenziale, benché di nicchia, del designer come sistematista, la tecnologia appare al contempo come qualcosa da temere e da padroneggiare. Ma non è tutto. La tecnologia è anche qualcosa da *inseguire*. Fin dall'avvento dei personal computer, i designer si sono ritrovati a dover stare al passo con nuovi strumenti, sistemi, dispositivi e media. L'attuale entusiasmo nei confronti dell'IA rivela che per tecnologia intendiamo generalmente le *nuove* tecnologie digitali e che, in qualche modo, ne siamo affascinati. Secondo lo storico David Edgerton:

Quando invoca la “tecnologia”, il designer si sta autoaccecando, e così rinuncia alla facoltà di vedere la materialità del suo mondo, dei suoi strumenti, delle sue ambizioni di trasformare il materiale [...] Invocare il concetto di “tecnologia” nel design concentrandosi sul significato disincarnato, digitale del termine, lungi dall'integrare la “tecnologia” nel design, nella maggior parte dei casi la rimuove, lasciando dietro di sé solo simulacri digitali. In altre parole, invece di portare il materiale nel design o di metterlo in discussione, il concetto di “tecnologia” può essere un modo per liberarsene. C'è una differenza radicale tra una cultura del fare concentrata sui dispositivi digitali e una che ha a che fare con officine fisiche piene di molti strumenti per lavorare materiali diversi.⁴³

43. David Edgerton, Hugo Palmarola e Pedro Álvarez Caselli. “Some Problems with the Concept of ‘Technology’

Edgerton è un po' troppo dualistico: la tecnologia digitale non è per forza disincarnata, o meglio, non lo è mai realmente. Ma è vero che spesso la "tecnologia" con cui i designer cercano di stare al passo è un simulacro digitale. Il campo del design, grazie ai suoi confini porosi, si espande fino a includere tecnologie emergenti, ma la novità del medium diventa il suo unico messaggio. Vari studi e scuole di design, ad esempio, hanno sentito l'urgenza di dotarsi di visori per la realtà virtuale (un interesse recentemente rinfocolato dalla propaganda di Mark Zuckerberg sul metaverso). Studenti e docenti ora "sperimentano" con la realtà virtuale, ma il loro lavoro funge spesso da orpello per la tecnologia stessa. Tentano di interagire con il medium, ma è il medium a prevalere. Come nella griglia concettuale della piattaforma, il lavoro dei designer diventa mero contenuto.

IMPARARE A PROGRAMMARE

Molti designer e teorici del design hanno cercato di inseguire lo sviluppo tecnologico acquisendo (o invitando altri ad acquisire) la capacità necessaria per interagire con il computer alle sue condizioni. È così che il motto *learn to code* («impara a programmare») è diventato un imperativo diligente.⁴⁴ Resta ancora oggetto di discussione se questa

in Design: Interview with David Edgerton." *Diseña*, no. 18 (29 gennaio 2021): 2-8. <https://doi.org/10.7764/disen.18.Interview.2>, pp. 3-4.

44. I designer non sono stati i soli a sentire questa pressione. Vedi Silvio Lorusso. "Learn to Code vs. Code to Learn: Creative Coding Beyond the Economic Imperative." In Demian Conrad, Rob van Leijssen e David Héritier (a cura di). *Graphic Design in the Post-Digital Age*.

pratica rientri effettivamente nelle competenze del designer. Per alcuni professionisti di rilievo, come John Maeda, la risposta è un sì categorico.⁴⁵ Altre posizioni sono più terra terra: certo, saper programmare è un *nice to have*, un'abilità che facilita il dialogo con gli sviluppatori, ma in pratica, il posto dei graphic designer, degli UI e persino degli UX designer è il wireframe, il mockup, il prototipo cliccabile progettato su Illustrator o (brividi) su Photoshop; e più recentemente su Figma, Sketch o Invision, con occasionali incursioni in ambito CSS o SASS.

Tuttavia, il coding non è soltanto una delle tante "competenze del ventunesimo secolo." La programmazione è l'arena di una contesa in cui si giocano autorevolezza e prestigio professionale, in un contesto in cui intere professioni, come quella del graphic design, sono percepite come qualcosa che sarebbe bene automatizzare una volta per tutte. Se consideriamo la sostituzione di un'immagine di copertina su Facebook o l'adozione di un nuovo template per il nostro blog come un'attività di design, il graphic design acquisisce improvvisamente lo stesso valore professionale e culturale del saper spedire una email. Perché non trasformare un lavoro così banale in qualcosa che viene eseguito con un semplice clic?

Eindhoven: Onomatopee, 2021. <https://silviolorusso.com/publication/learn-to-code-vs-code-to-learn/>.

45. <https://www.youtube.com/watch?v=JGGAitirfRY>. Vedi anche Liz Stinson. "John Maeda: If You Want to Survive in Design, You Better Learn to Code." *Wired*, marzo 2017. <https://www.wired.com/2017/03/john-maeda-want-survive-design-better-learn-code/>.



Instagram in un sedicesimo di Parco Studio, pubblicato da Corraini. «Per 15 giorni Loredana Bontempi ed Emanuele Bonetti hanno usato Instagram pensandolo come uno strumento di disegno, un processo per trovare nuovi linguaggi grafici e un tool per creare una piccola rivista da stampare. Il risultato fotografa i segni più caratteristici del mezzo più usato al mondo per esprimersi visivamente.»



Mark Zuckerberg al Mobile World Congress di Barcellona nel 2016. Le persone nel pubblico, con i visori per la realtà virtuale, sembrano comparse incaricate di promuovere questa tecnologia.

La disputa è resa ancora più intricata dalla vaghezza del verbo inglese *code*: stiamo parlando di elaborare un piccolo sketch in Processing o di costruire un'intera applicazione in Node.js? In ogni caso, scrivere codice generalmente significa avere uno stipendio più alto e una posizione di vantaggio in un mondo che, come ha attestato il programmatore e capitalista di ventura Marc Andreessen, è stato mangiato dal software.⁴⁶ Il coding è elevato a panacea professionale per la schiera dei designer ordinari, ragionevolmente sensibili alla retorica dell'obsolescenza delle competenze e dell'occupabilità. Non sorprende, quindi, che gli studenti statunitensi e britannici considerino quella di scrivere codice come la terza skill più utile da acquisire (dopo il networking e la "generazione di idee").⁴⁷

Il codice non promette solo di migliorare le pratiche individuali, ma anche le attività del complesso educativo-museale del design. Risultato: una fantasmagoria di schermi e installazioni interattive in esposizioni e mostre di fine corso, all'interno di programmi culturali incapaci di adottare idee e approcci computazionali.⁴⁸ Il margine di vantaggio concesso dalla programmazione, tuttavia, non durerà a lungo: mentre programmatori e informatici possiedono una competenza

46. Marc Andreessen. "Why Software Is Eating the World." *Andreessen Horowitz* (blog), 20 agosto 2011. <https://a16z.com/2011/08/20/why-software-is-eating-the-world/>.

47. Roberts et al., *op. cit.*, pp. 166-7.

48. Esistono alcune eccezioni. Tra queste, la School for Poetic Computation negli Stati Uniti e Hackers and Designers nei Paesi Bassi.



Frase composta popolando il grafico dei contributi di GitHub, il servizio di hosting per lo sviluppo software più diffuso.

riconosciuta e relativamente arcana con uno stipendio corrispondentemente alto, il coding è sempre più percepito come lavoro semi-specializzato. Il programmatore appartiene a una professione, il coder a una forza lavoro.

CATTURA MANAGERIALE

In un episodio di *Età dell'oro*, una webserie italiana sulle difficoltà di un gruppo di lavoratori creativi milanesi, incontriamo un art director che istruisce un grafico ripetendo con insistenza: «due punti a sinistra, no no, due punti a destra.» Qui vediamo come il graphic design possa trasformarsi in micro-management, con il designer ridotto kafkianamente a una sorta di mouse umano controllato a voce. Questa scena appare come un'aberrazione della pratica progettuale, ma potrebbe in realtà rivelarne l'essenza. Lo storico del design J. Dakota Brown ripercorre l'evoluzione della "cattura manageriale" del sapere e della manodopera dei tipografi, a partire dalla teorizzazione di W. A. Dwiggins, che ha coniato il termine "graphic design," fino a Walter Paepke, che ha fondato la International Design Conference di Aspen per convincere il pubblico a considerare il design non una mera appendice della produzione, bensì un ramo manageriale. In tal senso, l'intera storia del design *stricto sensu* può essere intesa come una progressiva separazione del cervello dalla mano, parte di un fenomeno più ampio legato alla divisione del lavoro. L'ultimo atto della *pièce* storica di Brown ci porta al presente, dove ha luogo un'amara e ironica inversione: i graphic designer, che contribuirono alla progressiva sottrazione di competenze dai tipografi, sono

ora a loro volta vittime del *deskilling* causato dalla democratizzazione digitale.⁴⁹

Secondo Mieke Gerritzen e Geert Lovink, «dopo la democratizzazione della disciplina del design, il designer di punta diventerà uno sviluppatore di software,⁵⁰ ma questo non è esattamente un obiettivo semplice, né dal punto di vista tecnico né da quello professionale, poiché comporta il rischio di corrompere le proprie competenze acquisite. Fortunatamente, esiste un'altra via d'uscita da una democratizzazione poco gratificante: il design thinking. Sebbene già in declino,⁵¹ esso rimane l'espressione manageriale più riuscita del design. Nel migliore dei casi, si può considerare una metodologia pensata per alimentare le capacità innovative delle organizzazioni; nel peggiore, è una forma di auto-aiuto per le organizzazioni, facilitata dai designer.⁵²

49. J. Dakota Brown. *Typography, Automation, and the Division of Labor: A Brief History*. Chicago, IL: Other Forms, 2019.

50. Gerritzen e Lovink, *Everyone Is a Designer in the Age of Social Media*, op. cit., p. 96.

51. Negli ultimi anni sono stati pubblicati diversi articoli profondamente critici nei confronti del design thinking. Tra questi, Rebecca Ackermann. "Design Thinking Was Supposed to Fix the World. Where Did It Go Wrong?" *MIT Technology Review*, 9 febbraio 2023. <https://www.technologyreview.com/2023/02/09/1067821/design-thinking-retrospective-what-went-wrong/>. Vinsel, op. cit.

52. L'auto-aiuto per le organizzazioni va di pari passo con l'auto-aiuto individuale: «Alla Stanford d.school cerchiamo di accompagnare gli studenti attraverso una serie di esperienze che cambiano la loro immagine di sé, affinché pensino a se stessi come persone più creative. Lo chiamiamo potenziamento della loro *sicurezza creativa*.» L'enfasi è mia. Bernard Roth. *The Achievement Habit: Stop Wishing, Start Doing, and Take Command of Your Life*. New York, NY: Harper Business, 2015.

In entrambe i casi, con i suoi cinque semplici pilastri (empatizzare, definire, ideare, prototipare e testare) il design thinking è, a differenza della programmazione di alto livello, piuttosto accessibile. Infatti aspira a diventare uno strumento organizzativo democratico. Uno dei suoi principali sostenitori, Tim Brown, co-presidente della società di consulenza IDEO, ha affermato che «il [design] è diventato troppo importante per essere lasciato ai designer.»⁵³ Questo potrebbe essere uno dei pochi obiettivi che il design ha realmente raggiunto: come osservano Beatriz Colomina e Mark Wigley, «Il design è diventato virale [...] Il “design thinking” è diventato un modello di business dominante capace di influenzare tutto, dalla politica all’educazione, dalle relazioni personali alla ricerca, alla comunicazione e alla filantropia [...] Il design ha ottenuto un pericoloso successo.»⁵⁴ Nuove guide e mazzi di carte che illustrano “metodi” sono spuntati ovunque,⁵⁵ fungendo non solo da strumenti pedagogici dalla facile diffusione, ma anche da guerrilla marketing per alcune società di consulenza nel campo del design.⁵⁶

53. Tim Brown. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York, NY: Harper Business, 2009, p. 8.

54. Colomina e Wigley, *op. cit.*, p. 46.

55. Tra questi, *IDEO's Field Guide to Human-Centered Design*, «una guida step-by-step che ti porterà a risolvere i problemi come fa un designer.» <https://www.designkit.org/resources/1.html>.

56. Vedi Julier, *op. cit.*, p. 25. Un altro termine che descrive un fenomeno simile è l’UX Theatre, che «accade quando ai designer viene chiesto di *fingere* di svolgere il lavoro progettuale e non gli è effettivamente *permesso* di svolgere il lavoro progettuale.» Tanya Snook. “UX

Il design thinking dovrebbe semplificare la gestione dell'innovazione, ma cosa costituisce esattamente l'innovazione? Il design thinking ha aiutato i designer a comprendere che i risultati erano meno importanti del processo, portando a ciò che Anja Groten ha definito «workshopizzazione», ovvero un'intensificazione della dimensione performativa del design, del suo feticismo per la collaborazione⁵⁷ e, di conseguenza, a «una delusione generale rispetto a ciò che i workshop sono effettivamente in grado di fare.»⁵⁸ Allo stesso modo, Guy Julier parla di una tendenza virtualista del campo:

Pare che l'enfasi [posta dal design] sul processo e sulla collaborazione, la mappatura della customer experience o il frequente ricorso a workshop, hackathon e jam facciano sì che esso contribuisca a una sorta di virtualismo, dove le cose vengono rese reali ma non effettive.⁵⁹

Qui il design si avvicina al mondo dell'arte contemporanea, che, secondo Boris Groys, è, «fondamentalmente, produzione artistica senza un prodotto.»⁶⁰ Sulla stessa linea, Paul Rodgers e Craig

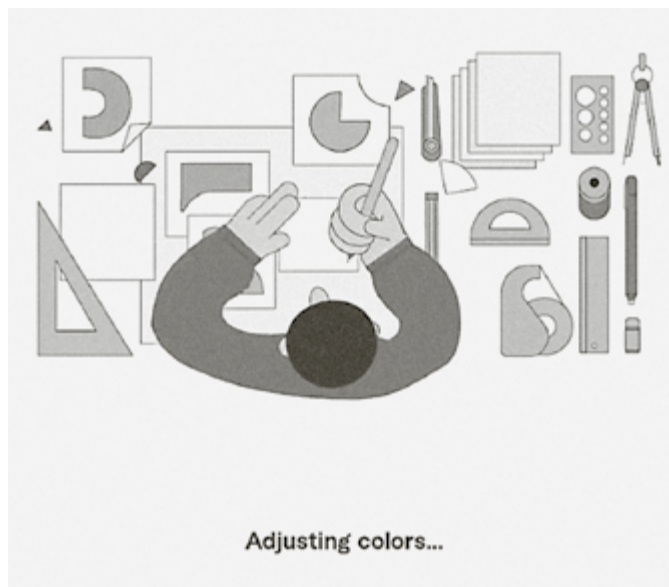
Design Has a Dirty Secret." *Fast Company*, 18 ottobre 2021. <https://www.fastcompany.com/90686473/ux-design-has-a-dirty-secret>.

57. Anja Groten. "Towards a Critical Collaborative Practice." In de Vet, *op. cit.*, p. 40.

58. Anja Groten. "The Workshop and Cultural Production." *Open!*, 1 giugno 2019. <https://www.onlineopen.org/the-workshop-and-cultural-production>.

59. Julier, *op. cit.*, p. 157.

60. Boris Groys. "Under the Gaze of Theory." *E-Flux*, maggio 2012. <https://www.e-flux.com/journal/35/68389/under-the-gaze-of-theory/>.



Screenshot da Fiverr.com. Animazione che illustra il processo automatizzato del generatore di loghi offerto dalla piattaforma. Il lavoro manuale è qui rappresentato in modo “scheumorfico”.

Bremner hanno sostenuto che «il design è in gran parte un processo di management della propria narrazione, e il management è l'unico prodotto delle economie mature dei servizi neoliberali.»⁶¹

PROFESSIONALISMO CULTURALE

Uno stratagemma adottato dai designer per riaffermare la loro supremazia disciplinare consiste nel ridicolizzare la mancanza di “buonsenso progettuale” da parte dell'amatore, colpevole, ad esempio, di aver allineato il testo a destra, rendendolo faticoso da leggere. Tuttavia, il monopolio del buonsenso ha una data di scadenza: così come il comandamento che vieta l'uso del Comic Sans per qualcosa che non sia comico è diventato ormai lapalissiano, la stessa cosa è successa ai pochi precetti necessari per creare un poster decente. E se tali preconetti, insieme a soluzioni alla moda, vengono poi incorporati nei software e nei template di uso comune – come è accaduto, ad esempio, con il Trend Generator di Trend List⁶² – il monopolio potrebbe scadere presto. O in realtà, potrebbe essere già scaduto. Potremmo improvvisamente scoprire che, invece di un insieme di rigorosi principi strutturali, il graphic design non è altro che uno stile composito tra tanti nell'oceano della cultura visiva, un'“estetica”: il *graphicdesigncore*.

Quando attaccano i non professionisti, i graphic designer fanno generalmente appello alla nozione di *qualità*. Sostengono che il cliente debba essere “educato” a riconoscerla. Forse è ancora

61. Rodgers e Bremner, *The Design of Nothing*, op. cit., p. 553.

62. <https://apprecs.com/ios/767377188/trend-generator>.

possibile legare il concetto di qualità ad alcune attività specializzate, come il type design o la progettazione dei sistemi di segnaletica. Si potrebbe affrontare la questione della qualità con una certa oggettività anche in progetti su larga scala, come l'identità visiva di grandi musei o aziende. Ma la qualità agisce anzitutto come uno strumento di legittimazione professionale, e questa funzione, com'è ovvio, non può essere espressa troppo apertamente, poiché «ogni professione è una cospirazione contro la laicità.»⁶³ Il termine “professione”, quindi, ha qui il doppio significato di competenza e adesione fideistica. Questa fede, che è la fede nell'esperto, sembra tuttavia vacillare a causa di una crisi di legittimazione che coinvolge l'intera «classe professionale-manageriale.»⁶⁴ Il fenomeno non è nuovo: già negli anni '70 intellettuali come Luhmann e Habermas discutevano del *Legitimationsprobleme*. I laici stavano prendendo coscienza della cospirazione.

Secondo Ruben Pater, «la professione [del designer] è una forma di protezione ed esclusione, che limita l'accesso alla conoscenza, l'accesso ai mezzi di produzione e la possibilità di influire sul dibattito.»⁶⁵ Diverse critiche al professionalismo come questa, e persino inviti alla deprofessionalizzazione, mettono giustamente in luce il fatto che

63. George Bernard Shaw citato da Rittel, *op. cit.*, p. 155.

64. Alex Press. “On the Origins of the Professional-Managerial Class: An Interview with Barbara Ehrenreich.” *Dissent Magazine*, 22 ottobre 2019. https://www.dissent-magazine.org/online_articles/on-the-origins-of-the-professional-managerial-class-an-interview-with-barbara-ehrenreich.

65. Pater, *op. cit.*, p. 334.

la professione del design abbia escluso in modo sproporzionato gruppi marginalizzati. Ma, come già sottolineato, un professionista può essere visto come qualcuno che rivendica «una conoscenza straordinaria su questioni di grande rilevanza sociale,» ottenendo in cambio «straordinari diritti e privilegi.»⁶⁶ Se i diritti e i privilegi garantiti da una professione sono straordinari, ciò significa che una professione è necessariamente esclusiva: un'élite. Ma di che tipo? Una distinzione utile è quella tra «core élite» e «general élite». Il designer è solito far parte di una general élite perché esegue per lo più le direttive della core élite. Inoltre, la prima somiglia a un esercito con competenze sempre più approssimative. Più che un piccolo clan, uno sciamano.⁶⁷ La critica anti-professionalista trascura i meccanismi di deprofessionalizzazione che colpiscono *in primo luogo* il campo del design. Questo è un problema, perché la formazione superiore – da cui queste richieste generalmente provengono – è destinata a generare risentimento e rabbia se non può garantire al proprio corpo studentesco, che investe tempo e denaro nelle sue istituzioni, i benefici sociali ed economici della professione. In questo scenario, invocare una completa deprofessionalizzazione del design in nome dell'inclusività è mero populismo.

Come risolvere il *Legitimationsprobleme* del design? Le parole magiche sono cultura e intelligenza, così

66. Schön, *op. cit.*, p. 31.

67. Per una panoramica dettagliata degli strumenti analitici per categorizzare le élite e le coorti professionali, vedi Ventura, *Radical Choc*, *op. cit.*, pp. 55-63.

come ricerca e conoscenza, che insieme formano la capacità di distinguere il buono dal cattivo, di tracciare distinzioni sia di valore estetico che morale. Secondo il designer canadese Bruce Mau, co-autore di un imponente libro scritto insieme all'architetto e teorico olandese Rem Koolhaas, «l'unico modo per costruire la propria identità è aggiungere valore: confezionare il prodotto con intelligenza e cultura. Il prodotto apparente, l'oggetto unito alla transazione, non corrisponde per niente al prodotto vero e proprio. Il vero prodotto è diventato cultura e intelligenza.»⁶⁸ A sua volta, il designer assume il ruolo di chi produce cultura in modo intelligente. Come mostra il seguente estratto, l'invito a diventare produttori culturali rivolto ai designer era esplicito:

Il vero investimento è l'investimento nel design stesso, come disciplina che veicola la ricerca e genera conoscenza: conoscenza che permette di partecipare seriamente a discussioni che non riguardano il design. Facciamo in modo che questa conoscenza sia non richiesta, che il designer non abbia bisogno del sostegno di un incarico o di una sistema di condizioni, della sua deferenza, di qualcuno che gli dia una pacca sulle spalle o lo rimproveri. Facciamo in modo che il designer prenda parte al dibattito con le istituzioni, i brand o i partiti politici, senza che tutto ruoti intorno a ottenere il lavoro o farlo fallire. Lasciamo che i designer leggano e scrivano seriamente per conto proprio. Lasciamo che i designer

68. Mau citato in Foster, *op. cit.*, p. 28.



Il *Saturno che divora suo figlio* di Goya ridisegnato dall'utente Twitter @clayhor in stile Corporate Memphis (2020).

offrano il valore aggiunto, l'inutilità e l'auto-
rialità della loro professione al mondo, alla
politica, alla società.⁶⁹

Il ruolo proposto ci ricorda quello descritto da Norman Potter (in termini meno entusiastici) dei designer come generatori culturali: «personaggi ossessivi che lavorano nei retrobottega e producono idee, spesso più utili ad altri designer che al pubblico.»⁷⁰

VERNACOLARE DIGITALE E VENDETTA DELL'AUTORE

L'enfasi sulla conoscenza e sulla cultura spesso coincide con una parziale rinuncia ai territori, non così sicuri, della competenza tecnica, così come a una rinuncia al "tecnico" in senso lato. Con questo non intendo dire che i designer smettono di utilizzare una qualsivoglia procedura o strumentazione, ma che queste ultime retrocedono a uno status di invisibilità, mentre il fulcro del lavoro diventa più umanistico: piuttosto che uno strumento per agire nel mondo, la tecnica stessa diventa l'oggetto di una prospettiva umanistica. A questo punto, è necessaria una chiarificazione di ciò che, in questo contesto, intendo per "tecnico". Il carattere tecnico di una pratica dipende dall'entità della sua diffusione. Ad esempio, l'alfabeto può essere a buon diritto considerato una tecnologia della comunicazione, ma non definiremmo mai uno scrittore come un "tecnico della comunicazione." Questo per dire che la *tecnicità* esplicita delle tecnologie di successo dura per un periodo limitato, dopo il quale passa

69. Van der Velden, "Research and Destroy", *op. cit.*

70. Potter, *op. cit.*, p. 12.

in secondo piano fino a svanire. Un controesempio: oggi, diversamente dalla fine degli anni '80, l'atto di fare doppio clic per aprire una cartella del computer non è visto come un atto tecnico, a meno di non essere un ingegnere che si occupa delle interazioni tra uomo e macchina. Nel momento in cui la tecnicità di una pratica diventa implicita, tale pratica è diventata culturale: si è fatta "testo" in senso in barthesiano, un'istanza da leggere e interpretare. Ed è così che l'autore vendica la sua morte per mano della democratizzazione tecnologica.

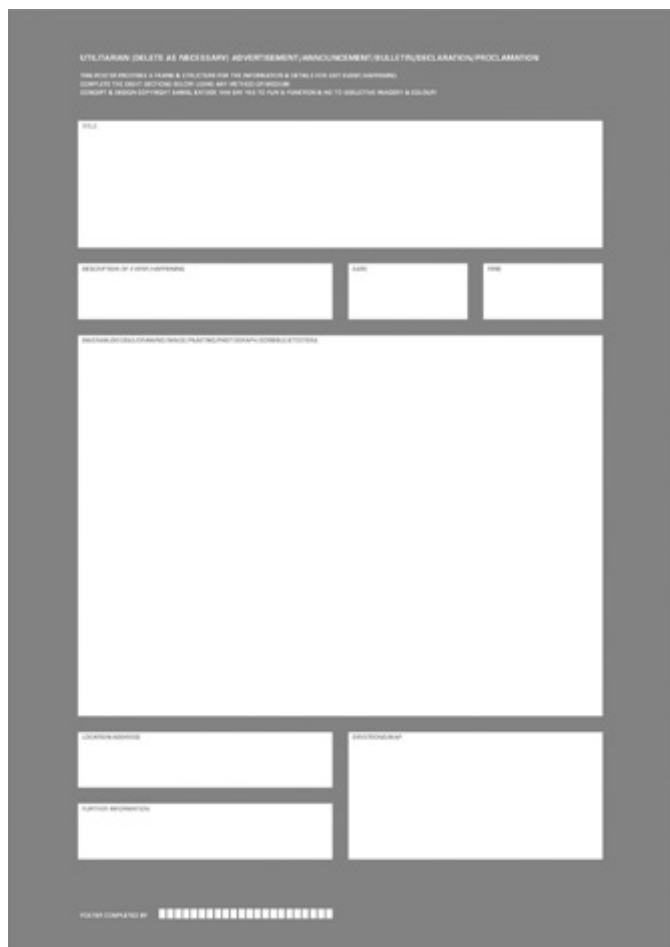
Negli anni '80, l'art director Tibor Kalman e la sua società di design M&CO vollero glorificare le culture visive "basse" e vernacolari, seguendo il movimento analogo di Robert Venturi, Denise Scott Brown e Steven Izenour nel campo dell'architettura. Era tempo di imparare, e non solo da Las Vegas, ma anche dai cartelli stradali o dai menù dei *diner*. «Design senza designer» divenne il motto, concepito dallo stesso Kalman come invito a un evento da lui organizzato. Il motto di chi però? Di un gruppo di graphic designer iper-professionalizzati, ovviamente. «Siamo interessati alla grafica vernacolare – ha affermato Kalman – perché è la forma di comunicazione più pura, onesta e diretta. Ruberemo spudoratamente dalle opere vernacolari.»⁷¹ Ma se il design vernacolare è così puro e onesto, che bisogno c'è di graphic designer professionisti che non fanno altro che depredarlo? È proprio depredandolo che essi assumono un ruolo nuovo, ovvero quello di infondere

71. Kalman citato da Rick Poynor. *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism*. London: Laurence King, 2003, p. 81.

significato e valori nell'ordinario e nel quotidiano. E quale sarebbe allora il ruolo del vernacolare? «[I]nvece di essere in opposizione al modernismo, può essere visto come un mezzo per imprimere un senso di appartenenza alla modernità.»⁷² Data la diffusione dei computer collegati in rete, il recupero vernacolare dell'“Altro” si fonde sempre più con il default digitale. Nel 2008, il graphic designer tedesco Manuel Bürger visitò una copisteria a Mumbai per commissionare il design del proprio biglietto da visita, lasciando totale libertà al proprietario. Non c'è da stupirsi che il biglietto includesse vari elementi rappresentativi della tecnicità del graphic design, come un gradiente arcobaleno e la sagoma in clipart di un plotter.⁷³ Ci sono molti esempi odierni di recupero culturale del vernacolare digitale. Tra i più comuni, quello dello studio di design affermato che utilizza il Comic Sans nei post sui social media e negli annunci di lavoro per mostrare un'attitudine disinvoltata. In questo caso, il Comic Sans non è tanto una manifestazione del cattivo gusto del vernacolare digitale, quanto un residuo iconico della democratizzazione tecnologica. In modo simile, il famigerato meme *Graphic design is my passion* non è tanto una presa in giro nei confronti degli amatori, quanto l'incarnazione della materialità dei software di design, con i loro font di default, effetti visivi standard e librerie di

72. Beegan e Atkinson, *op. cit.*, p. 311.

73. Vedi <https://manuelbuerger.com/business-card>. Oggi, potremmo storcere il naso di fronte a un simile progetto, ma dobbiamo considerare la rapidità con cui la nostra sensibilità culturale si è evoluta negli ultimi decenni. All'epoca, per esempio, il concetto di appropriazione culturale non era di pubblico dominio come lo è adesso.



Utilitarian Poster di Daniel Eatock (1998). «Una forma/template generica serigrafata su carta da giornale che guida metodicamente l'utente nei vari passaggi per creare il proprio annuncio, includendo spazi vuoti in cui inserire informazioni rilevanti, come titoli di eventi, immagini, persone da contattare, ecc.»

clipart. Come può un professionista utilizzare un font generalmente considerato non professionale? Ecco un piccolo test: se usi il Comic Sans e riesci comunque a essere preso sul serio, significa che operi in una sfera culturale.

I professionisti della cultura come i graphic designer postmoderni e i defaultisti spesso contribuiscono ad accelerare la mutazione del tecnico verso il culturale. Il loro interesse può essere rivolto a pratiche che, fino a quel momento, non sentivano il bisogno di manifestare consapevolezza di sé e non avevano alcun incentivo a esplicitare una propria teoria o filosofia. Prima di essere recuperato, il vernacolare è sempre “tecnico”, poiché la sua cultura *risiede* nella sua tecnica, nella sua *Kulturtechnik*. A seguito del suo recupero, il vernacolare diventa “culturale” in senso narrativo, interpretativo o morale: la tecnica è ora il contenuto di una storia o di una parabola. Il recupero del vernacolare è, quindi, la produzione di narrazioni sulle tecniche. In definitiva, è in due modi che ci si avvicina al vernacolare: con distacco ironico e con attaccamento nobilitante. Spesso i due si confondono (mentre Kalman elogiava l'autenticità del design vernacolare, il critico Rick Poynor si chiedeva se «non ci fosse anche un assunto implicito in tali prestiti, dato che le idee visive venivano trasportate dalla cultura popolare (design quotidiano) alla cultura alta (design professionale), ovvero che quella alta fosse intrinsecamente superiore?»⁷⁴). Entrambi, tuttavia, segnalano una distanza. La capacità di creare e mantenere tale distanza è il

74. Poynor, *No More Rules*, op. cit., p. 84.

tratto distintivo del professionista della cultura. E l'orgoglio autoctono, allora? Così come il pastore non chiama le sue pecore "natura", in questo caso non possiamo parlare di vernacolare, poiché non c'è distanza tra il soggetto e l'oggetto.

La designer filippina Clara Balaguer e la curatrice olandese Nathalie Hartjes definiscono il vernacolare in termini temporali: «ciò che è davvero del suo tempo, inventato sfidando le convenzioni: per esempio, lo slang vernacolare afroamericano che snobba l'inglese canonico. Ciò che è nuovissimo e quindi non ancora istituzionalizzato/cannibalizzato. Ciò che non è ancora stato distillato e imbottigliato nel formale. Quando una lingua si formalizza, è allora che può cominciare ad alienare le persone.» Detto ciò, la cannibalizzazione non è un destino per Balaguer, che crede nella capacità di «scrivere del vernacolare *nel* vernacolare»: «[p]er capire quanto lontano si potrebbe arrivare con quel tipo di strumento popolare, bisogna ascoltare in profondità il repertorio del corpo popolare. Se riesci a capirne i presupposti, forse puoi imparare a parlare una lingua simile, aprendo uno spazio di negoziazione.»⁷⁵

COLPA E PERDITA

Alla fine, le critiche più incisive offerte dai designer che utilizzano i Default Systems sembrano essere legate al senso di colpa e alla perdita. I Default Systems, e i formati che

75. Rhys Atkinson e Clara Balaguer. "Learning from the Vernacular." *Futuress*, 16 giugno 2021. <https://futuress.org/stories/learning-from-the-vernacular/>.

includono, riflettono non solo sulla meccanica dei sistemi, ma anche sul pensiero sistemico in generale, e sulla nuova vita dell'uomo nel Villaggio Globale interconnesso. Il computer ha cambiato il design, ma ha anche cambiato i processi del nostro fare e pensare. I formati e i sistemi governano tutto, dalle tecnologie militari alle linee guida per la cittadinanza.⁷⁶

Colpa, paura, perdita, ambizione. Il nostro rapporto con la tecnologia non è solo operativo, bensì legato a un intero spettro di sentimenti: i designer si preoccupano e si entusiasmano, piangono la scomparsa di una tecnica e celebrano la nascita di nuovi know-how. Il territorio è incerto e non privo di rischi, come quello del *deskilling*, inteso come il relativo restringimento e svalutazione di abilità specifiche. Anche qui, il caso del graphic design è emblematico: al di fuori dei circoli del design, il graphic designer è considerato una sorta di tecnico dotato di una certa destrezza con i programmi di desktop publishing. Questa percezione determina il valore sociale del designer come figura professionale e, in parte, la sua retribuzione. Così come è accaduto per l'intero settore dei servizi, alcune competenze – persino alcuni mestieri! – sono stati incorporati all'interno di software di uso generale. La suite Adobe ha oggettificato parte del know-how del design, trasformando una conoscenza pratica in capitale fisso. Come può il design reagire al deskilling? Sostituendo una competenza specifica – tecnica, se vogliamo – che ha perso il suo valore, con una competenza culturale estesa. Possiamo pensare

76. Giampietro e VanderLans, *op. cit.*

a ciò come a un processo di *softskilling*. Parafrasando Tomás Maldonado, il designer è sempre più intellettuale e sempre meno tecnico. Sfortunatamente, però, l'approccio umanistico non sembra molto redditizio: chi comprerà i prodotti narrativi del professionista culturale? Proverò a rispondere a questa domanda negli ultimi due capitoli.

CAPITOLO 6

KRITIKAOKE:
POLITICA ORNAMENTALE
E IDENTITÀ COME SKILL

«Un tempo [gli artisti] firmavano le loro lettere, come Kant e Hume, “servo umilissimo,” e intanto minavano le basi del trono e dell’altare. Oggi dànno del tu ai capi di governo e sono sottomessi, in tutti i loro impulsi artistici, al giudizio dei loro principali illetterati.»
– Max Horkheimer e Theodor W. Adorno, 1944¹

«Tutto ciò che oggi si dichiara marginale, irrazionale, una rivolta, anti-arte, anti-design, ecc. [...] tutto questo obbedisce, volente o nolente, alla medesima economia del segno.»
– Jean Baudrillard, 1972²

«La mia biografia è più interessante della mia arte»
– *foundationClass collective a Documenta 15, 2022

CARISMA

Nel 2017 mi trovavo a Berlino per partecipare a Re:Publica, una conferenza internazionale che unisce innovazione, politica, branding e tecnologia. Sul palco principale, subito dopo l’intervento del grande maestro di scacchi e attivista russo Garry Kasparov, era il turno di Dr. Nelly Ben Hayoun, experience designer e «artefice dell’impossibile.» Ben Hayoun è unanimemente considerata, da personalità del calibro di Hans Ulrich Obrist e Michael Bierut, una forza della natura, «una fonte inesauribile di energia rinnovabile.»³ Sebbene la straordinaria portata

1. Max Horkheimer e Theodor W. Adorno. *Dialettica dell’Illuminismo*, Torino: Einaudi, 2010, p. 140.

2. Jean Baudrillard. “Design and the Environment: Or, The Inflationary Curve of Political Economy.” In *The Universitas Project*, op. cit., p. 60.

3. Aimee McLaughlin. “Nelly Ben Hayoun on Her Theory of Total Bombardment.” *Creative Review*, 27 giugno 2018.

dei suoi lavori, per clienti come NASA, MoMA o Airbnb, implichi l'esistenza di un team («noi lavoriamo,» «noi crediamo»), i Nelly Ben Hayoun Studios sono chiaramente incentrati attorno a una leader carismatica. Le loro produzioni sono davvero impressionanti, e di solito includono più di una ventina di righe di crediti. Al cospetto di una orchestrazione di talento tanto vasta e vibrante, qualunque progettista impallidirebbe.

Nelly Ben Hayoun era lì, nella fascia oraria di punta, per presentare la University of the Underground, un nuovo corso post-laurea composto da «sognatori ad occhi aperti» con l'obiettivo di formare quegli instancabili designer critici e radicali di cui il nostro mondo ha oggi tanto bisogno. Una scuola per «i Willy Wonka dei tempi moderni, i Joy Division contemporanei, i JG Ballard, le Marie Curie e i Rauschenberg di oggi, ricercatori in azione e designer, mitologi e creatori di nuovi mondi!»⁴ Sul palco, l'experience designer francese ha soddisfatto le aspettative: la sua performance si è rivelata gioiosamente caotica, con un pubblico divertito e numerosi colpi di scena (parlando di leadership carismatica, a un certo punto c'erano *tre* Nelly sul palco).

La University of the Underground (UUG), ospitata ad Amsterdam dal prestigioso Sandberg Instituut ma con un'ulteriore sede a Londra, è solo uno dei tanti esperimenti, grandi e piccoli, nel

<https://www.creativereview.co.uk/nelly-ben-hayoun-on-her-theory-of-total-bombardment/>.

4. <http://nellyben.com/projects/experiences/the-university-of-the-underground/>.

campo della pedagogia alternativa.⁵ Quindi, cosa rende l'UUG un caso studio particolarmente affascinante? Oltre al suo lodevole impegno per un'istruzione gratuita e al piano ambizioso di tenere in vita il suo corso di Master per ben cento anni, il branding bombastico, il posizionamento e la leadership carismatica dell'iniziativa – che strizza l'occhio ai movimenti dal basso e alle esperienze “fai da te”, valorizzando al tempo stesso libertà e personalità – rappresentano una buona occasione per riflettere sull'attuale ruolo e significato della controcultura. Com'è possibile che le istituzioni, sia emergenti che ben consolidate, possano neutralizzare, rigurgitare e poi persino amministrare le espressioni controculturali?

TESSITORI DI MITI, SOLDATI CREATIVI, FUTURI PRESIDENTI

All'interno dell'UUG, il caos è considerato «un metodo di coinvolgimento pubblico.» Radicata nel Critical Design di Anthony Dunne e Fiona Raby, influenzata dalle pratiche teatrali e ispirata dall'idea del mitologo di Roland Barthes, la scuola forma «soldati creativi» capaci di infiltrarsi nelle istituzioni al fine di «progettare il cambiamento» con la speranza che – chissà – qualcuno di loro possa un giorno diventare presidente. «Fabbricare controculture» generando «ispirazione positiva e turbamento» è la strada da percorrere. L'insieme di riferimenti alla base della cultura della scuola

5. Tra questi, nel campo del design, figurano la Scuola Open Source nel sud Italia, la Parallel School e le sessioni nomadi di Relearn. Focalizzandoci sui Paesi Bassi, troviamo Hackers and Designers e Open Set.



Esempio di “finto picchetto” avvenuto durante
Re:Publica 2017. Foto di Dennis Knake/Lemonbeat.

è eclettico e massimalista: il punk, il teatro della crudeltà di Artaud, le «utopie pirata,»⁶ gli Smiths, e così via. L'università del sottosuolo si presenta un po' come la cameretta di un adolescente: uno spazio ludico organizzato in modo da segnalare un senso di appartenenza ad alcuni gruppi, suggerendo in questo modo diverse varietà di *coolness*.

Il posizionamento gioca un ruolo cruciale. Descrivendo il progetto International Space Orchestra, Ben Hayoun chiarisce la sua concezione di controultura, che a suo modo deriva dal modello di Pierre Bourdieu delle diverse forme di capitale.⁷ In un certo senso, sembra che la University of the Underground abbia incorporato l'analisi di Bourdieu *un po' troppo bene*. Il suo branding combina un lessico critico/*disruptive* con una serie di icone culturali progressiste, un team di consulenti molto diversificato e un'estetica della strada che ricorda le zine punk piene di stencil, fotocopie e marker. Questa mobilitazione diretta di capitale culturale, sia nel suo stato incarnato che oggettivato, ci dice molto sull'attuale panorama istituzionale – che non ha più paura degli “agitatori”, ma li accoglie. Lo stesso vale per i media moderatamente progressisti e del loro pubblico, che l'UUG tenta di sedurre. Ecco le nuove «regole per radicali.»⁸

Chiaramente, mobilitare le varie forme di capitale è sia inevitabile, che necessario. Eppure sembra che l'UUG, come molte altre istanze di

6. Vedi https://en.wikipedia.org/wiki/Pirate_utopia.

7. Pierre Bourdieu. *Forme di capitale*, Roma: Armando Editore, 2016.

8. Vedi Saul D. Alinsky. *Rules for Radicals: A Practical Primer for Realistic Radicals*. New York: Vintage Books, 1989.

“cambiamento radicale” nel design, riproduca meramente le tradizionali dinamiche di accumulazione, celandole sotto il velo di un gergo «*criti-cool*».⁹ Lavorare con le istituzioni? Noioso... Noi le “infiltriamo”. Designer? No grazie, chiamateci “soldati creativi.” Una sembianza di antagonismo è l'accessorio perfetto per il look casual del prestigio. Paradossalmente, la manifestazione di un capitale sociale e culturale pseudo-antagonista viene usata come leva per acquisirne ancora di più, in una forma pacificata e istituzionalizzata, mascherando conversioni economiche dirette e indirette che avvengono altrove. *Anti* è la precondizione di *into*, e in seguito il suo corollario.

Lo stesso Bourdieu intravedeva nella contro-cultura un tentativo di costituire un mercato con le proprie regole:

Così, quella che oggi viene chiamata la «contro-cultura» potrebbe benissimo essere il risultato degli sforzi degli autodidatti di nuovo tipo per affrancarsi dalle leggi del mercato scolastico (al quale gli autodidatti all'antica, meno sicuri di sé, continuano a sottomettersi, nonostante che queste leggi condannino in anticipo i loro prodotti), costituendo un altro mercato, dotato di proprie istanze di consacrazione, ed in grado di contestare praticamente, proprio come il mercato mondano o quello intellettuale, la pretesa dell'istituzione scolastica di imporre, ad un mercato dei beni culturali completamente

9. Francisco Laranjo. “Critical Everything.” *Modes of Criticism*, 4 agosto 2015. <https://modesofcriticism.org/critical-everything/>.

unificato, i criteri di valutazione delle competenze e delle maniere che vigono all'interno del mercato scolare o, per lo meno, all'interno dei settori più "scolastici" di questo mercato.¹⁰

Ciò che il sociologo francese non aveva previsto, tuttavia, è che il mercato istituzionale sarebbe stato in grado di digerire quello controulturale. La cultura e le relazioni sociali diventano rispettivamente capitale culturale e sociale quando vengono utilizzate per competere, consapevolmente o meno, con altri attori. Competere per cosa? Piattaforme di espressione, attenzione, finanziamenti. E questi ultimi vengono raramente stanziati a coloro che rifiutano il ruolo *disruptive* istituzionalmente confezionato per il docile professionista creativo di alto livello. Non dovrebbe essere l'obiettivo della controcultura quello di rivelare gli automatismi nascosti dietro l'acquisizione, la mobilitazione e la conversione, non solo del capitale economico, ma anche di quello sociale e culturale?

ATTACCAMENTO IRONICO

Durante la presentazione di Re:Publica, per calare il pubblico nell'atmosfera della scuola, è stata proiettata la candidatura di un aspirante studente. Si trattava di un videoclip in cui il candidato suonava una canzone degli anni '80, cantando un testo pieno di cliché del discorso contemporaneo sul design («*I want to change the world,*» «*I'm process-led, concept-driven*»). Ironicamente, la sua esibizione suggeriva che l'espressione radicale istituzionalizzata fosse diventata ormai la norma. La performance

10. Pierre Bourdieu. *La distinzione: Critica sociale del gusto*. Bologna: Il Mulino, 1983, p. 97.

parodiava un'attitudine comune, prendendo spunto da un ruolo tipico in uno spettacolo altrettanto convenzionale: quello del creativo che si rivolge a un'organizzazione. L'ironia stava nel giustapporre l'ambizione solenne ed entusiasta di cambiare il mondo con un'intonazione secca e una melodia frivola, destinata all'intrattenimento e al consumo distratto: l'adesione entusiasta come muzak. L'aspirante studente stava trollando? Forse. Una cosa è certa, però: a un livello ironico più alto, quella che nasceva come una critica all'impegno entusiasta, era in fin dei conti usata non ironicamente per impegnarsi davvero.

Gli Indiani metropolitani, parte di una sottocultura giovanile artistica post-hippie legata al movimento del '77, impiegavano l'ironia come strategia di disorientamento nelle manifestazioni di protesta pubblica, urlando slogan come «Più lavoro, meno salario!» Ispirati tanto dai *Grundrisse* quanto dal Dadaismo, erano attratti dall'ambiguità intrinseca dell'ironia:

Ciò che ci interessa è il senso di amarezza che l'ironia ci lascia, la sua azione livellante. L'ironia apre spazi, scardina, rivela ciò che non può più essere nascosto [...]. L'ironia è priva di carne e sangue, è solo parzialmente una pratica di liberazione, tanto quanto lo sono la violenza e la sua organizzazione. Infine, l'ironia è frustrante come il «linguaggio che marca lo spazio tra i nostri desideri e la difficoltà della loro realizzazione.»¹¹

11. Patrick Cuninghame. "A Laughter That Will Bury You All": Irony as Protest and Language as Struggle in the

L'ironia, all'epoca, permetteva di insinuarsi nella frattura tra aspettative e realtà. Ma la nostra società è post-ironica, perché ha imparato a neutralizzare il potere sovversivo dell'ironia semplicemente incorporandola. Un marketplace online globale può lanciare una campagna spudorata che promuove lo stacanovismo,¹² mentre H&M può vendere a buon prezzo felpe con la scritta UNEMPLOYED.¹³ Come ha sottolineato David Foster Wallace, l'ironia, specialmente nella sua variante postmoderna, si è allontanata dalle sue origini antagonistiche riducendosi a una semplice tecnica pubblicitaria che, pur piacendo al pubblico, agisce come uno scudo protettivo contro le critiche, perché come si può criticare ironicamente qualcosa che già ironizza su se stesso?¹⁴

Parafrasando DFW, il videoclip dell'aspirante riesce a deridere contemporaneamente se stesso, il mondo del design e coloro che dovrebbero valutare il suo atteggiamento, appagati dal fatto che *capiscono lo scherzo*. Tuttavia, vorrei offrire un'altra interpretazione della postura ironica del videoclip,

Italian 1977 Movement." *Libcom*, 5 gennaio 2012. <https://libcom.org/article/laughter-will-bury-you-all-irony-protest-and-language-struggle-italian-1977-movement>.

12. Vedi Silvio Lorusso. "We, the Doers: Fiverr's Entrepreneurial Populism and a 3-Day Workweek." *Entreprenariat* (blog), 20 marzo 2017. <https://networkcultures.org/entreprenariat/we-the-doers/>.

13. Brian O'Flynn. "Class Struggle: When Did 'Unemployed' Become a T-Shirt Slogan?" *The Guardian*, 3 maggio 2018. <https://www.theguardian.com/fashion/2018/may/03/class-struggle-working-class-unemployed-become-t-shirt-slogans>.

14. David Foster Wallace. "E Unibus Pluram: Television and U.S. Fiction." *Review of Contemporary Fiction* 13, n. 2 (1993). http://jsomers.net/DFW_TV.pdf.

basata sul distacco. Comunemente, l'ironia serve a lenire il senso di impotenza e irrilevanza. Quando attivata, la modalità di "distacco ironico" ci permette di prendere le distanze da miserie collettive e individuali. In cambio, paghiamo lo scotto del disimpegno. Cos'è la canzone dello studente, se non una presa di posizione disimpegnata sull'impotenza dell'impegno?

SITUAZIONI TERRIBILI, GRANDI OPPORTUNITÀ

Durante la conferenza di Ben Hayoun, la nozione di «performance della politica» ha catturato la mia attenzione. Il termine indicava una tecnica per coinvolgere il pubblico (ciò accadeva ben prima che l'espressione "attivismo performativo" diventasse peggiorativa). Dilatandola un po', questa nozione può essere usata per identificare uno degli aspetti costitutivi dell'ambiguo sistema di valori del design. Il design ha da tempo imparato ad aborreire la sua natura commerciale, utilitaristica, sprecona e disumanizzante. Figure chiave come Victor Papanek e Ken Garland hanno criticato apertamente la quantità di tempo ed energia che i designer spendono a lucidare gli ingranaggi della macchina capitalista. Più recentemente, i già citati Anthony Dunne e Fiona Raby hanno sostenuto un'idea di design che ci faccia pensare anziché farci comprare (un binomio discutibile, a dire il vero).¹⁵ I designer hanno imparato a buttare giù manifesti – e così hanno fatto le agenzie pubblicitarie.¹⁶ Naturalmente,

15. Anthony Dunne e Fiona Raby. "A/B." *Dunne & Raby*, 2009. <https://dunneandraby.co.uk/content/projects/476/0>.

16. Vedi <http://www.manifestoproject.it/> e Tara-Nicholle

EMOTIONAL LABOR INVOICE

Marginalized Folks, Inc. TO: Potential Ally
Privileged Folks, Ltd

SERVICE PROVIDER	SPECIALIZATION	DUE DATE
Marginalized Person You Know	Existing in Oppression	<u>DUE ON RECEIPT</u>

DESCRIPTION	#	UNIT PRICE	LINE TOTAL
Helped you understand your racism/sexism/transphobia/ableism/etc.		\$ 100.00	
Endured your microaggression(s)		\$ 200.00	
Taught you about microaggressions & structural oppression		\$ 300.00	
Explained something about oppression you could've Googled		\$ 125.00	
Clarified that you are not entitled to my time		\$ 250.00	
Clarified that you are not entitled to my pain		\$ 350.00	
Softened my reaction to spare your feelings		\$ 500.00	
Made you feel like a "good" ally		\$ 600.00	
Listened to "not all..." and similar derailments/fragility		\$ 750.00	
Smiled when you apologized for not speaking up in the meeting		\$ 1,000.00	
Subtotal			
Marginalization Tax Adjustment			\$ 1,500.00
Amount Due:			

© Anastasia Collins

 This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

anche l'UUG ha prodotto il suo manifesto.¹⁷ Nel frattempo hanno preso piede, una dopo l'altra fino a oggi, diverse etichette come Social Design, Critical Design, Speculative Design, ecc. Ognuna di queste iterazioni ha contribuito a un focus sempre più urgente, ma anche astratto, sui grandi temi del nostro tempo. Questo focus non è solo il perfetto riflesso della hubris del design, ma anche un simbolico ritorno d'investimento nella moneta della fiducia in sé, per chi ha dedicato anni a diventare designer.

La saga degli eroi del design che combattono enormi problemi sociali è stata abilmente confezionata in eventi come What Design Can Do, una piattaforma olandese creata per «manifestare il potere del design; mostrare che il design può fare di più che rendere le cose esteticamente gradevoli. Chiamare i designer a farsi avanti, assumersi le loro responsabilità e prendere in considerazione il contributo positivo che possono dare alla società.»¹⁸ Ogni anno viene lanciata una nuova sfida, come la «sfida dei rifugiati» o la «sfida del cambiamento climatico,» fino a far sì che una questione geopolitica multidimensionale, come ha riportato il quotidiano *Volkskrant*, sia ridotta a una competizione in stile Dragons' Den, un talent per imprenditori

Nelson. "What Transformational Brands Do: Manifesto Marketing." *Ad Age*, 25 aprile 2017. <https://adage.com/article/agency-viewpoint/transformational-brands-manifesto-marketing/308572>. Nel 1978, Rem Koolhaas si domandava «come scrivere un manifesto in un'epoca disgustata dai manifesti?» Oggi la domanda diventa «come scrivere un manifesto in un'epoca avvinta dai manifesti?».

17. <https://universityoftheunderground.org/design-experiences-manifesto>.

18. <https://www.whatdesigncando.com/>.

della TV inglese. In tale contesto, il design si posiziona come la «disciplina definitiva per risolvere i problemi,»¹⁹ superiore ai governi o alle ONG. Tragédie globali diventano opportunità progettuali. Letteralmente. Bruce Mau, autore dell'*Incomplete Manifesto for Growth* («Manifesto incompleto per la crescita»), avrebbe dichiarato che «una situazione terribile è una grande opportunità per utilizzare il design thinking.»²⁰ Lo stesso design thinking che può essere venduto ad aziende e corporation. Il sogno bagnato di un linguaggio progettuale universale diventa realtà nel paradigma del design thinking come consulenza.

È indubbio che i singoli designer possano essere sinceramente preoccupati per questioni specifiche, siano esse piccole o grandi, e che supportino o appartengano a determinati gruppi sociali, ma il design come campo tende a occuparsi di problemi generali riguardanti una categoria, un gruppo di utenti, una serie di *personas*. Il design è umanitario, nel senso che non si preoccupa di *alcuni* esseri umani, ma dell'Umanità. Questa è, almeno parzialmente, una forma di propaganda professionale rivolta ai policy maker affinché investano denaro nella macchina delle industrie creative, finanziando il prossimo evento o premio sul design sociale. Una nozione ecumenica di impatto sociale è accattivante. L'impegno politico e civile

19. Ruben Pater. "Treating the Refugee Crisis as a Design Problem Is Problematic." *Dezeen*, 21 aprile 2016. <https://www.dezeen.com/2016/04/21/ruben-pater-opinion-what-design-can-do-refugee-crisis-problematic-design/>.

20. Bas van Lier. "If Things Are Bad, That's Good." *What Design Can Do*, 28 marzo 2017. <https://www.whatdesign-cando.com/stories/things-bad-thats-good/>.

viene quindi performato, almeno in parte, per compiacere il grande Altro dotato di potere decisivo. Facendo ciò, il design costruisce un'immagine imperfetta ma altamente artificiale del mondo, al fine di offrire un lieto fine risolutore, che, come nel caso di molti culti messianici, viene costantemente posticipato. Chi «interromperà il ciclo del capitalismo?» I designer, naturalmente.²¹

Inevitabilmente, questo tipo di pensiero magico influisce sulla formazione, poiché gli studenti sono incoraggiati, esplicitamente o meno, a esercitare una “moralità vistosa” e a usarla per soddisfare la loro ambizione: gli studenti di design diventano così *arrampicatori morali*.²² Il progressismo, insieme all'impegno sociale e politico, diventa una forma di consumo posizionale e, in quanto tale, un valore aggiunto del progetto e del designer. Su ciò si stabilisce il contesto di valutazione da parte degli insegnanti, degli enti finanziatori e degli stakeholder. Così, il complesso educativo-museale del design offre un *Grundkurs* («corso di base») disposizionale che incoraggia a simulare un'espressione più o meno standardizzata di contrizione critica e sociale, all'interno di limiti etici sicuri e in qualche modo predefiniti. Uno sfoggio di buone intenzioni falsamente modesto che non urta nessuno. In questo contesto, la nozione di performance della politica, più che una forma di coinvolgimento profondo,

21. Diana Budds. “9 Ideas Shaping The Future Of Design, According To Ideo, Microsoft, Autodesk, MIT, And More.” *Fast Company*, 12 settembre 2017. <https://www.fastcompany.com/90139617/9-ideas-shaping-the-future-of-design-according-to-ideo-microsoft-autodesk-mit-and-more>.

22. Espressione presa in prestito dallo scrittore Guido Vitiello.

diventa una glassa da spalmare sui propri progetti. Le conseguenze, secondo gli anonimi amministratori di @dank.lloyd.wright, account Instagram di meme sull'architettura, sono gravi: «Il problema è che, dietro la patina del linguaggio progressista, le relazioni di potere tradizionali e i modelli di estrazione restano i soliti. La consapevolezza di questa disconnessione non porta a un cambiamento sistemico, bensì a sentimenti di disaffezione e impotenza.»²³

POLITICHE ORNAMENTALI

Chiunque lavori con i fondi per le industrie creative avrà notato che negli ultimi anni hanno ricevuto un trattamento di favore i progetti con un forte sottotesto *sociale*. Non solo la “poliedricità”, ma la politica stessa è diventata una strategia di sopravvivenza per i designer – una forma di branding necessaria nonché un requisito importante nei nostri portfolio.²⁴

Designer come Anastasia Kubrak, citata qui sopra, comprendono che un modo per affermarsi nell'arena culturale è quello di «progettare la propria lotta.»²⁵ Essere “politici” è un valore aggiunto. Tuttavia, l'idea di politica che ispira questo

23. James Brillon. “Instagram Account Dank.Lloyd.Wright Aims to ‘Amplify Narratives That Are Excluded from Architecture’s Official Consensus.’” *Dezeen*, 30 agosto 2022. <https://www.dezeen.com/2022/08/30/instagram-dank-lloyd-wright-interview/>.

24. Anastasia Kubrak. “Under Unwritten Terms & Conditions.” In de Vet, *op. cit.*, pp. 166-7.

25. Gerritzen e Lovink, *Everyone is a Designer in the Age of Social Media*, *op. cit.*, p. 103.

atteggiamento è riduttiva: più che di ciò che il progetto *fa*, si preoccupa di ciò che il lavoro *dice*. Lo statement, il manifesto, l'invettiva sono valorizzati più della logica interna di un lavoro o delle relazioni sociali che genera. La dimensione politica viene trattata più come un distintivo che come un processo, con il rischio ulteriore di trasformarla in un feticcio, una necessità formale, una norma. La politica acquisisce un valore decorativo, diventa *politica ornamentale*: lo slogan radicale, la posa da attivista, la dichiarazione altisonante vanno a decorare pratiche pienamente autonome, cioè staccate dalle acque torbide delle politiche concrete, sia macro che micro.²⁶ Spesso, ma non sempre, la politica è ridotta all'equivalente di una spilla di Che Guevara su uno zaino Invicta.²⁷ Ciò è confermato da alcune forme simboliche piuttosto frequenti nell'arena culturale del design. Tra queste, figura prepotente il "finto picchetto," ovvero un mucchio di cartelli di protesta con slogan innocui o addirittura privi di significato, utilizzati come installazione temporanea durante un festival o una serie di conferenze.²⁸ Stiamo assistendo a una nuova

26. Questo non vuol dire che l'ornamento non possa essere politico. Il problema, qui, sta nella riduzione della politica a ornamento. In breve: «sì alla politicizzazione dell'ornamento, no alla politica ornamentale.» Ringrazio Sofia Gonçalves per aver provocato questa riflessione.

27. Vedi Schessa Garbutt. "Black Lives Matter Is Not a Design Challenge." *Design Toast* (blog), 14 luglio 2020. <https://medium.com/design-toast/black-lives-matter-is-not-a-design-challenge-f6e452ff7821>.

28. Un finto picchetto si è svolto proprio durante l'evento Re:Publica, mentre un altro ha avuto luogo durante l'edizione del 2019 della Dutch Design Week. Detto ciò, anche dichiarazioni politiche altamente significative

estetizzazione della politica, benintenzionata ma ormai assimilata dalle istituzioni? O si tratta di un feticismo della ribellione, dove l'espressione conta più della progettualità, e in cui i progettisti sono spinti ad amare la "rivolta" più del mondo che dovrebbe generare?²⁹ Diamo ascolto ancora una volta a Walter Benjamin, il quale «pretendeva che gli artisti non si limitassero ad adottare un "contenuto" politico, ma che rivoluzionassero i mezzi attraverso i quali il loro lavoro viene prodotto e distribuito.»³⁰

Nel 1998, Mr. Keedy scriveva su *Emigre*: «i giovani designer di oggi non si preoccupano più di vendersi o di dover lavorare per "il capo," una superbia che ormai quasi nessuno può permettersi. Ora tutti vogliono essere "il capo." Tutto ciò che rimane dell'avanguardia nel design grafico non riguarda più la resistenza, la critica culturale o la sperimentazione con il significato. Ora l'avanguardia consiste solo nella padronanza tecnologica: chi sta usando la riga di codice più audace o chi questa settimana sta sfruttando al meglio il proprio

possono diventare ornamentali. È il caso, ad esempio, di un gigantesco affresco pedonale nel centro di Washington D.C., che recita "Black Lives Matter" in maiuscolo.

Secondo il filosofo Olúfémi Táíwò, si tratta di un esempio della «tattica delle élite di performare una politica identitaria simbolica per pacificare i manifestanti senza attuare riforme materiali.» *Elite Capture: How the Powerful Took Over Identity Politics (and Everything Else)*. Chicago, IL: Haymarket Books, 2022.

29. Cfr. Maldonado, *La speranza progettuale*, op. cit., p. 99.

30. Walter Benjamin citato da Ellen Lupton. "Designer as Producer." In Ellen Lupton e Andrew Blauvelt (a cura di). *Graphic Design: Now in Production*. Minneapolis: Walker Art Center, 2012.

HTML.»³¹ Tuttavia, nell'ambito del complesso educativo-museale, è vero l'opposto: la critica culturale esplicita si sviluppa a scapito della "padronanza", considerata espressione di una mentalità gretta. L'antidoto? Una comprensione ampia della politica, per cui un lavoro che rende esplicite le sue politiche non dovrebbe essere considerato superiore a un lavoro "formale" che le attua implicitamente.

Manifestazioni di politica ornamentale, *virtue signalling*, performatività politica, ecc. sono generalmente interpretate attraverso la lente della sincerità. Se prendi una posizione politica per il tuo beneficio economico, sei un "venduto" o sei stato cooptato. Questa lente non è analiticamente utile: la purezza politica (che è diversa dalla coerenza) è la virtù dei martiri. Piuttosto che interrogarsi sulla veridicità della virtù segnalata, ha più senso analizzare i meccanismi di segnalazione. Se la politica è una casella importante nel portfolio di un designer, significa che è analoga a una skill. Dunque, una posizione politica o, più precisamente, *l'espressione del proprio posizionamento politico*, in particolare verso una direzione che è considerata accettabile o addirittura corretta, diventa una forma di competenza. Su questa linea, Raffaele Alberto Ventura conclude che «la correttezza politica non è un *merito* innato bensì niente di meno che una competenza acquisita.»³²

31. Mr. Keedy. "Graphic Design in the Postmodern Era." *Emigre*, 1998. <https://www.emigre.com/Essays/Magazine/GraphicDesigninthePostmodernEra>.

32. Raffaele Alberto Ventura. "La cattiva notizia è che la cancel culture esiste eccome." *Wired Italia*, 10 maggio 2021. <https://www.wired.it/play/cultura/2021/05/10/cancel-culture-esiste-debunker-politicamente-corretto/>.



Meme di @ethicaldesign69 che mobilita la tensione tra la disposizione critica e quella estetica (2023).

DISPOSIZIONE CRITICA

Secondo Pierre Bourdieu, la disposizione estetica è stata a lungo lo strumento tradizionale di distinzione tra le masse e le élite. Nel 2018, Nicholas Holm ha suggerito che questa fosse stata progressivamente rimpiazzata da una disposizione critica. Ecco come opera quest'ultima:

Come la disposizione estetica, questa nuova disposizione critica si fonda su un insieme distinto di regole per interpretare e giudicare la cultura. Tuttavia, mentre la disposizione estetica si concentra sulla forma e sull'espressione, la disposizione critica affronta i testi in termini politici, ovvero a seconda del loro coinvolgimento con strutture di potere più ampie [...] In una visione del mondo di questo tipo, ciò che si pensa separi le élite dalla gente comune non è più la cultura alta, ma un orientamento critico verso il mondo che si manifesta frequentemente in termini di interpretazione culturale.³³

Facendo riferimento a riviste, blog e podcast come *Buzzfeed*, *NPR* e *New Yorker*, Holm dimostra che la disposizione critica, non di rado un motivo d'orgoglio nel mondo del design, è in realtà un fenomeno generalmente diffuso. Va da sé che l'emergere della disposizione critica ha un effetto negativo su quella estetica, ragion per cui, ad esempio, le

33. Nicholas Holm. "Critical Capital: Cultural Studies, the Critical Disposition and Critical Reading as Elite Practice." *Cultural Studies* 34, n. 1 (2 gennaio 2020): 143-66. <https://doi.org/10.1080/09502386.2018.1549265>, pp. 10-7.

letture formaliste di un artefatto vengono considerate naif. Nei circoli culturali del design, la disposizione estetica deriva dalla nozione di funzione (anche quando la oppone!). Se consideriamo il funzionalismo come «apparenza di valore d'uso,» comprendiamo che non è altro che un peculiare tipo di giudizio estetico. Tuttavia, quando la disposizione critica diventa pervasiva, il designer ossessionato dalla *gute Form* inizia a occupare una posizione inferiore nell'arena culturale, dando luogo ai vari tentativi di restare al passo con il sempre più ricco inventario di concetti critico-politici.

I designer mostrano una disposizione critica esprimendo la loro ambizione a sensibilizzare il pubblico (*raise awareness*, in gergo) su una determinata questione o problema. Questo impulso deriva certamente dal ruolo pedagogico che i designer aspirano a ricoprire nella società, ma è anche legato a una più ampia visione *liberal* del mondo. Secondo l'artista Brad Troemel, «sensibilizzare rappresenta, in ultima analisi, il processo che consiste nel far capire alle persone che sei consapevole della conversazione che conta.»³⁴ La sensibilizzazione si concentra sempre su questioni ritenute “urgenti”. Sottolineando l'urgenza di tali problematiche, gli individui proclamano inoltre la propria rilevanza culturale. Ciò risulta evidente nelle campagne sui social media. Similmente, Catherine Liu afferma che «i membri liberali delle classi titolate amano usare la parola “*empower*” (conferire potere) quando parlano della “gente”, ma l'uso di quel verbo oggettivizza i destinatari del loro

34. <https://www.patreon.com/posts/left-cant-meme-77324335>.

aiuto implicando che la gente non abbia accesso al potere senza di loro.»³⁵ È così che l'empowerment crea una distinzione, almeno simbolica, tra chi ha potere e chi no. È importante considerare l'aspetto economico della sensibilizzazione, poiché necessita di risorse minime. Rilasciare una dichiarazione richiede minor tempo ed energia rispetto alla costruzione di un prodotto, ergo la posizione privilegiata dei designer grafici come attori critici. Secondo Glenn Adamson, «il graphic design in particolare si presta a gesti di protesta, dalle copertine degli album punk ai banner fatti a mano. Ma l'architettura e il design del prodotto, dove stanno i soldi veri, sono sempre stati settori di servizio.»³⁶

ATTIVISTA O AUTORE?

Non è raro che i designer presentino il loro lavoro come una forma di attivismo. Ma non rischia questo di svilire l'impegno degli attivisti per così dire comuni, che prendono parte ai movimenti in modo semi-anonimo? Ann Thorpe, che ha proposto una serie di criteri per identificare cosa costituisce l'attivismo nel design, indica che le pratiche del Critical Design sono caratterizzate da un certo distacco: «gli esempi di design critico spesso eludono due questioni gemelle: formulare richieste specifiche di cambiamento e chiarire come tale cambiamento avvantaggi un gruppo danneggiato o escluso. Quello che invece fanno è mostrare l'impegno del design nel trasformare o sfidare il discorso

35. Catherine Liu. *Virtue Hoarders: The Case Against the Professional Managerial Class*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, 2021, p. 1.

36. Adamson, *op. cit.*

culturale.»³⁷ Qui vediamo, ancora una volta, che l'arena del designer autoproclamatosi attivista si limita all'industria culturale, senza estendersi alla società nel suo complesso. In alcuni contesti educativi, questo orientamento è esplicito, come nel curriculum sull'auto-etnografia nel design sviluppato da Louise Schouwenberg, che considera il design «una pratica di critica culturale.»³⁸ In un post su Instagram, poi cancellato, la critica di design Alice Rawsthorn afferma con entusiasmo che «ci sono molti esempi di grande attivismo nel design: dal semplice gesto fisico di alzare e stringere un pugno [...] alla strategia basata sulla codifica dei colori [...] adottata dalle suffragette britanniche all'inizio del 1900.» Il panprogettismo è qui asservito a una chiara strategia culturale: qualificando qualsiasi forma di attivismo come attivismo *del design*, il professionista culturale può scrivere, curare e parlare di qualsiasi cosa.

37. I suoi criteri per considerare il design come attivismo: «rivela o inquadra pubblicamente un problema o una questione gravosa; rivendica il cambiamento in modo conflittuale (esige un cambiamento) basandosi su tale problema o questione; lavora a favore di un gruppo trascurato, escluso o svantaggiato; interrompe le pratiche di routine o i sistemi autoritari, il che gli conferisce la caratteristica di essere non convenzionale o non ortodosso, ovvero al di fuori dei canali tradizionali di cambiamento.» Ann Thorpe. "Defining Design as Activism." In *Journal of Architectural Education*, 2011, p. 6.

38. Schouwenberg citata da Jarrett Fuller. "The Auto-Ethnographic Turn in Design." *Design and Culture*, 27 aprile 2022, 1-3. <https://doi.org/10.1080/17547075.2022.20611>

38. Questa svolta è, ovviamente, connessa all'autonomia. Schouwenberg continua: «Abbiamo sottolineato quanto sia importante per i designer formulare i propri programmi e ideali, e basarli su interessi personali e talenti artistici.»

Da questa prospettiva, la politica e l'attivismo possono essere visti come sottoinsieme di un approccio autoriale più ampio, che è stato a lungo formulato e difeso dai designer per mantenere, o più precisamente acquisire, un'«autonomia critica.»³⁹ Il designer e scrittore Michael Rock riconosce che per il designer-autore non esiste differenza fondamentale tra qualsiasi tipo di lavoro autonomo:

La retorica generale dell'autorialità sembra includere qualsiasi progetto di un designer che sia auto-motivato, dai libri d'artista all'attivismo politico. Ma i libri d'artista rientrano facilmente nel regno e nel potere descrittivo della critica d'arte. Il lavoro dell'attivista può essere facilmente spiegato utilizzando allusioni alla propaganda, al graphic design, alle pubbliche relazioni e alla pubblicità.⁴⁰

L'assenza di un "cliente" genera una certa perplessità quando si parla di attivismo, dato che solitamente consiste in un'attività comunitaria in cui un gruppo esprime bisogni e richieste specifiche. Per dirla con Thorpe: «infine, la maggior parte degli studiosi dei movimenti sociali osserva che l'attivismo è efficace solo come parte di un movimento o di una campagna più ampia.»⁴¹ Tuttavia, per il designer-autore critico, la politica è il *contenuto* del progetto, più che la forza trainante di una prassi negoziata orizzontalmente. Così finiamo, ancora una volta, nel dominio dell'interpretazione, dove la

39. Ne parlerò più nel dettaglio nel prossimo capitolo.

40. Michael Rock. "Designer as Author." 2x4 (blog), 5 agosto 1996. <https://2x4.org/ideas/1996/designer-as-author/>.

41. Thorpe, *op. cit.*, p. 6.

società è letta come un testo. Ciò che il designer critico, il designer radicale, il designer attivista, il designer come ricercatore, il designer speculativo hanno in comune è che tutti manipolano il proprio contenuto. La conclusione di Thorpe è scoraggiante: «quando si tratta di attivismo, i designer parlano soprattutto a se stessi.»⁴²

L'esempio dell'Anti-Design italiano degli anni '60 e '70 aiuta a fare luce sulle ragioni sistemiche che spingono i designer a sviluppare una pratica improntata sull'attivismo come forma di critica culturale. Il curatore Emilio Ambasz descrisse l'approccio degli "anti-designer" come segue:

Alle prese con il tormentoso dilemma di essere stati educati a creare oggetti, senza però poter controllare né il loro significato né il loro utilizzo finale, si ritrovano nell'impossibilità di conciliare i conflitti tra le loro preoccupazioni sociali e le loro pratiche professionali. Hanno così sviluppato una modalità retorica per far fronte a queste contraddizioni.⁴³

È importante tenere a mente ciò che sottolinea Matt Malpass, ovvero che gran parte dell'attivismo anti-design ebbe luogo durante un periodo di recessione economica caratterizzato da un alto livello di disoccupazione. I designer radicali ricorsero a pratiche critiche a causa della mancanza di opportunità di operare come fornitori di servizi: «questi designer non riuscivano a trovare lavoro.»⁴⁴

42. *Ibidem*, p. 14.

43. Ambasz citato da Wizinsky, *op. cit.*, p. 177.

44. Malpass citato da Wizinsky, *op. cit.*, pp. 174-5.

LA TRAPPOLA DELL'IDENTITÀ

Un caso particolare di posizionamento politico nel design riguarda la politicizzazione della propria identità, intesa qui come appartenenza a un gruppo oppresso o minoritario. Non è raro oggi trovare progettisti che si identificano “come madri,” o che utilizzano nelle loro biografie etichette come “queer designer,” “black designer” o “liberatory designer.” Mentre in passato ci si identificava nella professione (si pensi, ad esempio, allo zio o la zia chiamati semplicemente “la professoressa” o “il medico”), oggi assistiamo alla professionalizzazione dell'identità. È chiaro anche che la biografia professionale possa essere uno dei molti luoghi in cui manifestare orgoglio e un senso di affinità, specialmente a fronte dell'esclusione sistemica attuata nel corso della storia negli ambienti professionali. Detto ciò, questo sviluppo dovrebbe essere letto in relazione a un cambiamento più ampio del ruolo che l'identità gioca nel mercato del lavoro.

Alcuni designer sostengono che la loro identità sia inestricabilmente legata alla loro pratica. Ad esempio, Dantley Davis, vicepresidente del reparto di digital product design della Nike, parla della sua identità razziale come una sorta di superpotere: «Non riuscirei a immaginare la mia pratica di design senza il mio colore della pelle; mi ha aiutato a progredire in così tanti modi. Grazie a esso, colgo prospettive che sfuggono ai miei colleghi.»⁴⁵ Tuttavia, uno dei rischi legati alla professionalizzazione

45. Davis citato da Anne H. Berry, Kareem Collie, Penina Acayo Laker, Lesley-Ann Noel, Jennifer Rittner, e Kelly Walters, eds. *The Black Experience in Design: Identity, Expression & Reflection*. New York: Allworth Press, 2022, p. 68.

dell'identità riguarda l'aspettativa che il lavoro di una persona *debba* essere focalizzato sulla sua identità, se tale identità subisce o ha subito oppressione, mentre le soggettività egemoniche possono godere di una maggiore flessibilità e autonomia nella produzione della loro identità. Nel 2016, E. Jane ha pubblicato un manifesto intitolato *Nope*, dove dichiarava:

Non sono un'artista che lavora con l'identità solo perché sono un'artista nera con molteplici sé. [...] Non mi sto confrontando con le nozioni di identità e rappresentazione nella mia arte. [...] Non mi sto chiedendo chi sono.⁴⁶

Più recentemente, Mohammed Al-Hawajri ha sostenuto che, per artisti come lui nati nei campi profughi della Striscia di Gaza, fare arte non politica è *di per sé* un gesto politico, poiché «una lettura politica viene sempre proiettata sul loro lavoro, indipendentemente dal fatto che lo vogliano o meno. Ecco come "l'altro" li vede: come corpi politicizzati provenienti da un'area politicamente sensibile.»⁴⁷

Un formato memetico abbastanza recente ci ricorda che un lavoro, un hobby o anche una patologia «non sono una personalità.» In molti contesti culturali assistiamo a una commistione tra identità e personalità. La performance politica dell'identità può essere uno strumento per rivendicare il riconoscimento, pari opportunità, e così via: si tratta di una forma di essenzialismo strategico. Allo stesso tempo, tuttavia, la prominenza

46. <https://e-janestudio.tumblr.com/post/132335744305/i-am-not-an-identity-artist-just-because-i-am-a>.

47. <https://thequestionoffunding.com/Documenta-Fifteen>.

della personalità può essere vista come il risultato ultimo del fenomeno postmoderno del “sampling”, che consiste nel costruire un sé autentico a partire da frammenti e pezzi di diverse espressioni culturali, come i generi musicali, gli stili artistici e, più recentemente, i vari *-core*. Qui, la radice dell'autenticità di tale personalità risiede nella sua stessa costruzione, una costruzione che riflette il micro-targeting degli inserzionisti.⁴⁸ Già alla fine degli anni '70, il critico sociale Christopher Lasch rifletteva sul ruolo della personalità nel mercato del lavoro: «nel nostro tempo, l'eliminazione delle competenze non solo dal lavoro manuale, ma anche dai lavori d'ufficio, ha creato le condizioni in cui la forza lavoro assume la forma di personalità piuttosto che di forza o intelligenza. Uomini e donne devono proiettare un'immagine attraente e diventare simultaneamente attori e intenditori della propria performance.»⁴⁹

48. Alcuni parallelismi possono essere trovati nella creazione contemporanea dell'identità non binaria. «Oggi, l'“identità di genere” si riferisce a un nucleo del sé che non richiede espressione, incarnazione o comunanza – nel caso di alcune delle micro-identità che si diffondono su internet – con i generi per come vengono vissuti dagli altri nel mondo. In questo senso, l'identità di genere contemporanea è l'apoteosi della fantasia liberale occidentale di un sé “autologico” autodeterminato, un ideale normativo che acquista significato solo in opposizione al sé “genealogico”, sovradeterminato dai legami sociali, ascrivito ai popoli razzializzati e indigeni. [...] È quindi difficile immaginare un'identità più provincialmente occidentale e meno decoloniale dell'identità non binaria contemporanea.» Kadji Amin. “We Are All Nonbinary.” *Representations* 158, n. 1 (1 maggio 2022): 106–19. <https://doi.org/10.1525/rep.2022.158.11.106>, p. 116.

49. Christopher Lasch. *La cultura del narcisismo: L'individuo in fuga dal sociale in un'età di disillusioni collettive*. Milano: Bompiani, 1992.

«Tutto ciò che crei ha una tua essenza, una *you-ness*; e parte di ciò che farai in una scuola di design è sviluppare questa essenza mentre sviluppi le tue competenze di designer.»⁵⁰ È così che l'educatore statunitense Mitch Goldstein parla della personalità di un designer e del suo ruolo nel lavoro. Goldstein potrebbe avere più ragione di quanto pensi: il sé – ciò che lui chiama “*you-ness*” – non si sviluppa solo in parallelo alle abilità professionali: è lo stesso sé *a essere diventato una skill*. E coloro che sospettano che il sé-come-skill sia un'idea riduttiva di individualità potrebbero trovare conforto nelle parole di Horkheimer e Adorno: «è solo perché gli individui non sono affatto tali, ma semplici punti di incrocio o di intersezione delle tendenze dell'universale, che è possibile assorbirli senza residui nell'universalità.»⁵¹

CONDANNATI ALL'INDIVIDUAZIONE

Nel 2011, Rob Giampietro osservava come nelle scuole di design si iniziasse a dare sempre più rilievo alla dimensione biografica e all'autoconsapevolezza. Giampietro non considerava l'interesse biografico l'espressione di una permissività narcisistica, ma piuttosto uno dei principali fardelli del soggetto moderno. Come sosteneva il sociologo Ulrich Beck, «le persone sono condannate all'individuazione.»⁵² Essendo orgogliosamente internazionali, alcune scuole valorizzano e incoraggiano

50. Mitch Goldstein. *How to Be a Design Student (and How to Teach Them)*. New York: Princeton Architectural Press, 2023.

51. Horkheimer e Adorno, *op. cit.*, p. 166.

52. Rob Giampietro. “School Days.” In Ellen Lupton e Andrew Blauvelt, *op. cit.*

l'espressione biografica come interfaccia con la differenza culturale, che dato il loro *ethos* multiculturale è certo un motivo d'onore. Tuttavia, una biografia percepita come non comune – in termini geografici, di classe o fisici – può venire esotizzata e quindi resa nuovamente “altra”. Qui, la biografia inconsueta viene impreziosita (“le proprie radici”) non per il suo valore intrinseco come storia di una vita unica, ma per la sua rarità. Un progetto che mobilita una storia di vita inconsueta viene inquadrato come rivendicazione culturale, mentre un progetto che prende le mosse da una biografia relativamente ordinaria potrebbe essere giudicato come mero compiacimento egotistico. Non tutti i modi di “diventare ciò che si è” sono valutati allo stesso modo. In ogni caso, le scuole si trovano in difficoltà nel tracciare un confine netto tra il biografico e il personale, tra ciò che riguarda il ruolo di un individuo nella società e ciò che appartiene al suo carattere individuale, tra ciò che può essere oggetto di dibattito e ciò che dovrebbe rimanere al di fuori della discussione.

Una parola chiave che designa tali tensioni è *posizione*. Nei Paesi Bassi, ad esempio, una domanda frequente nelle scuole di design di alto livello è: “Come ti posizioni?” La domanda è, ovviamente, di tipo maieutico: serve ad aiutare gli studenti a situarsi all'interno del tema che stanno investigando. La domanda funziona come un'iniezione perché costringe lo studente a produrre un'immagine di sé. La posizione può essere quella del designer come mediatore, come risolutore di problemi, come attivista, ecc. O in senso più esteso come maschio, come occidentale, come privo di

disabilità. Le complessità posizionali sono ora al centro della crisi identitaria del campo del design. Poiché le scuole raramente possiedono gli strumenti concettuali per affrontare tali complessità, questa crisi identitaria (che, come abbiamo visto, è in qualche modo intrinseca al campo del design e ora risulta solo più evidente) viene condivisa con o, per meglio dire, scaricata sullo studente-progettista.

Qual è la responsabilità delle istituzioni in questo caso? Come possono le scuole facilitare la crisi generativa del campo del design, senza trasformarla nella crisi identitaria dei singoli studenti? La maieutica posizionale è uno strumento valido e utile, ma i dilemmi e i problemi complessi che finisce per generare non dovrebbero essere semplicemente esternalizzati. Inoltre, le scuole non dovrebbero utilizzare tali dilemmi come criteri di valutazione, formali o informali che siano. Per un'organizzazione educativa, avere a che fare con le biografie degli studenti è un rischio, soprattutto in un periodo in cui l'individualità è imposta agli individui. Non ogni aspetto della biografia dovrebbe essere oggetto di scrutinio. E quegli aspetti che meritano attenzione, non dovrebbero essere personalizzati. Per far fronte a questa difficoltà, le scuole dovrebbero affinare la capacità di bilanciare intimità, privacy e riservatezza. Più di ogni altra cosa, dovrebbero evitare di appiattire una storia di vita su una superficie progettuale destinata a scopi valutativi o promozionali.

LA BUROCRAZIA DELLE SKILL IDENTITARIE

Secondo Fred Moten e Stefano Harney, «la formazione critica tenta solo di perfezionare la

formazione professionale.»⁵³ Questa affermazione trova un'eco, per quanto lontana, nelle parole di Benjamin Bratton, il quale ritiene che «la Critica Istituzionale sia in realtà l'ultimo vestigio di fede nell'autorità delle istituzioni artistiche.»⁵⁴ Come abbiamo visto, esiste una forte connessione tra una posizione critica o politica, specialmente quando è radicata nell'identità di una persona, e le dinamiche di professionalizzazione. Detto ciò, esistono modi di ricavare profitto dall'identità professionalizzata che vanno oltre il posizionamento individuale? Creato da Anastasia Collins, l'Emotional Labour Invoice è un'opera che invita a riflettere sui costi di tutto quel lavoro invisibile che tradizionalmente viene svolto dalle persone marginalizzate («Ho sopportato le tue microaggressioni,» «Ti ho fatto sentire un “buon” alleato,» e così via). Questa fattura fittizia, che può essere letta come un esempio semplice eppure potente di design speculativo, ha un forte valore polemico. Ma può anche essere analizzata attraverso il prisma della monetizzazione istituzionale della competenza identitaria. L'identità professionalizzata può essere trasformata in capitale attraverso la sua formalizzazione, ovvero la sua burocratizzazione. Varie università hanno cominciato a offrire corsi per ottenere certificati su “diversità e inclusione.”⁵⁵ Presto questo

53. Stefano Harney e Fred Moten. *Undercommons. Pianificazione fuggitiva e studio nero*. Napoli: Tamu, 2021, p. 70.

54. Benjamin Bratton. *Revenge of the Real: Politics for a Post-Pandemic World*. London: Verso, 2022, p. 10.

55. La Cornell, ad esempio. La quota per il programma di studi è di 3.699 dollari. Vedi <https://ecornell.cornell.edu/certificates/leadership-and-strategic-management/diversity-equity-and-inclusion/>.

diventerà un requisito per una nuova classe manageriale profondamente radicata nelle istituzioni, che produrrà i propri quadri di riferimento e criteri per valutare internazionalizzazione, diversità e inclusione. Già assistiamo all'emergere di applicazioni dei metodi del design thinking ai contenuti identitari, come il Positionality Worksheet della studiosa di design Lesley-Ann Noel, uno strumento di autoriflessione pensato per aiutare i designer a comprendere come aspetti della loro identità, quali genere, livello di istruzione, classe sociale, ecc., influenzano la loro pratica.⁵⁶ Se da un lato strumenti come questo rappresentano un modo accessibile per introdurre nozioni intersezionali, dall'altro possono facilmente diventare strumenti manageriali in linea con gli effetti riduzionistici del design thinking, trasformando le competenze intersezionali in un sapere riservato. Inoltre, bisogna ammettere che la stessa posizionalità è uno strumento riflessivo piuttosto rozzo, e come tale può risultare fuorviante. La posizionalità è fuorviante perché si presenta come multidimensionale,

56. Noel aggiunge: «Ho ricevuto feedback positivi e negativi in risposta alla ruota posizionale, e ho cercato di prenderli in considerazione quando facilito attività di riflessione sulla posizionalità. Ecco alcune informazioni che fornisco quando facilito tali workshop: a) le conversazioni e riflessioni sulla posizionalità possono risultare scomode; b) i 12 elementi dell'identità sono ottimi suggerimenti e punti di partenza, ma potrebbero esserci altri punti di riflessione necessari in contesti diversi; c) esistono strumenti che possono supportare riflessioni sulla posizionalità. Questo strumento particolare è stato sviluppato pensando alla pratica del design, e al tempo vivevo in California, quindi probabilmente pensavo in modo più internazionale riguardo ai designer nel settore tecnologico.» Scambio personale via email.

ma in realtà è piatta. Mappando la loro posizionalità, i soggetti non riconoscono il loro stesso *atto di posizionamento*, che è, in sostanza, una negoziazione tra la loro identità e le categorie di una burocrazia identitaria. In questo modo, la posizionalità nasconde l'acquisizione di capitale simbolico e le affiliazioni che intesse nel momento stesso in cui viene messa in atto. Di conseguenza, diversi intervistati di *Design Threads* riportano di essere «insoddisfatti dei tentativi mainstream di inclusività, in particolare di quelli attuati nei contesti aziendali. Per esempio: rappresentazioni diversificate che non implicano inclusione o benefici materiali, iniziative DEI (diversità, equità e inclusione) di facciata e altre iniziative che finiscono per diventare mero tokenismo piuttosto che provocare un reale cambiamento nelle strutture organizzative.»⁵⁷

Vale anche la pena notare che un certo modo di esercitare l'inclusività incoraggia *in modo quasi automatico* approcci manageriali e burocratici, tendendo a una sorta di cortesia da ufficio, anche in contesti, come i club, dove sarebbe più lecito aspettarsi dinamiche antagoniste o perlomeno ambivalenti. Partecipando a una serie di conferenze sulla cultura del club al Circolo del Design di Torino, Valerio Mattioli nota che

da spazi sicuri, i club diventavano ambienti sterili in cui attuare codici di comportamento tanto irreprensibili quanto normati da una specie di perfetto galateo *woke* – tutto condivisibile sulla carta, eppure tutto come

57. Vedi <https://www.designthreads.report/>.



The Positionality Worksheet di Lesley-Ann Noel (2019). Lo schema invita a riflettere su dodici aspetti della propria identità che influenzano il modo in cui si percepisce il mondo e si svolge la ricerca.

inquinato da una certa pedanteria dal sapore di accademia. Comportamenti “sani” e atteggiamenti “non tossici” venivano performati anziché essere introiettati in un più ampio sistema di codici in divenire. Parole come rischio, conflitto, desiderio, trasformazione, erano rigorosamente messe al bando, sacrificate in nome di un irenismo idilliaco e dolcemente pacificato.⁵⁸

STREET CREDIBILITY

Nelle istituzioni educative, l'attenzione esplicita alla diversità e all'inclusione svolge anche un'altra funzione, tutt'altro che secondaria sul piano economico: attrarre studenti stranieri.⁵⁹ Commentando la decisione della Willem De Kooning Academy di Rotterdam, una scuola che vanta un curriculum inclusivo, di rimuovere con la forza uno striscione pro-Palestina, Alina Lupu, scrittrice e artista rumena, ha scritto:

Penso che si possa tranquillamente affermare, nel caso in cui non siano state fatte dichiarazioni o si promuova la neutralità dopo aver insegnato teoria decoloniale, che la vostra

58. Valerio Mattioli. “RIP Club Culture (finalmente).” *Not*, 15 giugno 2021. <https://not.neroeditions.com/rip-club-culture-finalmente/>. Prima di scandalizzarsi per l'uso del termine “woke” da parte di uno scrittore italiano magari non del tutto allineato alle sfumature di una terminologia internazionale in continua evoluzione (forse perché, in realtà, era un passo più avanti), invito il lettore a proseguire nella lettura del capitolo fino alla fine.

59. In una delle scuole dove insegnavo, per esempio, il numero di studenti internazionali è aumentato dal 25% al 65% negli ultimi cinque anni.

istituzione non è “woke”, ma vi sta solo strumentalizzando per ottenere credibilità. Sta usando le vostre speranze, i vostri sogni, le vostre aspirazioni, il vostro paese di origine come un’opportunità per sbandierare la sua internazionalità, tolleranza e apertura. E questo andava bene fino a poco tempo fa, fino a quando nel campo dell’arte le spine non hanno cominciato a crescere a destra e a sinistra. Si trattava all’epoca di una relazione simbiotica. Io ti gratto la schiena, tu gratti la mia. Ti do il mio supporto, tu mi dai il tuo [...] Tu prendi la mia immagine, la pieghi, la rigiri e fai di me un prodotto dignitoso. [...] Nonostante gli studenti avessero preteso uno spazio aperto online, non c’è stata alcuna materializzazione immediata della responsabilità istituzionale nel suo complesso. Ma quando ha dovuto fronteggiare la sincerità della richiesta, l’istituzione si è mostrata per quello che è: uno strumento neoliberale che può essere usato per far progredire la carriera di qualcuno, ma certamente non una vera comunità, con legami che uniscono, solo una casuale, temporanea, colorata accumulazione di individualità.⁶⁰

Il designer e ricercatore libanese Imad Gebrayel osserva che l’articolazione della criticalità performativa può essere particolarmente allettante per coloro che hanno bisogno di una *exit strategy*: «Un

60. Alina Lupu. “The Palestinian Conflict Rippling Across Dutch Art Educational Institutions.” *The Office of Alina Lupu* (blog), 2022. <https://theofficeofalinalupu.com/printed-matter/the-palestinian-conflict-rippling-a-cross-dutch-art-educational-institutions/>.

programma di design è talvolta una via d'uscita, un processo di asilo non dichiarato, non etichettato, non ufficiale per individui che lottano contro diverse forme di oppressione, desiderosi di un punto di fuga che non sia necessariamente terminale.»⁶¹ Situazioni come questa mettono in luce un aspetto che diventerà via via più evidente: il fatto che l'equilibrio di un'istituzione possa essere sconvolto non solo dall'azione, ma anche dall'inazione. Per le istituzioni che si autodefiniscono progressiste, non esprimere solidarietà verso un gruppo marginalizzato sta diventando sempre più oneroso. Questo è il motivo per cui rendere visibili i costi del “fare la cosa sbagliata” rappresenta oggi una forma efficace di attivismo. Molti ritengono che la *cancel culture*, con i suoi “call-out” e denunce, sia una forma di ricatto, tuttavia una visione economica del potere istituzionale mostra che essa possiede una sua razionalità strategica, poiché quel dato potere è distribuito in modo diseguale.

Siamo in grado, a questo punto, di tracciare per intero l'arco dell'inclusività. Innanzitutto, un approccio intrinsecamente burocratico all'identità viene testato “contro culturalmente” in spazi autonomi come i club. Successivamente, viene impiegato per attrarre studenti verso istituzioni in parte governate da una frazione della classe manageriale, la stessa che definisce i criteri per convalidare tale approccio. Infine, sono gli stessi studenti a dare senso al proprio investimento formativo acquisendo familiarità con questo tipo di conoscenza. Come

61. Imad Gebrayel. “The Design Exit: Don't Look Behind!” In Joannette van der Veer (a cura di) *Ununanimimimdede-design*. Eindhoven: Onomatopee, 2022.

sostiene Brad Troemel, «diventare bilingui nel linguaggio dell'inclusività dà un senso a titoli universitari pagati a caro prezzo.»⁶² A questo punto, i burocrati sono gli studenti – e stanno cercando lavoro. Holm ci invita ad avere un'immagine realistica degli ambienti culturali: «Per quanto possiamo desiderare il contrario, l'istruzione – incluso ciò che trasmettiamo noi stessi come insegnanti di studi culturali – non è semplicemente uno strumento per sviluppare una consapevolezza socialmente, politicamente e culturalmente produttiva, ma anche un mezzo per distinguere i saperi riconosciuti da quelli non legittimati [...]» L'uso di terminologie specifiche, modalità di inclusione e approcci di essenzialismo strategico assumono lo status di saperi legittimati da una coorte selezionata.

Detto ciò, non sempre la legittimazione di una conoscenza “corretta” viene formalizzata esplicitamente. Raccontando le sue lezioni, la teorica e educatrice bell hooks menziona il «sussulto» che si diffondeva tra gli studenti quando uno di loro confessava di non conoscere una figura femminista di spicco, cosa ritenuta «impensabile e riprovevole.»⁶³ L'atto sanzionatorio opera sottotraccia, attraverso sospiri ed espressioni di perplessità. Si manifesta, ad esempio, attraverso il disagio suscitato da un non madrelingua che impiega in modo improprio un termine critico ormai superato.

62. <https://www.patreon.com/posts/left-cant-meme-77324335>.

63. bell hooks, *Insegnare a trasgredire: L'educazione come pratica della libertà*. Milano: Meltemi, 2020.

KRITIKAOKE

Mattioli rileva il retrogusto accademico dell'etichetta inclusiva, suggerendo che la teoria e la critica, strumenti tipici del mondo universitario, non sono solo metodi di conoscenza e comprensione, ma beni strategici per posizionare le proprie argomentazioni e se stessi. Come spiega J. Dakota Brown, a partire dagli anni d'oro del postmodernismo i designer hanno fatto sempre più ricorso alla teoria:

I postmodernisti cercarono giustificazioni intellettuali per queste nuove forme e metodi, e le trovarono sempre più nella "teoria": specificamente, negli scritti contemporanei sulla condizione postmoderna e nei risvolti "culturali" e "linguistici" delle scienze umane. Alla fine degli anni '80, la critica ai principi modernisti si era intensificata sotto la bandiera della "decostruzione".⁶⁴

In un contesto in cui la prassi non è una caratteristica necessaria della pratica del design, i designer appaiono sempre più *condannati* alla teoria: ciò che rimane loro, per evitare di soccombere al ruolo di tecnico sottomesso, è indulgere in sociologia, antropologia, teoria politica... Ossia, apparire convincenti producendo un'aura di professionalità legata alla propria formazione umanistica. Oggigiorno, se le descrizioni dei progetti sembrano spesso rigurgiti filosofici generati dall'intelligenza artificiale, ciò è dovuto al fatto che i designer (e allo stesso modo gli artisti) sono impegnati a praticare quello che il saggista italiano Tommaso

64. Brown, "American Graphic Design in the 1990s...", *op. cit.*

Labranca chiamava *kritikaoke*.⁶⁵ Il Critical Design è probabilmente la forma più conosciuta di *kritikaoke*. Toke Riis Ebbesen riassume in modo chiaro i suoi limiti:

Concepito fondamentalmente come ‘inutile’, il valore del design critico «risiede in fondo nella sua capacità di valutare: articolare, rifiutare, criticare, suscitare, svoltare, trasgredire, formulare, trasformare, ecc.» Tuttavia, circolando principalmente in «gallerie d’arte, sale conferenze e pubblicazioni accademiche,» gli inutili artefatti di design critico sono stati criticati per non avere mai a che fare con la vita quotidiana. È stato sostenuto che, invece, la maggior parte del design critico «riflette le paure, le ansie, i desideri, gli immaginari e, infine, la politica di una classe media intellettuale, liberale, progressista e bianca.» Rimosso dall’uso pratico, il design critico può quindi diventare un’ulteriore cassa di risonanza per i designer, dove ripetere in sicurezza gli slogan del modernismo progettuale senza dover cambiare il mondo.⁶⁶

Le caratteristiche dello stile espressivo del Critical Design sono molto simili a quelle che definiscono, secondo Alix Rule e David Levine, l’International Art English:

L’IAE ha un lessico distintivo: *aporia, radicalmente, spazio, proposta, biopolitico, tensione,*

65. Labranca, *op. cit.*, p. 48.

66. Toke Riis Ebbesen. “Why Critical Design Is Useless: Criteria.” Sursock Museum, Beirut, Libano, 2017.

trasversale, autonomia. Il lavoro di un artista inevitabilmente interroga, mette in discussione, codifica, trasforma, sovverte, imbrica, disloca – benché in realtà non faccia queste cose, quanto piuttosto serve a farle, opera per farle, o sembra (o addirittura pare che sembri) che le faccia. L'IAE biasima la lingua inglese per la sua carenza di sostantivi: *visuale* diventa *visualità*, *globale* diventa *globalità*, *potenziale* diventa *potenzialità*, *esperienza* diventa... *esperienziabilità*.⁶⁷

In questo contesto, il capitalismo, inteso nel suo senso più generale, è diventato il capro espiatorio preferito della sfera culturale del design. Ma la vilificazione ritualistica del capitalismo è parte integrante del capitalismo stesso – è il suo riflesso romantico inverso. Baudrillard nel 1972:

Fin dalle sue origini, il design si è fondato sulla stessa astrazione razionale che struttura il sistema economico. Non c'è dubbio che questa razionalità sia virtualmente assurda, ma lo è, in entrambi i casi, per lo stesso motivo. La loro apparente contraddizione non è altro che il risultato logico della loro profonda complicità. I designer si sentono incompresi e accusano il sistema di snaturare il loro ideale! Tutti i puritani sono degli ipocriti.⁶⁸

A questo punto, possiamo elencare brevemente le caratteristiche del kritikaoke: una disposizione

67. Alix Rule e David Levine. "International Art English." *Triple Canopy*, 2013. https://canopycanopycanopy.com/contents/international_art_english.

68. Baudrillard, *op. cit.*, p. 59.



An Artist Who Cannot Speak English Is No Artist
di Mladen Stilinović.

critica che funge da strumento di distinzione; l'adozione di una politica ornamentale; una nozione astratta di pubblico da sensibilizzare; l'adozione di un gergo critico-teorico – vagamente anticapitalista – analogo all'International Art English; una performance dell'identità come skill professionale che si adatta ai criteri di una burocrazia identitaria. Che tipo di design produce il kritikaoke? Per rispondere, possiamo riesumare l'analisi di Michael Rock del 2003 sul Dutch Design, che è probabilmente il tipo di design che lo pratica meglio: «intricato, provocatorio, intelligente, difficile, autoriflessivo, sfuggente, astuto, spesso straordinariamente bello [...]»⁶⁹

SCONTRO DI CONTROCULTURE

Per concludere, torniamo alla University of the Underground. A un primo sguardo, il suo aspetto più rivoluzionario è la gratuità: un obiettivo nobile, soprattutto se si considera l'aumento dei costi che gravano sugli studenti e la conseguente estorsione nota come debito studentesco. Le tasse universitarie dell'UUG sono finanziate in parte da contributi filantropici e donazioni (80%) e in parte da finanziamenti statali (20%). In origine, i contributi del governo ammontavano al 50%. Generalmente, ottenere il supporto finanziario comporta un compromesso riguardo al modo in cui un progetto viene presentato agli enti di finanziamento. I singoli artisti che chiedono sovvenzioni sono tenuti ad adottare la *néolangue* delle industrie creative e a dettagliare il loro “vantaggio competitivo.” La

69. Michael Rock. “Mad Dutch Disease.” 2x4, 9 agosto 2003. <https://2x4.org/ideas/2003/mad-dutch-disease/>.

purezza antagonista è raramente considerata un buon investimento.

La posa esplicitamente controulturale dell'UUG, tuttavia, si è trovata a scontrarsi con un'espressione più tradizionale di controultura: un gruppo di studenti del Sandberg Instituut ha redatto una lettera aperta per criticare (in modo composto, ma fermo) la decisione della propria istituzione di ospitare «programmi finanziati dalle aziende come la University of the Underground.»⁷⁰ La principale preoccupazione degli studenti ruotava attorno alla questione dell'istruzione finanziata dalle aziende: sì, i programmi sono gratuiti, ma l'80% dei contributi privati e individuali ha aperto la porta alla «privatizzazione diretta.» Tra le altre preoccupazioni sollevate dagli studenti vi erano la mancanza di trasparenza riguardo ai ruoli nella scuola, e la contaminazione, per così dire, della “reputazione critica” dell'istituzione ospitante. Rigettavano infine il branding controulturale del progetto, sostenendo che richiamasse in modo improprio quello di iniziative attiviste. Forse in seguito alla lettera aperta, gran parte del gergo controulturale originale è scomparso dal sito web dell'UUG, così come la presentazione dei contributi privati come iniziativa filantropica.

Le preoccupazioni riguardo al branding controulturale e alla purezza critica del Sandberg Instituut potrebbero suscitare dei dubbi: cosa significa oggi essere un'istituzione critica immacolata?

70. *Medium*. “UUGH! Or: Issues Regarding University of the Underground,” 22 settembre 2017. <https://medium.com/@uugh/issues-regarding-the-university-of-the-underground-and-the-sandberg-instituut-fe58dbbf889b>.

Servirebbe davvero a qualcosa? Se persino la Pepsi può adottare un immaginario di protesta, perché l'UUG non dovrebbe fare lo stesso? Eppure, tra le righe della disputa tra la direzione della scuola e gli studenti (e apparentemente anche alcuni docenti del Sandberg Instituut) si intravede ciò che la controcultura potrebbe essere e forse è sempre stata: una diffidenza permanente verso l'opacità amministrativa, specialmente quando si presenta come progressista; una continua tensione contro l'ossificazione delle relazioni di potere, sia implicite che esplicite, contro le nuove formazioni di élite, soprattutto quando queste pretendono di parlare per le masse. Forse allora, la controcultura non è altro che l'insicurezza istituzionale elevata a metodo.

CAPITOLO 7

LA SCUOLA
COME MONDO REALE:
ASPIRAZIONI
E COMPROMESSO

«Il contenuto di un programma di educazione, o di azione politica, potrà essere organizzato a partire dalla situazione presente, esistenziale, concreta, che rifletta l'insieme delle aspirazioni del popolo.»

– Paulo Freire, 1968¹

«In una fase di inflazione dei titoli, lo scarto tra le aspirazioni prodotte dal sistema scolastico e le possibilità reali che esso offre, diventa un fatto strutturale, che colpisce in misura diversa, a seconda della rarità del rispettivo titolo, ed a seconda del rispettivo capitale sociale, tutti i membri di una generazione scolastica.»

– Pierre Bourdieu, 1984²

Come fanno le scuole di arte e design a produrre i loro soggetti, vale a dire i designer professionisti?³ Di quali valori, criteri e meccanismi si avvalgono, tacitamente o esplicitamente, nei loro modelli educativi? In quest'ultimo capitolo esploro la relazione tra scuola e mondo reale, le affinità tra vecchie e nuove ondate di proteste studentesche, i bersagli della critica istituzionale e il ruolo giocato dal capitale culturale rispetto ai modelli professionali emergenti. Inoltre, discuto come la svolta del design verso un approccio genericamente umanistico – che vede il designer come intellettuale

1. Paulo Freire. *La pedagogia degli oppressi*. Torino: Edizioni Gruppo Abele, 2018, p. 86.

2. Bourdieu, *La distinzione*, op. cit., p. 149.

3. Uso deliberatamente la formula generica “scuola di arte e design” perché varie istituzioni dedicate alla coltivazione delle discipline del design (accademia, università, scuola privata, master, *summer school*, ecc.) condividono le problematiche che tratto qui. Le ragioni per cui insisto un po' puntigliosamente nel mantenere insieme arte e design diventeranno ovvie, spero, nel corso del capitolo.

tecnico tramutarsi in intellettuale della tecnica – sia meno il frutto di un’evoluzione spontanea del settore e più l’esito logico della posizione instabile del design all’interno del dominio tecnico. Infine, espongo un’etica del compromesso come alternativa a quella dell’autonomia, più diffusa ma spesso incline a oscurare molteplici forme di dipendenza.

Ad ogni modo, non sarebbe stato più logico affrontare il tema dell’istruzione all’inizio del libro, dato il suo ruolo fondativo nella pratica? L’insolita collocazione di questo capitolo è dovuta al fatto che dobbiamo guardare all’istruzione dal punto di vista del lavoro. Da questa prospettiva, la formazione scolastica appare allo stesso tempo sia il risultato di tutte le “aspettative” discusse in precedenza, sia una realtà a sé, che appartiene, perlomeno indirettamente, alla sfera del lavoro. Possiamo intendere il lavoro come un’attività, un sistema di relazioni e, soprattutto, un *mito*, ovvero una storia che ci raccontiamo a vicenda.⁴ Pertanto, offrire una prospettiva realistica del lavoro significa dipingere un quadro che non è affatto immune a idealizzazioni e patine retoriche. Una di queste idealizzazioni è la nozione di “mondo reale,” quella dimensione che segue, in teoria, al periodo di studio. È proprio questa sequenza che deve essere riconsiderata.

In generale, la scuola è concepita come uno spazio protetto dalla disorientante brutalità del mondo del lavoro. Tradizionalmente si identifica nella scuola il luogo privilegiato della vita contemplativa, contrapposto al contesto lavorativo, dominio della vita attiva. Sono parecchi i motivi per

4. Vedi Lorusso, *Entreprecariat*, op. cit.

cui le cose non stanno così, e alcuni di essi si legano specificatamente al campo del design. Anni fa Enzo Mari, designer assunto a “coscienza critica del design,” osservò che, a patto di reputare un diploma in design alla stregua di un prodotto, è legittimo affermare che il settore più imponente di questo campo, anche in termini di fatturato, è l’«industria» delle scuole di design. Le ragioni strutturali del mercato interagiscono *già a scuola* con le «speranze, strategie e ingenuità» dei futuri designer.⁵ Qui non solo si riproduce la cultura del design, ma si generano i soggetti che ne fruiranno.

Tuttavia, c’è un’altra ragione, più generale e più allarmante, per considerare la scuola come un organo del mondo reale. In tempi di crisi, la scuola mette sempre meno al riparo dalle preoccupazioni tipiche dei lavoratori: gli studenti non sono affatto estranei al problema degli affitti esorbitanti, alla carenza di alloggi, a debiti di vario genere, lavoretti mal pagati o stage non pagati affatto. A ciò si aggiunge il fatto che l’instabilità del mercato del lavoro cambia il senso dell’esperienza scolastica: si adotta il prisma dell’*investimento*. Insomma, i problemi della scuola sono difficilmente distinguibili dai problemi della vita.

Benché meno protette di quanto immaginiamo, le scuole d’arte e design rimangono, nel migliore dei casi, spazi che permettono l’esercizio del pensiero critico. Se in passato la critica al design e attraverso il design era principalmente orientata verso l’esterno (esaminando, ad esempio, le piattaforme tecnologiche dominanti, l’inquinamento e

5. Mari, *25 modi per piantare un chiodo*, op. cit., pp. 122-3.

le ideologie che guidano gli stili), oggi assistiamo sempre più a una critica autoriferita che nasce in grembo alle istituzioni e punta il dito contro di loro, biasimando valori e modelli organizzativi. Lo spettro della critica istituzionale, che fino a poco tempo fa infestava principalmente i musei e le biennali d'arte, appare ora anche nelle scuole di design.

Nei Paesi Bassi, in Germania e nel Regno Unito è emersa una rete di pagine Instagram non ufficiali legate alle varie accademie. Si tratta di account anonimi che si cimentano quotidianamente in una critica istituzionale a tutto tondo: assurdità burocratiche, sessismo, meritocrazia fasulla, precarietà dei contratti... il tutto veicolato attraverso il linguaggio dei meme, *inside joke* che sono al contempo esoterici e accessibili, privi della pedante seriosità tipica dei movimenti. È su queste pagine che, nei mesi più bui della pandemia, studenti e docenti hanno potuto ancora sentire il fervore di una comunità, molto più che nel paternalismo untuoso delle comunicazioni ufficiali.⁶

IL LUNGHISSIMO '68

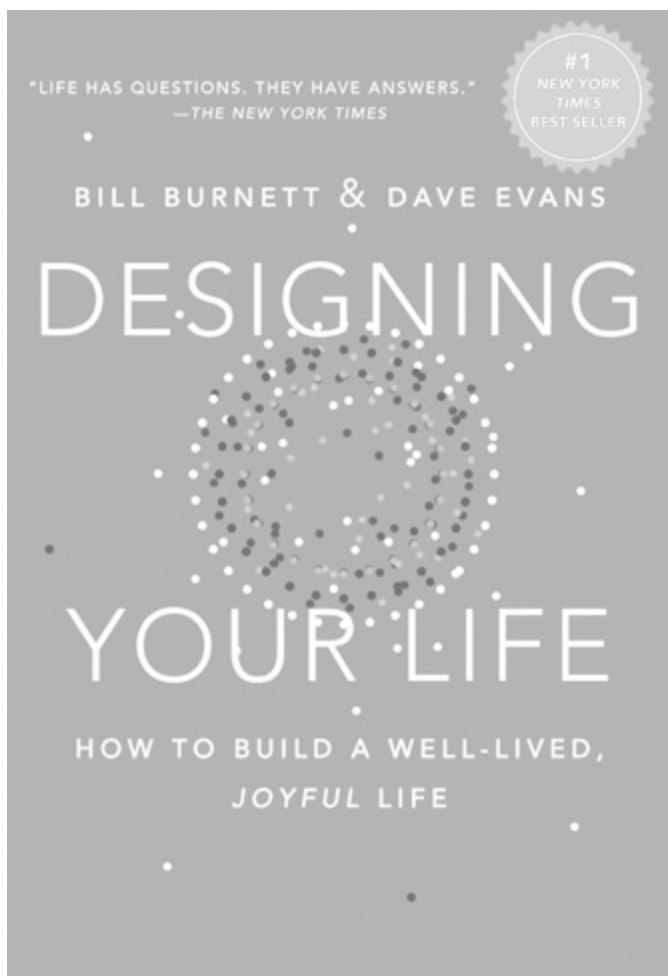
Non è la prima volta che i confini tra scuola e mondo reale si fanno così fragili e porosi. Scaturite, ieri come oggi, da un senso di alienazione e precarietà, le proteste studentesche del '68 e del

6. Vedi Silvio Lorusso and @wdka.teachermemes. "May the Bridges We Burn Light the Way": Five Questions to a Dutch Design School's Meme Page." *Other Worlds*, no. 3 (26 luglio 2021). <https://buttondown.email/otherworlds/archive/ow-3-may-the-bridges-we-burn-light-the-way-five/>. Vedi anche Tessel ten Zeege. "Calling Out Dutch Art Institutions." *Futurress*, 26 febbraio 2021. <https://futurress.org/stories/calling-out-dutch-art-institutions/>.



«L'università è un giardino dove sbocciano i fiori disoccupati» DAMS, Bologna (1977). Foto di Enrico Scuro.





Esistono molti libri che mescolano elementi di autoaiuto con la cultura del design. Il cerchio si chiude: l'espressione artistica diventa uno strumento per la realizzazione del proprio progetto di vita e di lavoro.

'77 furono eventi colossali in grado di rompere l'incantesimo che faceva della scuola un fenomeno naturale, e perciò immutabile. Agli occhi di Giancarlo De Carlo, che analizzò la crisi delle facoltà di architettura in Italia, gli studenti apparivano come «passeggeri accidentali ed estranei in un'istituzione che dovrebbe essere fatta per loro e che si giustifica solo per la loro presenza.»⁷ Che dire allora del corpo docente temporaneo? «Spermatozoi alla febbrile ricerca di un ovulo che dia loro una configurazione concreta.» Avendo seguito con vivo interesse il dibattito studentesco, De Carlo riportava per esteso i comunicati degli studenti torinesi:

L'Università attuale non risponde alle esigenze poste dalla domanda di lavoro esistente nella società. Il nostro obiettivo tuttavia non è il semplice adeguamento alle esigenze della domanda di lavoro. Riteniamo che l'Università debba e possa fornire a chi la frequenta, al tempo stesso, [...] preparazione professionale adeguata e strumenti di critica.⁸

Le cose non sono cambiate più di tanto. Allora gli studenti erano consapevoli della «sorte che sarebbe stata loro riservata una volta usciti dalla scuola, senza arte né parte in un mondo indecifrabile,» proprio come lo sono oggi.⁹

LA SCUOLA COME MERCATO

Come suggerisce il comunicato, quando si parla di scuola, tanto gli studenti quanto i docenti tendono

7. De Carlo, *op. cit.*, p. 46.

8. *Ibidem*, p. 54.

9. *Ibidem*, p. 73.

a dividersi tra materialisti e idealisti. I materialisti condividono un focus pragmatico sul futuro impiego, sulle competenze e sulle necessità del mercato. Gli idealisti si dividono a loro volta tra pessimisti e ottimisti. Gli idealisti pessimisti sostengono che la scuola sia un luogo di disciplina e repressione, oltre a lamentare l'assoggettamento dell'istruzione al mercato del lavoro. Le scuole, secondo questo punto di vista, rischiano di diventare fabbriche, egualitarie solo in apparenza, che sfornano dirigenti aziendali, liberi professionisti, lavoratori o addirittura disoccupati. Gli ottimisti vedono nella scuola uno spazio di liberazione attraverso l'esercizio dello spirito critico e la sospensione dei preconcetti familiari. Da un lato il pessimista Ivan Illich, dall'altro l'ottimismo di bell hooks.

Hanno tutti ragione, almeno in parte. Come fondere però le rispettive posizioni in un modello? Affermare che le scuole d'arte e design sono parte integrante del mondo reale non basta. Non è nemmeno sufficiente, per non dire scorretto, contrapporre preparazione professionale a sviluppo dello spirito critico. Ad esempio, siamo davvero sicuri che la scuola professionalizzante non possa essere liberatoria, o che l'emancipazione non sia, in alcuni casi, una forma di disciplina? Pierre Bourdieu offre un'utile sintesi della questione. Per il sociologo francese, la scuola è innanzitutto un *mercato* in cui il capitale culturale è formato e scambiato, ma soprattutto legittimato e sanzionato.¹⁰ Parlare di cultura come capitale è cruciale: significa sottolineare che la cultura – spirito critico

10. Bourdieu, *La distinzione*, op. cit., pp. 78-9.



Babe, art school is just tiktok with a degree :)) di Content y Contenido (Ingeborg Kraft Fermin e Lucía Vives), cartellone esposto presso l'accademia Rietveld di Amsterdam, Paesi Bassi (2021).



László Moholy-Nagy fotografato da Lucia Moholy nel 1926. Indossa una cravatta e una camicia sotto una tuta, il perfetto outfit dell'«intellettuale tecnico.»



Post su Instagram di Jack McArdle, Studio AAA (2022) che mostra le aspettative e la realtà di ciò che dovrebbe significare rivolgersi a un designer. La mera esistenza di questo tipo di propaganda dimostra che le aspettative qui criticate sono esse stesse una realtà.

compreso – può essere convertita in capitale economico, cioè in denaro.

Il capitale scolastico, cioè l'ammontare delle conoscenze legittimate dalla scuola, è un sottoinsieme del capitale culturale. A ogni livello d'istruzione, il discente porta con sé un'eredità più o meno sostanziosa (a volte addirittura negativa!) di capitale culturale, soppesata dunque dall'istituzione scolastica. Nessuno entra a scuola a mani vuote. La scuola d'arte e design è un caso particolare perché qui più che altrove lo studente è incoraggiato a fare del proprio bagaglio culturale, specialmente quello più intimo (interessi, passioni, hobby, letture, ideali etici e politici, ecc.) una *pratica*, ovvero l'attività attraverso cui la cultura diventa profitto. Seguendo Bourdieu, una pratica progettuale può essere intesa come l'attività attraverso la quale la cultura diventa profitto e i consumatori culturali diventano produttori culturali.

Mentre la “scuola emancipatrice” si rivela nelle ambizioni apparentemente autonome di studenti e docenti, la “scuola conservatrice” si nasconde nei meccanismi di legittimazione di queste stesse ambizioni. Può quindi accadere che l'indignazione, in quanto manifestazione enfatica dello spirito critico, diventi un valore legittimo se non addirittura prescritto, come ho potuto osservare in alcune accademie. Tuttavia, questo non elimina il meccanismo di legittimazione *in sé*, spesso tacito e fatto di attriti, impedimenti, micro-censure, che si estendono dalla scuola al mercato del lavoro. La scuola naturalizza certi valori, nascondendo però il modo in cui li legittima. Uno di questi valori è l'autenticità.

DIVENTARE SE STESSI

La casa era il luogo in cui ero costretta a conformarmi all'immagine di qualcun altro su chi e cosa avrei dovuto essere. La scuola era il luogo in cui potevo dimenticare quell'io e, attraverso le idee, reinventarmi.¹¹

La scuola di bell hooks, donna nera cresciuta in un ambiente patriarcale e segregato, è l'antitesi della casa: territorio di reinvenzione fuori dai bastioni della tradizione.¹² Le scuole d'arte e design vanno oltre e fanno della reinvenzione una riscoperta. Qui, si insiste spesso sull'io autentico, su ciò che "tu e solo tu" puoi fare o apprezzare. Adottando una retorica dell'autenticità, si promette a produttori e consumatori di "diventare ciò che sono."

Questa considerazione ci permette di affrontare l'annosa questione del rapporto tra arte e design. Non intendo però riesumare antiche distinzioni (committenza contro indipendenza, razionalità contro intuito, ecc.), bensì propongo di considerare la relazione tra progetto del sé e progetto delle cose. Distinguerli non è un'impresa facile. Dopotutto, il design non è forse una pratica riflessiva con cui, progettando il mondo, riprogettiamo noi stessi? E non è l'arte a sua volta un elaborare artefatti indipendenti da colui che li crea?

Le cose che progettiamo ci riprogettano, non c'è dubbio, ma c'è una distinzione essenziale tra il

11. hooks, *op. cit.*

12. Eppure, come abbiamo visto, la separazione tra casa e scuola è perlopiù sfumata. A scuola si porta, volente o nolente, sempre e comunque, parte del fardello casalingo. E non è detto che l'ambito scolastico sia meno conformista di quello domestico.





Me and the boys asking that one professor who worked at Herzog 15 years ago if he knows of any opportunities

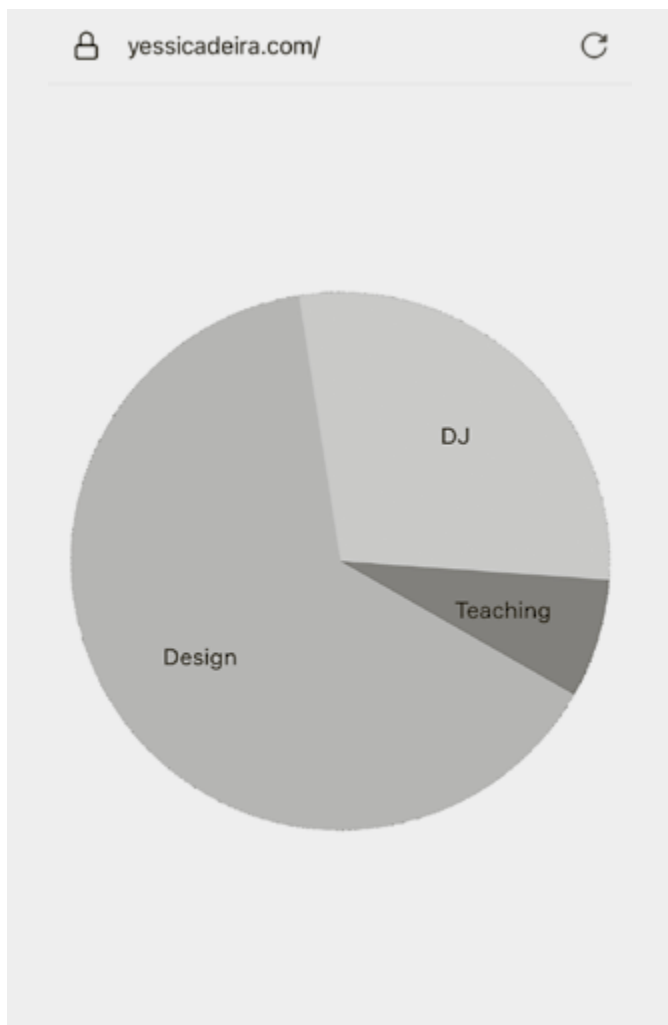


@b0ysfirm (2021). Una manifestazione allegorica dell'isteresi presente nelle scuole di architettura.

design del sé e il design delle cose, distinzione resa evanescente dai continui elogi rivolti al progettista glorioso che riversa la sua personalità nelle cose che concepisce. Questa figura, calco sbiadito dell'artista romantico, sopravvive nelle promesse della scuola e nelle speranze degli studenti. Si tratta, in fondo, di una questione di valore. Mentre la dimensione progettuale della scuola d'arte e design tende a valorizzare cose e servizi, quella artistica – che non è certo priva di progettualità – tende a valorizzare l'espressione di un'identità autonoma e distinta. Detto ciò, quello che suggerisco qui va oltre: le scuole d'arte e design sono prima di tutto laboratori di design del sé, e solo secondariamente un contesto dove si progettano le cose.

Personal branding, capitale umano, *identity politics*: oggi il progetto del sé è un impegno che si mette in atto consapevolmente (e spesso polemicamente). Bisogna dunque chiedersi: in quale misura si può considerare una prassi liberatoria? Per rispondere è necessario chiarire che la progettazione di sé, ciò che possiamo definire *self-design*, è uno dei fatti chiave della modernità, opportunità e condanna di chiunque abiti un ambiente non del tutto tradizionale. Non ci si può esimere dal progettarsi. La vita si presenta a ciascuno come un ventaglio, più o meno ristretto, di rischi e possibilità.¹³ In questo senso, la spinta espressiva generalmente associata all'arte non è

13. È proprio a partire da questa considerazione che il teorico del design Ezio Manzini descrive una condizione in cui «tutti devono costantemente progettare e riprogettare la loro esistenza, che lo vogliano o no.» Manzini, *op. cit.*, p. 1.

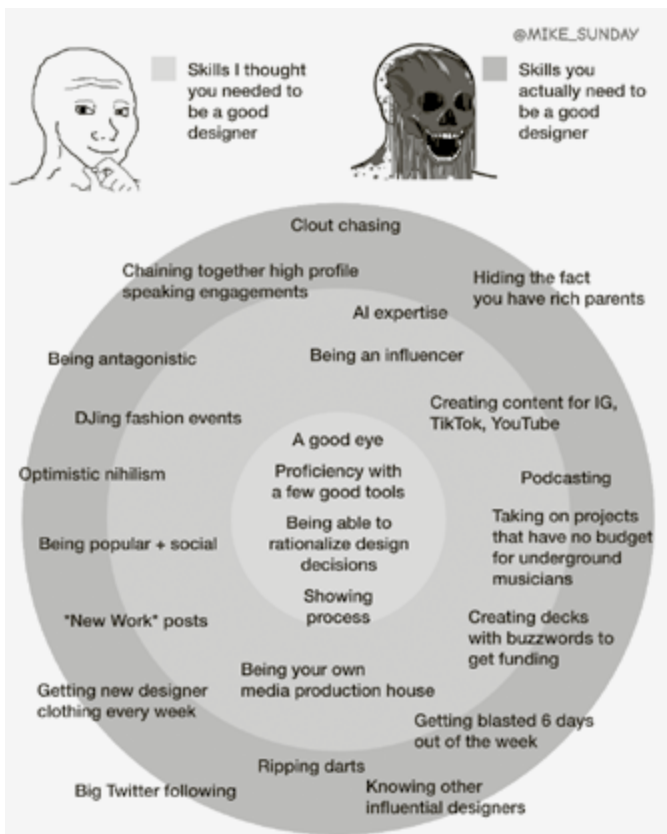


Portfolio online della designer Yessica Deira, progettato da Justus Gelberg e Lukas Engelhardt. Il grafico a torta è una visualizzazione giocosa della condizione *multi-hyphenated*.

altro che il riflesso della moderna ineluttabilità del self-design. Non c'è da meravigliarsi, quindi, che la creatività, sinonimo diffuso dell'arte come espressione individuale (e forse proprio per questo malvista dai designer), abbia acquisito un tale primato negli ultimi decenni.

Il self-design comporta però un rischio. Nelle sue forme estreme risulta ombelicale e patologicamente autoriflessivo: è cattiva letteratura. Misurandosi ossessivamente con il fantasma dell'identità, è conturbato da un'essenza che non sempre si manifesta. Non è difficile, allora, comprendere la delusione di quegli studenti giunti a scuola credendo di cimentarsi con un sistema di idee, e che si ritrovano invece piazzati di fronte a uno specchio. Rovescio speculare della scuola emancipatrice di bell hooks, il self-design è una scorciatoia pedagogica facile, poiché delega la definizione dei contenuti agli studenti ("cosa ti sta a cuore?"). In un'epoca priva di *role model* consensuali, la domanda "chi voglio essere?" è sostituita da un incessante "chi sono?". In questo modo, la scuola diventa un centro di reclutamento per le soggettività.

L'identità si esprime per differenza, attraverso quel dispositivo di distinzione che è il gusto. Non dobbiamo pensare al gusto come alla prerogativa snobistica del *connoisseur*, ma piuttosto come quel sistema di preferenze (dalle serie TV agli orientamenti politici) che di fatto costituiscono gli stili di vita. La scuola d'arte e design, operando come mercato delle differenze, individua e legittima componenti identitarie facendone delle *skill* distintive (come quelle, ad esempio, del genio folle), da spendere successivamente nel lavoro, presentando alcune



Mike Sunday (2022). Una rappresentazione umoristica dell'importanza del capitale culturale e simbolico per lo sviluppo di una pratica di design. Più ci si allontana dal centro, più si scoprono le capacità davvero necessarie per essere un buon designer.

di esse come autentiche e dunque inalienabili. Tuttavia, quello dell'autenticità è, almeno in parte, un dispositivo che si nasconde agli altri e perfino a se stessi. Attraverso l'autoipnosi dell'autenticità, un aspetto della propria persona può apparire *vero*. È così che il soggetto riesce a diventare se stesso. È dunque possibile essere inautentici e sinceri, o insinceri e autentici. Questo meccanismo rende possibile spiegare, almeno in parte, la svolta (auto)biografica delle scuole, già notata anni fa da vari osservatori.¹⁴ Tuttavia, mentre si incoraggia l'autobiografia si tende a omettere che non tutte le biografie sono parimenti spendibili, non tutte le identità si prestano a una conversione simbolica favorevole. La mobilitazione dell'identità e della soggettività costituisce, dunque, un aspetto centrale del percorso di professionalizzazione. Analizziamolo più da vicino.

ASPIRAZIONI AMBIGUE

Il design è, al pari dell'arte, proteiforme: i suoi contorni cambiano costantemente. Non è un caso che gran parte della sua letteratura di settore, anziché chiarirne la natura, cerchi di indirizzarne gli scopi. Le scuole, in quanto fucine di correnti e manifesti, partecipano attivamente a tale proposito. Questo si riflette, naturalmente, nella molteplicità di ruoli che il designer può vestire, attingendo, di volta in volta, al carisma del maestro, al kit-sch della design star, alla nostalgia dell'artigiano, all'orgoglio dell'esperto e, sempre di più, alla lotta dell'operaio. Tutte queste dimensioni convergono

14. Tra di loro, Rob Giampietro, che ha proposto un'analogia tra la scuola di design e i corsi di scrittura creativa. "School Days," *op. cit.*

in qualche modo nel design.¹⁵ Potremmo dire, parafrasando Bourdieu, che essendo quello del design un campo fluido e confuso, dà luogo a obiettivi professionali anch'essi fluidi e confusi.¹⁶ La sua ambiguità dà adito ad aspirazioni mai completamente realizzate né del tutto frustrate, un'ambiguità peraltro utile a quei giovani ambiziosi che non vogliono rinunciare né al "lavoro vero" né a degli ipotetici benefici simbolici.¹⁷ Verrebbe quasi da sostituire il diktat modernista *less is more* con il più vago *more or less...*

La vaghezza intrinseca del design segue quindi una logica precisa: l'ambiguità aspirazionale ne favorisce la crescita. E l'aspirante professionista non dovrebbe preoccuparsi del riconoscimento della propria professione, poiché la professionalizzazione, intesa come promozione del ruolo del designer da parte delle associazioni professionali, sembra essere un problema ormai superato. Aggie Toppins, designer e docente statunitense, ha recentemente sostenuto che «oggi-giorno il compito più urgente del settore non è

15. Riccardo Falcinelli, graphic designer e saggista, spiega che nessuno di questi aspetti è più vero degli altri: «Ciascuno sceglierà per sé che tipo di designer o di pubblico vuole essere: si può preferire il funzionalismo o il design espressivo; si può ambire a una grafica strettamente informativa o di stile postmoderno; credere nell'efficienza o praticare la performance. Purché non si scambino questi convincimenti per verità ineluttabili, purché li si tratti per ciò che sono. È l'unica strada per non finire nelle secche del moralismo, come coloro che credono ci sia un solo modo giusto di fare le cose.» *Critica portatile al visual design: Da Gutenberg ai social network*. Torino: Einaudi, 2014, p. 301.

16. Bourdieu, *La distinzione*, op. cit., pp. 159-60.

17. De Martin, op. cit., p. 71.

più la professionalizzazione; è fare in modo che la pratica del design diventi una parte responsabile nella costruzione di futuri equi e sostenibili.» Come prova del successo degli sforzi di professionalizzazione, Toppins riporta che «il graphic design è ora una delle principali specializzazioni universitarie richieste ed è più visibile nei media popolari».¹⁸ Una dichiarazione che conferma la tesi di Mari della scuola come principale industria del design.

È fondamentale riconoscere, come fa Toppins, che la professione del design è stata storicamente un veicolo di esclusione per donne, minoranze e gruppi oppressi. Ma è anche importante ricordare che al giorno d'oggi la questione professionale è tutt'altro che risolta. Uno studio che ha coinvolto 30.000 laureati in design nel Regno Unito (dove il corso di laurea triennale più popolare è proprio in design) ha mostrato che solo un quarto di loro finisce per svolgere lavori altamente qualificati e ben pagati nel campo della progettazione.¹⁹

ELITISMO DI MASSA

Quando si parla di lavoro nel design, non si può fare a meno di parlare di tecnologia. Democratizzazione, automazione e disintermediazione sono parole chiave difficili da eludere. Ruben Pater

18. Aggie Toppins. "We Need Graphic Design Histories That Look Beyond the Profession." *Eye on Design*, 10 giugno 2021. <https://eyeondesign.aiga.org/we-need-graphic-design-histories-that-look-beyond-the-profession/>.

19. Sarah Dawood. "Design Most Popular University Choice – but Graduates Aren't Becoming Designers." *Design Week*, 15 febbraio 2018. <https://www.designweek.co.uk/issues/12-18-february-2018/design-popular-university-choice-graduates-arent-ending-designers/>.

riassume così il lungo dibattito sull'avvento del desktop publishing:

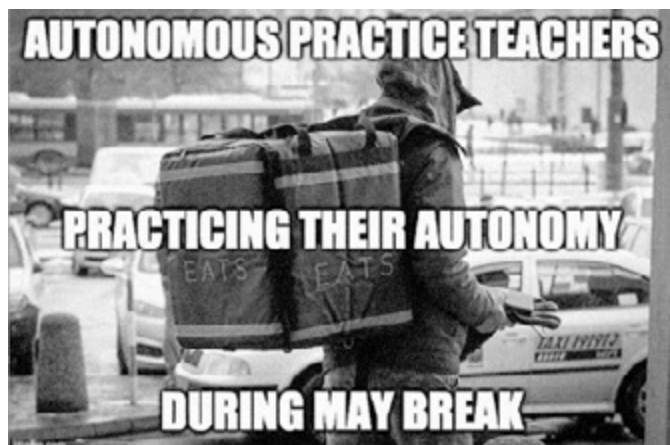
«Rendendo il nostro lavoro così facile da svolgere, stiamo svalutando la nostra professione,» ha avvertito lo storico del design Steven Heller. «A fronte della democratizzazione generale, rischiamo di perdere lo status elitario che ci conferisce credibilità.» Tuttavia, non è stato questo il caso, come sottolinea Ellen Lupton nel suo libro sul design fai-da-te, visto che «il settore si è allargato piuttosto che restringersi.»²⁰

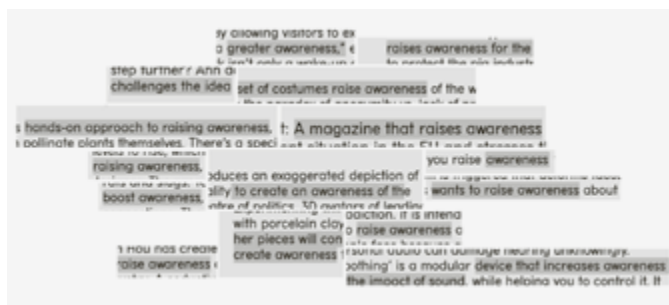
Ora che la parola “élite” è diventata quasi un insulto, schierarsi con Ellen Lupton appare certamente più comodo. Va però detto che la crescita del settore prevista nei prossimi dieci anni è inferiore a quella di altri percorsi di carriera: siamo al 3% contro una media dell'8%.²¹ Inoltre – e questo è ancora più importante – Heller ha evidenziato un reale problema di percezione che si traduce in un calo dei guadagni e, ancor di più, dei profitti simbolici. Questa è una realtà che le scuole non possono prendere alla leggera: nel momento in cui una parte significativa del corpo studentesco non ha l'opportunità di convertire il suo sostanzioso investimento scolastico in una posizione di élite professionale, un problema c'è e non è certo un problema da poco.

Per la politologa Jo Freeman, «un'élite si riferisce a un piccolo gruppo di persone che ha potere

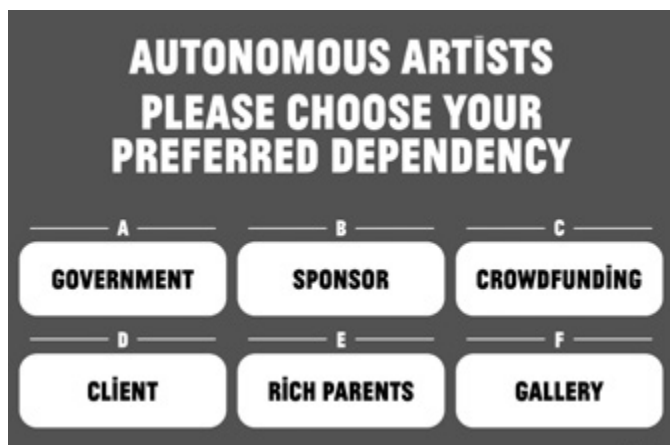
20. Pater, *Caps Lock*, op. cit., p. 329.

21. Vedi <https://www.bls.gov/ooh/arts-and-design/graphic-designers.htm#tab-5>.





Consapevolezza. Collage di descrizioni di progetti di laurea della Design Academy Eindhoven. Afonso Matos (2022).

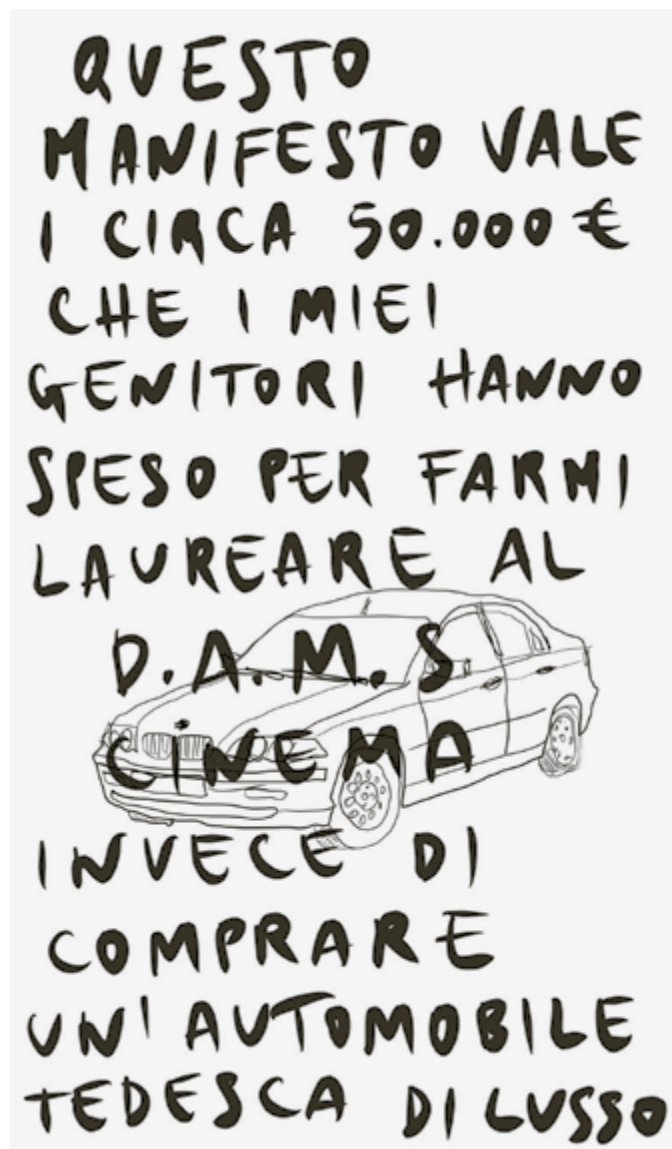


su un gruppo più grande di cui fa parte, di solito senza una responsabilità diretta verso quel gruppo più ampio, e spesso senza la consapevolezza o il consenso di quest'ultimo.»²² Questa definizione, che si attaglia bene a un'organizzazione criminale o a una setta segreta, non cattura veramente l'essenza dello status elitario di una professione. Riprendiamo invece la definizione di Donald Schön del professionista come qualcuno che pretende «di possedere una conoscenza straordinaria su questioni di grande rilevanza sociale» in cambio della quale riceve «straordinari diritti e privilegi.»²³ Questo punto di vista mostra che il ruolo del professionista è un ruolo intrinsecamente esclusivo (ma non necessariamente *escludente*, come lo è stato in passato). Qui, l'espressione "élite professionale" diventa quasi tautologica.

Se il sapere dei designer non è ritenuto, almeno in parte, una forma di competenza, non sarà loro riconosciuto lo status di professionisti. È quello che succede ad esempio nel graphic design, ambito il cui know-how ha perso la sua aura esoterica. La percezione comune è che, grazie ai dispositivi digitali e alla rete, chiunque possa progettare un logo o impaginare un libro. Per alcuni il fatto che il graphic design sia un indirizzo universitario è addirittura fonte di stupore. Non intendo qui discutere se questa percezione sia giusta o sbagliata, ma evidenziare come plasmi le relazioni economiche generali tra clienti e progettisti, intaccando così lo status di questi ultimi. Gli effetti sono già evidenti nel divario salariale tra specialisti in

22. Freeman citata in Táíwò, *op. cit.*, p. 22.

23. Schön, *op. cit.*, p. 31.



Poster di Giuseppe de Mattia (2021).

UX design, ambito tuttora considerato esoterico, e quelli del graphic design, pratica ormai demistificata.²⁴ Nasce dunque il sospetto che la professionalizzazione sia considerata un problema superato da chi questo problema lo ha superato *individualmente*, ossia da chi è considerato a tutti gli effetti un professionista, magari membro di un'élite culturale, in grado di ottenere benefici sia materiali che simbolici.²⁵ Tale figura oppone l'elitismo, ma mentre l'anti-elitismo, come pratica, è "l'atmosfera emotiva" propria delle classi popolari, in quanto discorso diventa il cavallo di Troia delle élite. Come pratica, l'anti-elitismo è intuitivo, fattuale, materiale, vissuto; come discorso, è formale, teorico, astratto, distintivo.

RESPONSABILITÀ ECONOMICA

Nel 2022, ho firmato con convinzione la lettera aperta dell'associazione Platform BK intitolata «I laureati delle accademie d'arte meritano di avere più potere sul loro futuro.»²⁶ Rivolgendosi ai consigli d'amministrazione delle accademie d'arte olandesi, i firmatari sostenevano che l'istruzione dovrebbe preparare gli studenti alla «caotica realtà del mercato del lavoro nel settore culturale.» Il piano includeva quattro punti: sviluppo di corsi

24. 74.000 dollari per gli UX designer contro i 41.000 dollari dei graphic designer. Teo Yu Siang. "How to Change Your Career from Graphic Design to UX Design." *Interaction Design Foundation*, 12 settembre 2020. <https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-change-your-career-from-graphic-design-to-ux-design>.

25. Cfr. Rock, "On Unprofessionalism", *op. cit.*

26. <https://www.platformbk.nl/en/graduates-of-art-academies-deserve-more-agency-over-their-future/>.

post-precarietà; impegno sociale e auto-organizzazione; approfondimenti sulla vita dopo l'accademia; coinvolgimento degli studenti negli sviluppi istituzionali. Una versione precedente della lettera auspicava un'«educazione artistica economicamente responsabile.» La domanda è: come definire la responsabilità economica? Fin qui ho provato a dimostrare che non si tratta soltanto di redditi e fatture, né di mero spirito imprenditoriale, ma anche di flessioni di capitale simbolico, tra percezione pubblica e *propriocezione* professionale.

In seno a varie scuole d'arte e design si comincia ad affrontare il problema della professione prendendo le parti di un proletariato sfruttato. Benché, come mostrano i dati, ci siano delle ottime ragioni per adottare questa posizione, vi è in essa qualcosa di autolesionistico: accettando lamentosamente la neo-condizione operaia, si celano le legittime aspirazioni professionali dei designer, ovviamente tutt'altro che *working class*. Questa è la ragione per cui la chiamata alla sindacalizzazione non porta i risultati sperati. Siamo di nuovo in presenza di un doppio vincolo: la scuola educa gli studenti come liberi professionisti ma chiede loro una presa di coscienza proletaria. Un generico appello alla sindacalizzazione rischia così di tradire la sua promessa professionale,²⁷ non solo «creando dei falliti,» ma facendo del loro risentimento materiale per corsi e sillabi.²⁸

27. Vedi Silvio Lorusso. "No Problem: Design School as Promise." *Entreprecariat* (blog), 7 dicembre 2020. <https://networkcultures.org/entreprecariat/no-problem-design/>.

28. Sono consapevole del peso di questa espressione e non la uso a cuor leggero, come non la usano a cuor leggero gli autori a cui faccio riferimento. Si vedano in

IO, UN INTELLETTUALE

«La cosa che mi fa più incazzare è la degradazione del ruolo intellettuale del designer.» Questo è ciò che un amico designer mi ha detto una volta, mentre intrecciavamo le nostre lamentele a proposito di partite IVA, contratti a breve termine e pagamenti in ritardo. Nel testo introduttivo del già citato libro di Ellen Lupton (scritto insieme ai suoi studenti del MICA di Baltimora: è un libro nato a scuola), la storica paragona la figura del designer a quella dell'«intellettuale organico» di gramsciana memoria. Considerando il design «una funzione *sociale*, piuttosto che una professione o una disciplina accademica,» Lupton suggerisce che:

Questi intellettuali organici potrebbero fondere lavoro fisico e mentale, generando “nuovi modi di pensare” a partire da azioni e costruzioni. Le loro abilità sarebbero sia tecniche che teoriche.²⁹

Ma cos'è esattamente un intellettuale? A questa domanda, Tomás Maldonado, figura complessa e prolifica, ha dedicato un intero volume di ampio respiro: si passa da Cervantes a Jonathan Swift, da Erasmo ad Heidegger.³⁰ Secondo Maldonado l'intellettuale nasce *impegnato*. È una figura che “prende posizione” e firma manifesti. A volte ha una funzione esornativa, quasi ornamentale all'interno del partito che sostiene e dal quale è sostenuto.

particolare Bourdieu, *La distinzione*, op. cit., p. 150, e Ivan Illich. *Descolarizzare la società: Una società senza scuola è possibile?* Torino: Mimesis, 2010.

29. Lupton, op. cit., p. 21.

30. Tomás Maldonado. *Che cos'è un intellettuale? Avventure e disavventure di un ruolo*. Milano: Feltrinelli, 2010.

Inoltre, nel momento in cui diventa moderno, non può fare a meno di lavorare su di sé:

Egli esprime “l’identità moderna,” un modo di essere intellettuale che privilegia la “riflessività radicale.” È l’intellettuale “dopo Montaigne.” Con Montaigne “entra in scena l’io.” Nasce l’intellettuale volto a se stesso, ma che si offre allo sguardo degli altri.³¹

L’affinità con il prototipo di designer immaginato e promosso dalle scuole di arte e design è evidente: si tratta di un intellettuale che si schiera, critica ed educa, che progetta sé stesso e fa di questo lavoro il suo proprio contenuto da disseminare, la sua voce. Questo tipo di intellettuale soddisfa il criterio dell’agire, ma cosa dire della dimensione del fare tipica dei designer, ossia della loro dimensione tecnica?

LE DUE CULTURE

A questo punto ci è chiaro, in linea di massima, cosa sia un intellettuale. Ma come si collega questo ruolo a quello del designer? In altra sede, lo stesso Maldonado ha offerto una definizione convincente: il designer è un *intellettuale tecnico*.³² Così facendo, ha cercato di abolire la falsa dicotomia che contrappone la cultura umanistica alla cultura scientifica. Come spiega Giovanni Anceschi,

[...] “intellettuale tecnico” è un’espressione che colpisce come un ossimoro, ma è tale

31. *Ibidem*, pp. 27-8.

32. Stranamente, la parola “designer” non appare mai nel suo excursus sul ruolo dell’intellettuale.



Fotogramma da una pubblicità televisiva per l'Accademia del Lusso italiana (2020).

solo per il pensiero banale e per il pregiudizio schizoide che continua a credere nelle “due culture.”³³

Il tentativo di «scacciare quest'attività tanto concreta dal middle-brow professionalista e praticone» è meritevole, eppure le cose non sono così semplici.³⁴ La difficoltà risiede nel fatto che la distinzione tra tecnico e intellettuale sopravvive nella percezione generale dei ruoli professionali e, in linea di massima, il designer è percepito più come un tecnico che come un intellettuale.

Che tipo di tecnico, però? È vero per molti designer ciò che Bourdieu sostiene a proposito di coloro che occupano le posizioni inferiori della classe dominante: «si ritrovano relegati in posizioni di *tecnici*, cioè di esecutori privi di potere economico, politico o culturale in senso vero e proprio.»³⁵ Ciò appare evidente nelle lamentazioni dei vari sottosettori del design, non solo nel graphic design, che è in declino, ma anche in quelli in ascesa come l'interaction design, che reclama il suo “posto al tavolo.” Esiste quindi una differenza tra il tecnico e il *tecnologo*, professionista a tutti gli effetti, sintesi riconosciuta delle due culture.

Come si spiega, dunque, la propensione intellettualistica e “monoculturale” del design contemporaneo? Non essendo riusciti a stabilirsi in modo autorevole nella sfera tecnica, i designer tentano di occupare la sfera umanistica. Si tratta di una mossa sensata, seppur in gran parte inconscia,

33. Giovanni Anceschi. *Tomás Maldonado intellettuale politecnico*. Milano: Edizioni del Verri, 2020, p. 35.

34. *Ivi*.

35. Bourdieu, *La distinzione*, op. cit., pp. 312-3.

che consiste nella sostituzione di un'élite tecnica (che élite non è più) con una pseudo-élite intellettuale, che si pone come "coscienza" della tecnica. Le scuole possono così rivendicare un ruolo formalmente autonomo, che consiste nell'esercizio del pensiero critico e nella produzione di consapevolezza. Qui, l'attenzione si concentra più sul perché che sul come, come ha affermato una volta Tibor Kalman. Nel loro ultimo libro, Mieke Gerritzen e Geert Lovink inquadrano questo fenomeno principalmente europeo con un titolo spietato: *Made in China, Designed in California, Criticized in Europe*.³⁶ Sono lontani i tempi in cui «[l]e forme tecniche e commerciali della formazione attitudinale raggiungevano l'obiettivo desiderato attraverso la ridicolizzazione costante del "professore maldestro" e dell'"intellettuale idealista" [...]».³⁷ Oggi, il principale oggetto di derisione è il "rigido realista." Ma «[q]uando tali argomenti "dispregiativi" come le arti, l'artigianato e la tecnologia delle macchine vengono considerati una zavorra e dunque rimossi dalla formazione nelle arti liberali, lo studente si ritrova in un'atmosfera rarefatta di mero verbalismo.»³⁸

IL PROBLEMA DEI PROBLEMI

Il passaggio dall'intellettuale tecnico all'intellettuale *della tecnica* è particolarmente evidente nel design speculativo, anche detto Critical o Speculative Design.³⁹ Si tratta di una pratica che consiste

36. Gerritzen e Lovink, *Made in China...*, op. cit.

37. Moholy-Nagy, op. cit., p. 22.

38. *Ivi*.

39. Vedi Dunne e Raby, *Speculative Everything*, op. cit.

nell'immaginare scenari futuri per ripensare – e dunque trasformare – il nostro presente. Il manifesto fondativo di questa corrente, firmato da Anthony Dunne e Fiona Raby nel 2009, ne chiarisce i principi.⁴⁰ Tra questi, vi è il passaggio dall'intenzione affermativa a quella critica; non si progetta più per la produzione bensì per il dibattito; la provocazione sostituisce l'innovazione e le applicazioni fanno largo alle implicazioni. Ne risulta una figura tutto sommato simile a quella tradizionale dell'intellettuale umanista. Non a caso il design critico è a volte chiamato anche *design for debate* («design per il dibattito»).

Ogni corrente ha le sue eccellenze e le sue mediocrità. Non mi interessa qui stabilire la validità generale dello Speculative Design, quanto piuttosto fornire delle ragioni per la sua popolarità, in particolare in ambito pedagogico e accademico. Nonostante alcuni precedenti storici riconosciuti dagli stessi designer speculativi, la novità risiede nel definire e ridefinire i problemi attraverso scenari e prototipi, piuttosto che dedicarsi alla loro risoluzione. Così facendo, il design speculativo risolve *il problema dell'accesso ai problemi*. Creando finzioni legate alla realtà eppure del tutto autonome, può disconnettersi dalla dimensione concretamente sociale della tecnica, ovvero la cosiddetta tecnostruttura, che include CEO, policy maker e quadri aziendali.⁴¹ Inoltre, a livello pedagogico tale pratica si presta all'isolazionismo: per creare un mondo di finzione basta a volte un tenue legame

40. Dunne e Raby, "A/B," *op. cit.*

41. John Kenneth Galbraith. *Il nuovo stato industriale*. Torino: Einaudi, 1968.

con la realtà. Una realtà che per molti designer è peraltro scadente: se la risoluzione dei problemi è ridotta a mera esecuzione, *l'inquadramento* dei problemi ha il fascino della produzione culturale, compito tradizionale degli intellettuali.

È così che va letto lo scetticismo diffuso nei confronti del problem-solving. Tale scetticismo non ha a che fare soltanto con la messa in scena della "perfidia" (*wickedness*) dei problemi complessi, ma serve anche a evadere l'ostacolo sociale che non permette di partecipare alla loro risoluzione. Questo spiega anche la propensione a indagare problemi colossali, dato che essi si prestano perfettamente allo sguardo sbalordito del critico. Concentrandosi sui massimi sistemi, si possono ignorare quei sistemi concreti da cui si è esclusi o su cui non si ha alcun potere.⁴² Per dirla con Victor Papanek, «forse è anche un preciso interesse dell'*establishment* proporre evasioni fantascientifiche ai giovani, per distrarre la loro attenzione dalla dura realtà.»⁴³ Utilizzando visioni di futuri auspicabili, queste vie di fuga fantascientifiche tendono inevitabilmente a mobilitare nozioni etiche e politiche. Ancora una volta, la domanda da porsi è: come *funzionano* etica e politica nel contesto della scuola d'arte e design?

L'ETICA IMPOTENTE

La storica britannica Alison J. Clarke scrive:

Gran parte del discorso contemporaneo sul design insiste su un modello polarizzato

42. Vedi capitolo 4.

43. Papanek, *op. cit.*, p. 258.

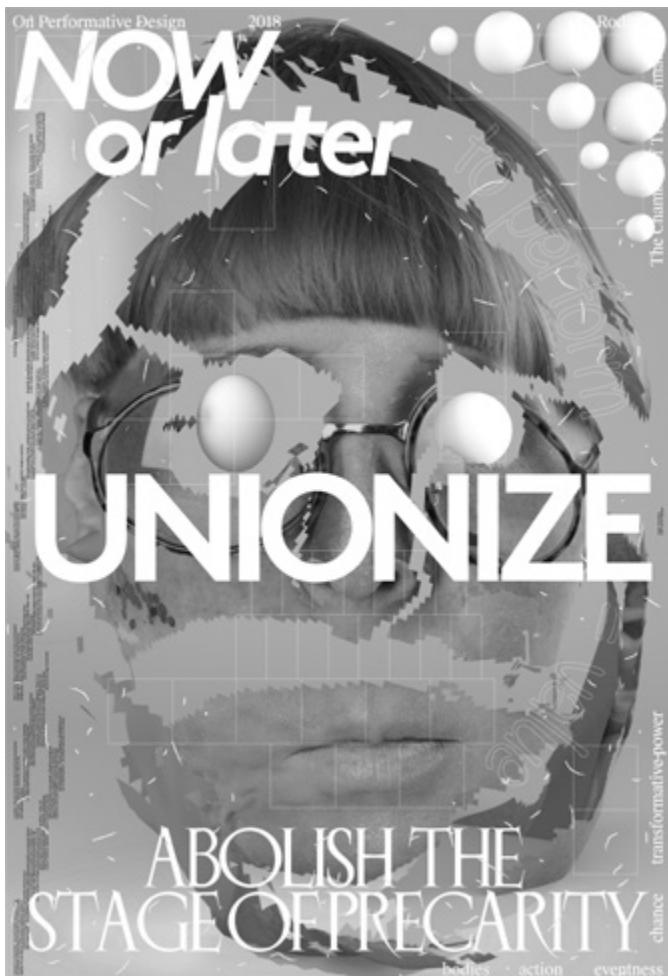
di design nato nel paradigma vagamente neo-marxista degli anni '70 che ha alimentato la critica al vetriolo di Papanek: [...] riciclando una retorica che contrappone una pratica progettuale moralmente ed eticamente virtuosa (sostenibile, socialmente integrata, basata sulla comunità, co-progettata, ecc.) all'immagine del progettista ancella di una cultura aziendale guidata dal profitto.⁴⁴

Questa dicotomia etica ha certamente a che fare con l'inaccessibilità dei problemi. Generazioni di studenti si sono appassionate al manifesto *First Things First* di Ken Garland, che è stato aggiornato e ripubblicato più volte negli ultimi decenni.⁴⁵ Tuttavia già la versione originale, esplicitamente anticonsumista, lamentava in filigrana la riduzione del designer a mero esecutore di un piano i cui «scopi banali» sono decisi da altri. La presa di coscienza di Garland non era dunque solo etica ma anche posizionale. Riferendosi all'edizione del 2000 del manifesto, J. Dakota Brown sostiene che «al pari dei tentativi precedenti di comprendere e contestare lo status del design come “istituzione di potere,” la critica del manifesto è stata rapidamente riabilitata in un'affermazione apolitica del “potere del design.”»⁴⁶ A un'analisi più attenta, quindi, l'afflato etico del design non è che una forma di autocelebrazione tramite eccesso di

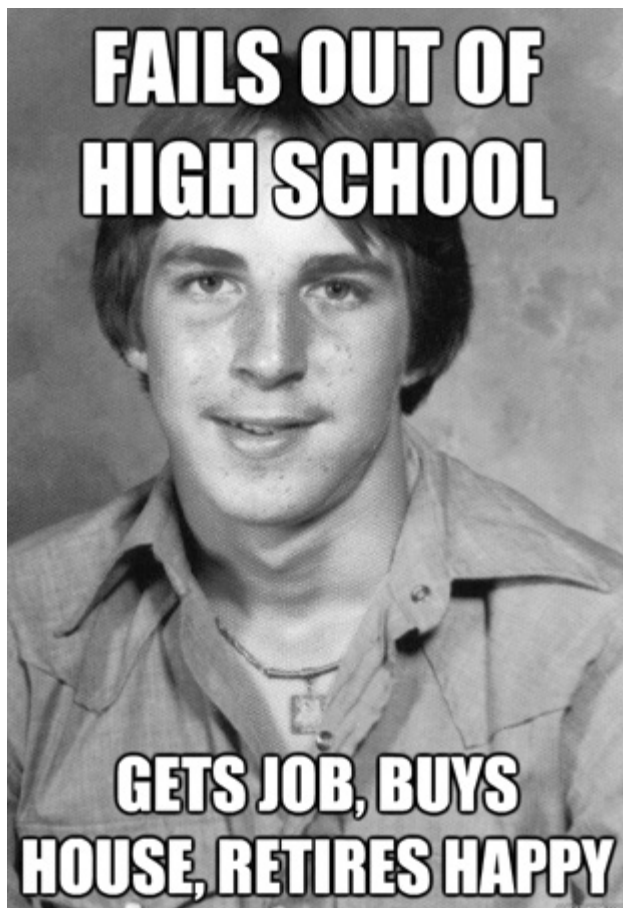
44. Alison J. Clarke. "Design for the Real World: Contesting the Origins of the Social in Design." In Claudia Mareis e Nina Paim (a cura di). *Design Struggles: Intersecting Histories, Pedagogies, and Perspectives*, a cura di. Amsterdam: Valiz, 2021, p. 89.

45. Garland, *op. cit.*

46. Brown, *The Power of Design...*, *op. cit.*, p. 2.



Questo poster del duo The Rodina (2018) mette in scena il doppio vincolo professionale: lo slogan lavorista entra in conflitto con il ritratto ingrandito di un membro dello studio, una manifestazione più o meno consapevole dell'attività performativa necessaria a creare un'aura professionale e culturale attorno alla propria individualità.



«Bocciato alle superiori: trova lavoro, compra casa e va in pensione sereno.» Le molte variazioni del meme «Old Economy Steve» sono un perfetto esempio di isteresi. Lo Steve del meme non comprende le difficoltà del presente perché le guarda attraverso la lente della sua esperienza, presuntamente più agevole. Ironia della sorte, il vero Steve, ora cinquantenne, è un graphic designer che fatica a trovare lavoro mentre affronta un dolore cronico alla schiena. Grazie a J. Dakota Brown.



Music and Apocalypse, diretto da Max Linz nel 2019. La protesta studentesca appare qui depotenziata e ridotta a motivo ornamentale. Essa adotta inoltre lo stesso linguaggio genericamente politico tipico dell'accademia.

responsabilità. Quando i designer e i teorici proclamano che il design ha una grande responsabilità, o addirittura colpevolezza, stanno anche dicendo: «siamo importanti, influenti, se non decisivi.» Esempi di questo eccesso si trovano sia nei testi canonici, come *Progettare per il mondo reale* di Papanek, sia nelle opere più recenti, come *Ruined by Design* di Monteiro.⁴⁷

Concentrarsi sull'etica individuale (una componente fondamentale del progetto di sé) è un modo per mascherare la propria subordinazione. Indubbiamente, i designer influenzano la realtà attraverso il loro lavoro e le loro scelte, ma generalmente questo avviene in forme ben poco spettacolari, lontane dal mito fumettistico secondo cui a un grande potere corrisponde una grande responsabilità. Difatti molti designer concordano sul fatto che la buona riuscita di un progetto dipende in gran parte dalla bontà del cliente, intesa come fiducia nella competenza del progettista.⁴⁸ L'entità malvagia che seduce, manipola e inganna i consumatori, incarnata di volta in volta dall'organizzazione, dal committente o dallo stesso designer, è spesso un fantoccio, perfetto obiettivo polemico di una scuola che legittima uno stile di vita distintivo – un'*attitudine*, per dirla con Moholy-Nagy – caratterizzato dall'appartenenza a una specie di avanguardia morale. Tra le sue fila, ciò che non può la posizione professionale – che è tutt'altro che garantita – può la posizione etica. Se è vero che, come afferma Tony Fry, il design «o serve o

47. Monteiro, *op. cit.*

48. 62% secondo il Graphic Designers Surveyed, *op. cit.*, p. 288.

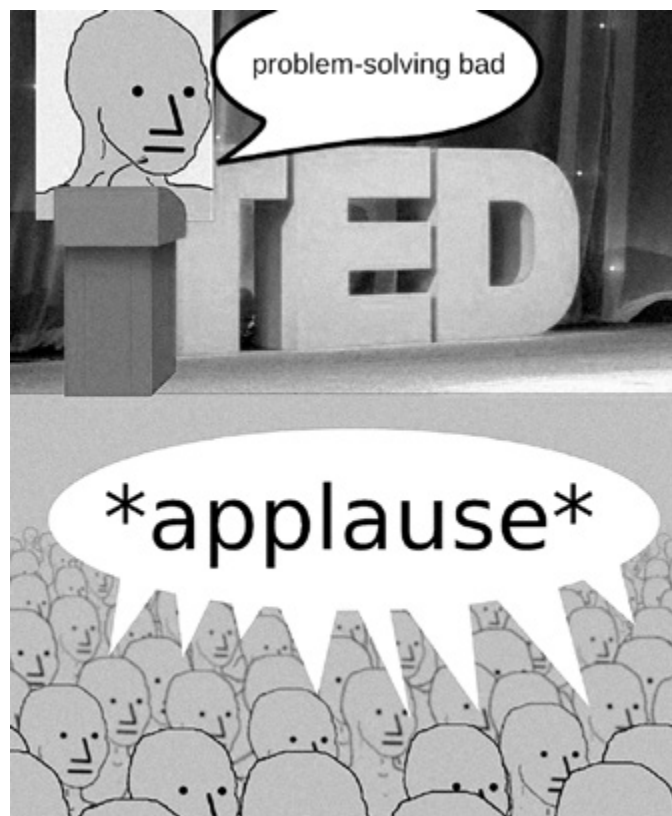
sovverte lo status quo,» è legittimo chiedersi se, all'interno di certe istanze di formazione, l'impulso a sovvertire lo status quo non sia proprio ciò che, alla fine, lo serve.

ECONOMIA POLITICA

Sia a scuola che negli affari, il graphic design è spesso un caso di ciechi che guidano ciechi. Fare dell'aula un forum perpetuo per questioni politiche e sociali, per esempio, è sbagliato; e vedere l'estetica come sociologia è grossolano e fuorviante. Uno studente con la mente ingombra di questioni che non hanno nulla a che fare direttamente con il design – il cui obiettivo è imparare facendo e creando; che viene gettato nella mischia, dovendo imparare le basi del design e a usare un computer, mentre è sopraffatto da problemi sociali e questioni politiche – è uno studente disorientato; non è per fare questo che si è iscritto, né è ciò per cui ha pagato.⁴⁹

Qui, Paul Rand esprime l'amaro disappunto verso l'iper-politicizzazione della formazione progettuale. È di nuovo Aggie Toppins a svelare i retroscena di questo vero e proprio sfogo. Infuriato dalla nomina di Sheila Levrant de Bretteville, designer femminista associata al postmodernismo, come direttrice del corso di graphic design di Yale, Paul Rand

49. Paul Rand. "Confusion and Chaos: The Seduction of Contemporary Graphic Design." *AIGA Journal of Graphic Design* 10, n. 1 (1992). <https://www.paulrand.design/writing/articles/1992-confusion-and-chaos-the-seduction-of-contemporary-graphic-design.html>.



abbandonò la sua posizione nel dipartimento, convincendo Armin Hoffman a fare lo stesso. Citando Roger Kimball, Rand lamentava l'apparente predominio degli «studi di genere, studi afroamericani, studi queer» rispetto a dei fantomatici «curriculum e modalità di indagine intellettuale tradizionali.»⁵⁰ È come se lo spirito di Jordan Peterson si fosse impossessato retrospettivamente di lui. La critica di Aggie Toppins a questo articolo merita di essere letta per intero.⁵¹ Io vorrei provare invece a estrarre un grano di verità da un materiale a prima vista irrecuperabile. Lo studente frastornato dalle questioni politiche non è meno smarrito dello studente gettato in un mondo indecifrabile descritto da De Carlo nel '68. Purtroppo la politica non rende il mondo un luogo meno complesso, ed è proprio qui che risiede il suo valore. Come abbiamo visto, la disposizione etica invece rischia di ridurre la politica a elementari opposizioni binarie e roboanti manifestazioni di sdegno che servono a produrre skill distintive riconosciute, forse, soltanto dagli stessi designer. Sarà pure un bello spettacolo, ma il cosiddetto *do-goodism* non è granché come offerta formativa, e rischia inoltre di alimentare tendenze conservatrici.

Come possiamo trarre beneficio dalla complessità politica nel contesto educativo? Prendendo atto, tra le altre cose, delle legittime aspirazioni professionali degli studenti, comprese quelle meno “rivoluzionarie”. L'inclusione ornamentale di questioni

50. *Ivi.*

51. Aggie Toppins. “Good Nostalgia/Bad Nostalgia.” *Design and Culture* 14, n. 1 (2 gennaio 2022): 5–29.
<https://doi.org/10.1080/17547075.2021.2010876>.

smaccatamente politiche, lo spettacolo dell'indignazione, i crocevia etici non assolvono la scuola dalle sue lacune professionalizzanti, possono contribuire anzi a oscurarle. Per questo motivo, una scuola che intende davvero affrontare la cosiddetta "complessità" deve estendere la sua concezione del politico, includendo anche la dimensione economica delle sue manifestazioni: deve farne un'*economia politica*.

COMPROMESSO

Isteresi. Pierre Bourdieu usa una parola difficile per descrivere un fenomeno tutto sommato semplice, che consiste nell'applicare una prospettiva obsoleta a un contesto ormai mutato. Scrive il sociologo:

L'effetto d'isteresi è tanto maggiore, quanto maggiore è la distanza dal sistema scolastico e quanto più scarsa o astratta è l'informazione sull'effettivo andamento del mercato dei titoli di studio.⁵²

La diffusione virulenta dell'espressione "ok boomer" mostra che l'effetto di isteresi è entrato nel mainstream: le nuove generazioni sono sempre più convinte che i vecchi approcci e prospettive, nell'attuale contesto, non funzionino più. I cosiddetti boomer sono come Don Chisciotte, immersi in un mondo obsoleto di idee, ma – attenzione! – la categoria del boomer non è strettamente legata all'età. Boomer è chiunque venga ingannato dall'effetto di isteresi – e anche i giovani possono cadere nell'inganno. Esistono numerosi racconti informali su questo effetto nei contesti dell'arte e del

52. Bourdieu, *La distinzione*, op. cit., p. 147.

design. Joshua Citarella, un artista statunitense, dichiara al suo pubblico, composto da studenti e artisti emergenti, che «questo tipo di formazione e questo percorso professionale vi sta addestrando a diventare parte di una classe professionale che, in realtà, non esiste più. Le istituzioni pagano tariffe al di sotto della media e non offrono più le protezioni che permettevano agli artisti di misurarsi con idee complesse.»⁵³ Roberto Arista, un designer italiano, ribadisce il punto affermando che «il nostro percorso di studi *professionalizzante* è stato ideato a partire da un modello che si stava già sgretolando negli anni Novanta, e che negli anni Duemila era giusto un multiplo sbiadito della matrice originale.»⁵⁴ Il modo in cui le scuole di arte e design concepiscono il progetto di sé è ormai sorpassato. Il collante che lega i suoi ideali datati è il concetto di autonomia. Questa si declina in vari modi: distacco romantico dalle cose del mondo, autoconvincimento della necessità sociale delle proprie competenze, riposizionamento critico rispetto a un contesto che limita l'accesso alla risoluzione dei problemi, distacco dal presente e perciò dalla storia.

Nel 2003 Andrew Blauvelt ha sostenuto, in un testo divenuto poi canonico, la proposta di un'autonomia critica del graphic design, intesa come «disciplina capace di generare significato dalle proprie risorse intrinseche senza fare affidamento su commissioni, funzioni, o materiali e mezzi specifici.»⁵⁵ Come ho cercato di dimostrare, l'autonomia

53. Citarella, Instagram story.

54. Roberto Arista. "Le interfacce sono un oggetto solido." *Progetto Grafico* 33 (2018).

55. Blauvelt, "Towards Critical Autonomy," *op. cit.*

critica è più un effetto che una causa; è un abbaglio, una bella storia da raccontare in classe, al museo o durante una conferenza. Questo tipo di autonomia è solo apparente; in realtà è una risposta sintomatica all'estromissione professionale. Con cosa può essere sostituito questo approccio? Riprendiamo Maldonado e Anceschi:

[...] l'intellettuale tecnico, pur praticando l'arte stoica e realista del compromesso progettuale, non è mai gestore neutrale, indifferente alla cosa, al tema, alla sostanza.⁵⁶

Il compromesso progettuale è l'antitesi dell'autonomia critica. È ammissione del fatto che il designer è, in fondo, inevitabilmente un *bricoleur* – una persona che si arrangia con ciò che trova, nelle condizioni in cui si trova.⁵⁷ Ciò non significa che il compromesso nel design sia docile o vittimistico. Al contrario, è esso stesso critico: è critica del compromesso, presa di coscienza delle ragioni che orientano le prese di coscienza. È compromesso storico: capacità e coraggio di distinguere il passato dal presente. Affinare l'arte del compromesso progettuale vuol dire prendere atto della *compromissione* della scuola quale parte integrante del mondo reale. Vuol dire superare la propriocezione professionale per fare i conti con la percezione altrui del proprio ruolo, specialmente quando questa si rivela spiacevole. Una scuola d'arte e design

56. Anceschi, *op. cit.*, p. 36.

57. Gaspare Caliri. "Cos'è il design-as(-a)-bricolage, la cultura del progetto attraverso le teorie della complessità." *cheFare*, 19 gennaio 2021. <https://www.che-fare.com/almanacco/cultura/design/cose-il-design-as-a-bricolage-la-cultura-del-progetto-attraverso-le-teorie-della-complessita/>.

che voglia abbracciare un'etica del compromesso deve essere idealista e materialista allo stesso tempo. Per farlo, deve essere in grado di vagliare le ambizioni che essa stessa produce e i meccanismi, siano questi interni o esterni, che legittimano tali ambizioni. Se tale scuola punta a diventare uno spazio di autorealizzazione, deve riconoscere i processi di professionalizzazione del sé, e superarli.



Slogan formulato in Italia dagli studenti in protesta nel '68.

EPILOGO

RAGEQUIT

«Il design è possibile solo laddove fiducia e speranza sono unite. Lì dove c'è rassegnazione, ovvero nessuna fede nelle prospettive future, non c'è design.»

– Gui Bonsiepe, 1992¹

«[...] trasformare un problema in progetto non vuole dire risolverlo.»

– Hal Foster, 2002²

«La letteratura cambia davvero le cose quando urta contro la propria impotenza.»

– Walter Siti, 2021³

Secondo G.H., la tormentata protagonista di un romanzo di Clarice Lispector dai toni iniziatici, «[l]a disillusione è forse la paura di non appartenere più a un sistema.»⁴ In questo libro ho tracciato i confini porosi del sistema del design utilizzando un metodo duplice: da un lato, ho rianimato vecchie forme di disincanto, alcune delle quali a lungo dimenticate; dall'altro, ho tastato il polso del presente, analizzando meme e accessi di rabbia intercettati nell'arena informale dei social media. Questa attività mi ha portato alla realizzazione che maggiore è il divario tra aspettative e realtà, maggiore è la probabilità di produrre un professionista demotivato e disilluso. E dalla disillusione al *ragequit* il passo è breve. Per evitare di “lasciar perdere per la rabbia,” bisogna fare esercizio di

1. Gui Bonsiepe. *The Disobedience of Design*. Londra: Bloomsbury, 2022, p. 237.

2. Foster, *op. cit.*, p. 110.

3. Walter Siti. *Contro l'impegno: Riflessioni sul Bene in letteratura*. Milano: Rizzoli, 2021, p. 263.

4. Clarice Lispector. *La passione secondo G.H.* Milano: Feltrinelli, 1991, p. 12. G.H. aggiunge: «Quindi si dovrebbe dire: tizio è assai felice perché è stato infine disilluso.»

realismo, accettando un sano compromesso con la realtà e tenendo a bada il narcisismo professionale. Questo è ciò che chiamo *disillusione*, la progressiva lacerazione di veli disciplinari al fine di sviluppare una comprensione realistica dell'impatto che un designer può avere sul mondo.

Che fare, dunque? È qui che solitamente il lettore si aspetta l'illuminazione: la direzione da intraprendere, il cammino da seguire, la soluzione a tutti i problemi discussi. È questo il punto in cui dovrei, di norma, inserire la *pars construens*. Piuttosto, laceriamo quest'ultimo velo. Oggigiorno, le conclusioni hanno nei libri una funzione retorica, e ciò è ancor più vero nei libri di design: ci si produce in un lieto fine di qualche tipo, nella speranza di congedare un lettore galvanizzato. A rischio di deludere qualcuno, non è così che si concluderà questo libro. Il lettore sarà allora abbandonato, come ha scritto un anonimo recensore, in una «cinica sala degli specchi»? Ci auguriamo di no. Tuttavia, piuttosto che proporre alternative improvvisate per compiacere le aspettative, voglio spezzare una lancia a favore della critica pura, attualmente liquidata come semplice cinismo. Questa è una posizione che colpisce la produzione sagistica in generale (basti pensare al trionfo dei libri di autoaiuto e dei manuali in stile *how-to*) e il design in particolare, in virtù della sua attenzione costitutiva verso come le cose dovrebbero essere. Poiché, come abbiamo visto, il design è ottimista per definizione, ho usato il pessimismo gramsciano dell'intelligenza per criticare l'ottimismo progettuale della volontà. Il filo rosso che attraversa questo libro è la convinzione che non sono

la negatività e il dubbio a portare al cinismo, bensì proprio la *pars construens* artificiosa, le ambizioni chimeriche, le parvenze di costruttività. Quando i problemi strutturali (realtà) vengono affrontati con soluzioni di facciata (aspettative), la disillusione non può che diffondersi. Per evitarlo, «organizzare il pessimismo»⁵ diventa cruciale.

COME I LIBRI CAMBIANO LE PERSONE

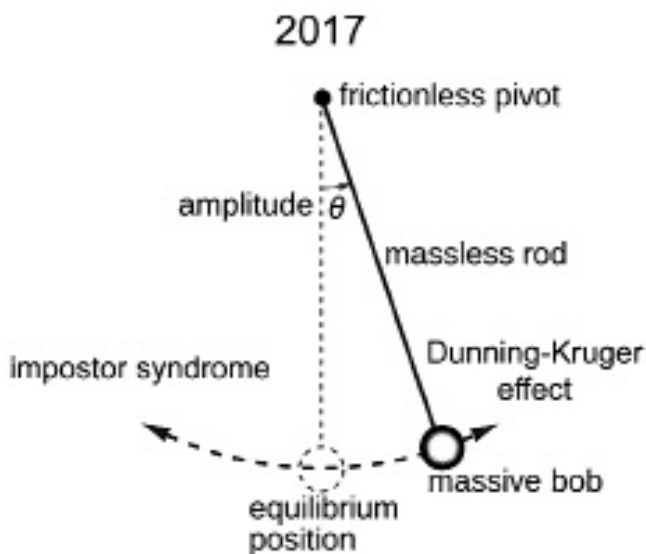
Alla luce di questa prospettiva, diventa chiaro che l'assenza di una *discussion*e sulle alternative non coincide con l'assenza di alternative. L'equivoco deriva dalla nostra comprensione del modo in cui i libri cambiano le persone. I sostenitori della *pars construens* considerano il cambiamento lineare e meccanicistico: un libro descrive una soluzione che sarà poi implementata dal lettore. Da questo punto di vista, un libro senza soluzioni, proposte, o "vie d'uscita," è un libro incompleto, sbilenco. Ma argomentare che la critica *in sè* non sia fruttuosa, e che un caso studio sia più "reale" di un'analisi, è fuorviante. Quello che realmente manca oggi nella letteratura sul design sono testi che si pongano nettamente al di fuori dell'ottimismo progettuale. A questo proposito, vorrei citare una persona da cui il campo del design ha imparato molto, e ha ancora molto da imparare: Salvatore Iaconesi, che insieme a Oriana Persico formava Art is Open Source. Iaconesi, scomparso troppo presto, era, tra

5. Un libro con una missione simile alla mia è stato scritto dal critico architettonico portoghese Pedro Levi Bismarck, che prende in prestito l'espressione «pessimismo organizzato» da Walter Benjamin. Vedi *Arquitectura e «pessimismo»: Sobre uma condição política em arquitetura*. Porto: Punkto, 2020.

le altre cose, un designer, un hacker e un teorico. La questione della tragedia nelle pratiche di design lo interessava particolarmente. Ciò che al campo del design manca, il suo grande non detto, è il tragico. Non la rappresentazione hollywoodiana della tragedia altrui (di quella ce n'è a sufficienza), ma il vissuto tragico che trapela dalla miseria della vita quotidiana. Questa dimensione resta in gran parte inesplorata. Redigere una guida su come affrontare il tragico è impossibile, non si possono certo sviluppare una serie di "buone pratiche" per porre riparo a una situazione tragica, perché la tragedia non è un problema ma un *dilemma*. Come agisce un libro nel mondo? «L'unica via d'uscita dalla tragedia è il *cambiamento di stato*,» scriveva Iaconesi.⁶ Un libro agisce veramente quando è in grado di trasformare il soggetto, e un soggetto può essere trasformato anche dal libro meno costruttivo del mondo – penso ad autori come Emil Cioran o Albert Caraco. Ecco, quindi, il vuoto da colmare nel campo del design: non siamo mai stati pessimisti.

Durante una conversazione sulla disillusione, un'amica mi ha chiamato *doomer*. Un altro mi ha definito "blackpillato". Altri ancora mi hanno dato del disperato. Ma è possibile che la speranza germogli proprio dalla disperazione. Secondo Maldonado, la progettazione senza speranza è quel «paradossale comportamento che deriverebbe dall'essere costretti a progettare senza avere nulla di concreto da progettare. Di più, senza avere fiducia,

6. Salvatore Iaconesi. "Nuovo Abitare, after COVID." *Counter Arts* (blog), 15 luglio 2021. <https://medium.com/counterarts/nuovo-abitare-after-covid-e85e40e49861>.



Federico Antonini (2021). L'attività del designer come un pendolo tra la sindrome dell'impostore e l'effetto Dunning-Kruger, che produce una fiducia in sé stessi eccessiva e infondata.



San Girolamo nel suo studio, Albrecht Dürer (1514), incisione.

senza averne voglia.»⁷ Tuttavia, la speranza autentica non è un qualcosa che si trova *scritto* nelle ultime pagine di un libro, bensì al di fuori di quelle pagine, messa in pratica attraverso le affinità e alleanze costruite tra l'autore e i lettori, e tra i lettori stessi. È per questo che quei rari libri ostinatamente privi di speranza potrebbero risultare infine quelli più autenticamente speranzosi. Per Maldonado, la speranza si traduce in un credo operativo nell'autonomia del designer:

Quando accade che un progettista, ad esempio un architetto, sia persuaso di poter contribuire, *in quanto progettista*, alla trasformazione della società, egli può agire in quel senso solo nella misura in cui crede in una relativa autonomia innovativa del suo lavoro. [Il progettista] dovrà agire anche se un quesito rimarrà sempre aperto, cioè senza sapere se alla fine l'autonomia non si dimostrerà veramente un'illusione.⁸

Dunque, questa fiducia nell'autonomia potrebbe rivelarsi illusoria, ma la questione non si esaurisce in un semplice *aut aut*: illusione e autonomia coesistono. In questo libro, ho messo in evidenza gli aspetti illusori del campo del design e descritto come questi ultimi influenzano il lavoro quotidiano dei designer e la loro percezione di sé. Mi auguro che questo tentativo mostri, per contrasto, alcune delle autonomie reali di cui i designer dispongono, inclusa la capacità di disilludersi.

7. Maldonado, *La speranza progettuale*, op. cit., p. 124.

8. *Ibidem*, p. 124.

SEMPLIFICARE SECONDO VERITÀ

Nei capitoli precedenti ho sostenuto che la complessità non è solo la condizione che abitiamo, ma anche uno strumento di lobbismo per il design, un modo per posizionare il progettista come la figura più adatta ad affrontarla. Il risultato di questa situazione è paradossale: designer e teorici del design si ritrovano con un incentivo a pompare il grado di complessità per poterlo poi ridurre con il loro intervento. Ed è per questo che ogni tentativo di semplificare un problema viene interpretato come una banalizzazione della questione in ballo. Si cade così in una sorta di apofenia paralizzante, in cui qualsiasi cosa si collega a qualsiasi altra cosa, dove tracciare qualsiasi tipo di confine, proporre categorie, impiegare modelli... tutto finisce per destare sospetti.

Nel 2008, lo storico Russell Jacoby ha ammesso che «[i]l mondo è complicato, ma come ha fatto la “complicazione” a trasformarsi da realtà innegabile a obiettivo desiderabile? Come ha fatto l’atto di complicare a diventare una virtù?» Jacoby rilevava un’insistenza sul *problematizzare*, *contestualizzare*, *relativizzare*, ecc.⁹ Attività certo preziose, ma è bene che i confini vengano tracciati, le categorie prodotte, i modelli sviluppati. Altrimenti, si finisce semplicemente intrappolati nei modelli, nelle categorie e nei confini altrui. Ciò non ci obbliga a cristallizzarli una volta per tutte.

9. Jacoby citato da Guido Vitiello. “I nuovi complessisti contro il ‘pensiero unico’. Esercizi di atletica retorica.”

Il Foglio, 5 aprile 2022. <https://www.ilmfoglio.it/societa/2022/04/05/news/i-nuovi-complessisti-contro-il-pensiero-unico-esercizi-di-atletica-retorica-3876461/>.

Mentre i designer formalizzano, devono guardare alle loro formalizzazioni come a strutture temporanee. Anche in questo caso, devono agire come *bricoleur*. Il complessista intransigente ribadirà che “non è così semplice,” al che il cauto semplicista risponderà: “esattamente: a volte la complessità può essere semplicistica, e la semplicità può essere complessa.”

Detto ciò, i designer non sono in grado, da soli, di semplificare questioni complesse, poiché non possiedono un’abilità sintetica onnicomprensiva. La sintesi sarà sempre concertata e implicherà negoziazione e conflitto: è un atto politico-epistemico. Ma quale dovrebbe essere il principio guida di questa sintesi? I progettisti potrebbero cominciare abbracciando il motto di Leonardo Sciascia, scrittore e non a caso anche politico: «semplificare secondo verità,»¹⁰ dove la verità, questa nozione così fuori moda, è la parte più difficile.

COMPROMISSIONE

Nelle sue memorie, Francesco Borromini include una nota di chiarimento in cui spiega che, essendosi trovato a servire un committente particolarmente timido, ha preferito frenare l’impulso creativo e sottomettersi alla sua volontà.¹¹ Dare ragione a una figura monumentale come quella dell’architetto barocco, apprezzandone l’umiltà, significa abbracciare il compromesso. Perché, quando si

10. Sciascia citato in Euclide Lo Giudice. “Sciascia su Sciascia.” *Leonardo Sciascia Web*. <https://www.amiciascia-scia.it/leonardo-sciascia/sciascia-su-sciascia.html>.

11. Marta Lonzi. *Autenticità e progetto*. Milano: Jaca Book, 2006, p. 12.

tratta di realizzare davvero qualcosa, progettare non riguarda più la sintesi o l'autonomia, né l'ordine o la ragione, ma il compromesso. Potremmo parlare di interdipendenza, ma mentre l'interdipendenza riconosce le relazioni costrittive o generative che sono il terreno di ogni azione autonoma, la sua essenza è passiva. Il compromesso, d'altro canto, è un impegno attivo e politico: implica una mediazione, se non una *compromissione*, ovvero il tradimento della purezza di visione, lo sporcarsi le mani con il disordine della realtà. Giocando un po' con l'etimologia, si può notare che la parola "compromissione" include "missione", rivelando così una potenzialità, un'intenzione. Come spiega l'architetta Marta Lonzi:

Per esperienza personale, so che non c'è cosa più entusiasmante che progettare nell'accettazione dei limiti che la realtà rivela e dei vincoli che il preesistente impone in uno sforzo creativo di grande rispetto soprattutto delle attese esistenziali che l'uomo ricerca per essere felice su questa terra: in una casa, in una città, in una natura che lo facciano sentire degno di vivere questa vita, senza stravolgimenti o miserie funzionali.¹²

Dopotutto, il design non è che un compromesso con il reale, ovvero un compromesso con le cose passate e, di conseguenza, una negoziazione di quelle future. Progettare significa sia compromettersi che compromettere le cose. Il design può pregiudicare la realtà, mentre la realtà può mettere a

12. *Ibidem*, pp. 42-3.

repentaglio il design. Contro la ratio pseudo-scientifica che vede il progetto come risultato di un processo logico e ineluttabile, dobbiamo abbracciare una razionalità politica, che non necessariamente corrisponde all'attivismo, ma che certamente implica un compromesso tra forze contrastanti.

LA PRATICA DELLE PRATICHE

Il primo capitolo di *L'immaginazione sociologica* (1959) di C. Wright Mills si intitola "La promessa." Questo capitolo non parla, come sospettavo, di aspettative generiche, come ad esempio avere una casa, trovare un lavoro o costruire una carriera. Ciò di cui Mills parla è «la promessa delle scienze sociali,» avallata da un'abilità fondamentale che un sociologo dovrebbe possedere. Questa abilità è l'immaginazione sociologica, e consiste nella capacità di connettere il personale e il sociale, ciò che Mills chiama «l'interdipendenza fra uomo e società, biografia e storia, individuo e mondo.» Si tratta di comprendere i problemi personali alla luce delle questioni strutturali. Un problema, per Mills, è una formulazione adeguata di questi due aspetti. Ecco come espone la questione:

L'immaginazione sociologica permette a chi la possiede di vedere e valutare il grande contesto dei fatti storici nei suoi riflessi sulla vita interiore e sul comportamento esteriore di tutta una serie di categorie umane. Gli permette di capire perché, nel caos dell'esperienza quotidiana, gli individui si formino un'idea falsa della loro posizione sociale. Gli offre la possibilità di districare, in questo

caos, le grandi linee, l'ordito della società moderna, e di seguire su di esso la trama psicologica di tutta una gamma di uomini e di donne. Riconduce in tal modo il disagio personale dei singoli a turbamenti oggettivi della società e trasforma la pubblica indifferenza in interesse per i problemi pubblici. Il primo frutto di questa facoltà, la prima lezione della scienza sociale che l'incarna, consistono nell'idea che l'individuo può comprendere la propria esperienza e valutare il proprio destino soltanto collocandosi dentro la propria epoca; che può conoscere le proprie probabilità soltanto rendendosi conto di quelle di tutti gli individui nelle sue stesse condizioni. È, sotto molti aspetti, una lezione terribile, e sotto tanti altri una lezione splendida.¹³

Tenendo presente la lezione splendida e terribile di Mills, ciò che ho tentato di fare in questo libro è stato applicare la lente dell'immaginazione sociologica al *milieu* del design. Parafrasando alcune delle questioni sollevate da Mills, questo libro chiede:

Quali tipi di [progettisti] prevalgono in questa società e in questo periodo? Quali tipi prevarranno? Per quali vie si selezionano e si formano, sono liberati o repressi, sensibilizzati o resi insensibili?¹⁴

Abbiamo osservato come parte di questa selezione ruota attorno a una promessa di autonomia che implica la possibilità di autodirezionarsi.

13. C. Wright Mills. *L'immaginazione sociologica*. Milano: Il Saggiatore, 2014, p. 15.

14. *Ibidem*, p. 16.

L'orientarsi autonomamente verso una direzione è ciò che chiamiamo una pratica. Ma cosa intendiamo con questa parola? "Pratica" è un termine usato principalmente nel mondo dell'arte per definire l'attività "poietica" di un artista. La pratica di un artista include i suoi interessi, metodi, i mezzi che utilizza e persino le sue basi teoriche ed etiche. Nel corso dei decenni, il design è stato considerato uno stile, un mestiere, un pensiero, ecc. La nozione di pratica contribuisce oggi a ridefinire l'attività del designer, avvicinandola a quella di un professionista culturale sempre più generico. Che cosa comporta tale cambiamento? Ricorrendo a una metafora informatica, si potrebbe affermare che ogni *costante* della disciplina (metodi, tecniche, mezzi e prodotti, letteratura, argomenti, questioni etiche) diventa una *variabile*. Inevitabilmente, un designer che opera, anche solo parzialmente, su ciascuna di queste variabili, è costretto a sacrificare una certa dose di specificità. Ma se nessuna delle sue operazioni è condivisa con dei colleghi, come possiamo parlare di settore, di "campo"? Il potenziale emancipatorio insito nella riscrittura dei termini del proprio lavoro potrebbe allora tradursi in isolamento e individualizzazione. Quegli enti formativi consapevoli di tale problema compensano in parte l'atomizzazione con modalità di interazione partecipative e collaborative.

La costante ricalibrazione delle variabili che costituiscono una pratica di design somiglia, in fondo, al microtargeting usato nella pubblicità: così specifico da rivolgersi a una sola persona. Potrebbe essere che "all'intersezione di" (un'espressione comunemente usata nelle biografie dei designer)

non ci sia nessun altro all'infuori di te. L'autonomia del professionista autodiretto rischia allora di mascherare forme di precarietà e riprodurre insidiosamente il tanto disprezzato protagonismo del design. In tal caso, non si tratta più di autonomia, ma di autoillusione.

La "pratica" come modello di attività del professionista culturale richiama quello dell'artista contemporaneo, una soggettività che raramente offre qualcosa di più di un flebile senso di appartenenza. Si tratta, allora, di una forma debole di riproduzione professionale e sociale? In confronto, l'orientamento tradizionale – basato su tecniche o problemi specifici – sembra godere di una maggiore stabilità, se non altro per la presenza di parametri più definiti. Tuttavia, non si tratta di scegliere tra un modello e un altro, bensì di sollevare un quesito specifico: quali sono gli effetti della "pratica delle pratiche" sull'identificazione? In che misura le scuole di design contribuiscono alla disgregazione del senso di appartenenza e all'isolamento sociale avvertito da progettisti che si percepiscono spesso come outsider? Attraverso un'astratta promessa di autonomia, le scuole stanno forse abdicando, in modo acritico, alla responsabilità di dare forma a un settore riconoscibile e condiviso?

SAN GIROLAMO

La svalutazione delle competenze durevoli è preoccupante anche perché, in una società che valorizza il lavoro sopra ogni cosa, il "mestiere" è una delle poche forme stabili rimaste di costruzione dell'identità: la maestria maturata nella pratica di un mestiere va ben oltre il titolo professionale.

Un lavoro ben fatto per il gusto di farlo, l'ampia definizione di lavoro artigianale offerta da Richard Sennett,¹⁵ può offrire un'isola di stabilità personale in un oceano di dubbi e sindromi dell'impostore, intervallati da episodi di megalomania. Inoltre, la maestria contraddice l'orizzontalismo fittizio mostrando il lato positivo della gerarchia: il rapporto mastro-apprendista in un laboratorio non è di per sé un rapporto di sfruttamento o abuso.

Lui stesso un artigiano, C. Wright Mills scrisse che «le fratture più profonde della vita contemporanea si verificano a causa della rottura dell'antica unità di progettazione, produzione e fruizione.» Nel mestiere artigianale queste tre attività sono connesse fra di loro. Mills considerava la sua attività di ricerca una forma di «artigianato intellettuale,» espressione che può essere letta come una modalità d'azione dell'intellettuale tecnico. Come spiega Treviño:

«Le scienze sociali – scrive Mills – si esercitano come un mestiere artigianale.» Un mestiere si riferisce ai processi manuali o mentali attraverso i quali i lavoratori impiegano liberamente le loro capacità e competenze nella creazione dei prodotti del loro piacere e godendo dei prodotti della loro creazione. Mills usa il termine «artigianato intellettuale» per riferirsi a uno stile di lavoro riflessivo, così come «alla gratificante esperienza di padroneggiare la resistenza dei materiali con cui si lavora.»¹⁶

15. Richard Sennett. *L'uomo artigiano*. Milano: Feltrinelli, 2021.

16. Treviño, *op. cit.*, pp. 343-4.

Ho cominciato questo libro con la *Melencolia* di Dürer, una figura meditabonda che esprime apatia e impotenza, come allegoria del designer disilluso. Vorrei concluderlo con un'altra incisione dello stesso Dürer, nella quale vediamo San Girolamo, diligentemente occupato nella traduzione della Bibbia in latino. La scena emana tranquillità: lo studio è ben ordinato, irradiato di luce. Gli oggetti nella stanza sono organizzati con cura, ma senza rigidità. Lungi dall'essere un peso, il lavoro del santo assume una dimensione contemplativa. Egli si muove con un ritmo disteso, indisturbato dalla presenza di un teschio e di una clessidra, simboli della mortalità e del passare del tempo. Queste allusioni non suscitano in lui alcun senso di urgenza o paura. Girolamo ha accettato l'inevitabilità della morte e così può concentrarsi intensamente sul suo compito senza ansia alcuna. Un leone, fedele compagno del santo, giace tranquillamente nella stanza illuminata dal sole, a simboleggiare le passioni umane ormai ammansite.¹⁷ L'opera di Girolamo sembra dargli pace. Laddove *Melencolia* rappresenta la disillusione e il caos, *San Girolamo* incarna un senso di ordine appagante, benché provvisorio.

IL CAMPO CHE VIENE

Per ritrovare questo provvisorio senso di ordine, per non soccombere a molteplici crisi identitarie alimentate dall'autonomia fittizia e dalla mancanza di futuro, occorre mettere da parte il progetto di sé e ricostruire su altri presupposti, diversi ma

17. Vedi <https://www.khanacademy.org/humanities/renaissance-reformation/northern/durer/a/durer-melancholia>.

non necessariamente nuovi, qualcosa di più ampio del design come settore professionale: un vero e proprio *campo*. Questo dovrebbe configurarsi come uno spazio abitato da una rete di comunità di pratica interconnesse; intendendo per “pratica” qualcosa di ben diverso da quanto accade nell’arte contemporanea, dove spesso manca un autentico senso di comunità. Il campo non dovrebbe tirarsi indietro di fronte ai problemi. Al contrario, dovrebbe ridefinire costantemente il proprio insieme di questioni e preoccupazioni: problemi funzionali, problemi etici, problemi di metodo, accesso e inclusione. Venire a patti con la complessità sarà inevitabile, ma non la si affronterà nella sua interezza. Forte della conoscenza specializzata che produce e dell’attività situata che lo anima, il campo potrà guardare Cthulhu in faccia, affrontare la complessità senza restarne accecato, nonostante la sua forma spaventosa.

Il campo dovrà essere considerato un’entità politica, ma non per la sua ingente produzione di proclami e manifesti. Sarà politico perché terrà conto della propria politica organizzativa, così come della politica degli artefatti che diffonde. Si concentrerà inoltre su futuri tangibili con la *f* minuscola. Il futuro non solo si anniderà nei suoi dintorni, ma si propagherà attraverso effetti inattesi che da lì si dirameranno. Si muoverà, quindi, entro un gradiente di scale. Il campo in questione non sarà una “scena”, il suo motore principale non sarà la visibilità. Potrà persino limitare inconsciamente lo scambio con l’esterno, ma se si ripiegherà troppo su se stesso, finirà per diventare un club.

Il campo non sarà nemmeno una scuola: sarà sì un luogo di apprendimento, ma le gerarchie scolastiche, sia implicite che esplicite, non vi si applicheranno. Ciò non significa che rifiuterà completamente la gerarchia: la sua struttura si baserà sulle gerarchie sane e riconfigurabili dell'apprendistato, dell'amatorialità e della curiosità. La cultura progettuale dovrà rimanere informale, senza però fare dell'informalità un feticcio: dovrà evitare la normatività caratteriale e proteggere dai comportamenti dannosi. Dovrà prendere atto dei suoi flussi di capitale sociale, culturale ed economico: generoso nel citare, accreditare e remunerare; diffidente nei confronti degli impresari e dei direttori creativi; intransigente nei confronti delle distinzioni qualitative interne. Tutto il lavoro di cui avrà bisogno sarà lavoro essenziale, interdipendente. Al suo interno, la legittimazione deriverà dall'impegno, la disponibilità e la reciprocità, più che dall'astuzia, dal talento e dalla spavalderia. Si riconoscerà la competenza, senza bisogno però di venerare gli esperti. L'appartenenza sarà fondata su un'attività condivisa, strutturata attorno a ruoli e scopi definiti ma rinegoziabili. Le differenze biografiche e culturali saranno tenute in considerazione, ma emergeranno solo quando necessario, per far sì che il progettista possa beatamente scordarsi di se stesso.

CROCEVIA

Attualmente, due sistemi di valori contrastanti convivono all'interno della cultura del design: quella che potremmo chiamare cultura smart e la cultura del contributo. La prima, ovvero la cultura

in cui si è formata la mia generazione di progettisti, privilegia l'idea innovativa, il concetto che ti fa esclamare "a-ha". È fondata sul distacco: ciò che attira l'attenzione è ciò che si distingue, e per estensione, il progettista che riesce a emergere dalla massa. In tal senso, è del tutto simile alla logica operativa dell'era neoliberale, fondata sull'incessante reinvenzione di sé. Non presta attenzione e rifiuta ogni forma di compromesso, poiché ignora ciò che c'è e dimentica ciò che c'è stato. La cultura del contributo, al contrario, è umile: è in grado di *mettere su* qualcosa. Quando spunta un'idea utile, la aiuta a fiorire. La cultura smart è inflessibile, intransigente e ripiegata su se stessa. La cultura del contributo accetta il compromesso, è tollerante e indulgente. È realistica, ma non ignora la realtà delle idee. Mentre la cultura smart crea, la cultura del contributo mantiene. Se la cultura smart è design, la cultura del contributo è bricolage.

Riconosciamo la cultura smart nella celebrazione degli eroi del design, nelle soluzioni usa e getta ai problemi epocali, nella pervasività del personal branding, nella performance posizionale del kritikaoke. Riconosciamo la cultura del contributo nelle dispense online prodotte in modo collaborativo e semianonimo, negli strumenti liberi e open-source, nella traduzione da parte degli studenti di testi importanti nella loro lingua madre, negli oggetti progettati "per e con" comunità specifiche. Esplorare la disillusione progettuale significa inoltrarsi nell'ombra mesta proiettata dalla cultura smart, questa pacchiana reliquia della nostra modernità pericolante. Il libro che qui si

conclude ne traccia il contorno, con la speranza che altre persone, in altri contesti, riescano a dissiparla, insieme.

RINGRAZIAMENTI

Lavorando a *Il designer senza qualità*, mi sono reso conto che per coltivare la perseveranza necessaria a scrivere un libro e farlo pubblicare, c'è bisogno di sapere che, in ogni momento, c'è una persona là fuori che coglie intimamente il senso del progetto. Per me questa persona è stata Geert Lovink, e per questo motivo lo ringrazio immensamente. Sono anche particolarmente grato a Sebastian Schmieg, per la nostra conversazione decennale che ha plasmato il libro e affinato il mio pensiero. La mia gratitudine va anche al Centre for Other Worlds, e in particolare a Francisco Laranjo e Luís Alegre.

Inoltre, voglio ringraziare coloro che hanno letto e commentato i saggi inclusi in questo volume: Manetta Berends, Cristina Cochior, Cade Diehm, Clive Dilnot, Caterina Di Paolo, Michele Galluzzo, Sami Hammana, Gui Machiavelli, Pau de Riba, Eduardo Staszowski, Marta Sternberg e i revisori anonimi. Dunque, coloro che hanno offerto suggerimenti e fornito supporto: Roel Roscam Abbing, Luigi Amato, Federico Antonini, J. Dakota Brown, Georgiana Cojocaru, Alessio D'Ellena, Claudia Doms, Frederico Duarte, Eva Gonçalves, Angelo Gramegna, Gabriele Marino, Afonso Matos, Ruben Pater, Pia Pol, Simone Robutti, Ilaria Roglieri, Eduardo Souza, Filippo Taveri, Raffaele Alberto Ventura, Adriano Vulpio, Thomas Walskaar, i membri di Varia e gli utenti di Scambio Theory.

Da molti anni ormai, le scuole di design costituiscono una parte importante del mio "mondo reale." Insegnare presso istituzioni situate in vari paesi europei ha influenzato profondamente la mia comprensione del campo del design. Le istituzioni in questione sono: l'Università Lusófona di

Lisbona, la Royal Academy of Art dell'Aia, il Sandberg Instituut di Amsterdam, la Design Academy Eindhoven, il Piet Zwart Institute di Rotterdam, il Burg Giebichenstein di Halle, l'accademia Abadir di Catania, la CFP Bauer di Milano.

Sono grato di aver avuto l'opportunità di presentare e discutere le idee che hanno dato origine a questo libro nei seguenti contesti: Pratt Institute (su invito di Nida Abdullah, Chris Lee e Xinyi Li), Design Academy Eindhoven (Marco Ferrari), Paris College of Art (Lucrezia Russo), Burg (Matthias Görlich, Marion Kliesch e Sanna Schiffler), MAAT Museum, il podcast Design Write (Joeri Pruys, Jeroen Deckers, Aynouk Tan), The New Design Congress (Cade Diehm e Benjamin Royer), Merz Akademie (Olia Lialina), Yale School of Art (Julian Bittiner e Paul Bille), l'Università Iuav di Venezia (Noemi Biasetton e Pierfrancesco Califano), Iaspis (Mahmoud Keshtarz e Magnus Ericson), The Hague University of Applied Sciences (Alex Zakkas), la Facoltà di Belle Arti dell'Università di Lisbona (Sofia Gonçalves), l'accademia Abadir di Catania (Mauro Bubbico e Giacomo Boffo).

Versioni precedenti e parti di questi saggi sono state pubblicate nel mio blog personale nonché in: *CheFare; Extra-curricular*, a cura di Jacob Lindgren (Onomatopee, 2018); *Design School: After Boundaries and Discipline*, a cura di Paul A. Rodgers e Craig Bremner (Vernon Press, 2019); *Menelique; Other Worlds; Designers Write; Graphic Design in the Post-Digital Age*, a cura di Demian Conrad, Rob van Leijsen e David Héritier (Set Margins' 2022); *Who Can Afford to Be Critical?*,

a cura di Afonso Matos (Set Margins', 2023); *The New Design Congress*; BookCloud (2023), a cura di Noemi Biasetton.

Nel corso degli anni, ho preso appunti sui social media e cercato di dare loro un senso pubblicamente. Infatti, *Il designer senza qualità* può essere visto come il sottoprodotto di un thread interminabile su Twitter,¹ poi proseguito su Lurk, un'istanza di Mastodon. Molti utenti hanno interagito con questo lavoro e voglio ringraziarli collettivamente.

Un pensiero finale va a tutti gli studenti che ho incontrato, sia come docente che come studente.

Silvio Lorusso

Lisbona, settembre 2023

1. https://twitter.com/silvio_lorusso/status/1336248731033882624.

BIBLIOGRAFIA

Prologo: Starter pack

Adorno, Theodor W. *Minima moralia: Meditazioni della vita offesa*. Torino: Einaudi, 1954.

Bridle, James. *Nuova era oscura*. Roma: Nero, 2019.

Caraco, Albert. *Breviario del caos*. Milano: Adelphi, 1998.

Carstens, Delphi. "Hyperstition." *Orphan Drift Archive* (blog), 2010. <https://www.orphandrifarchive.com/articles/hyperstition/>.

Castoriadis, Cornelius. "La crisi della società moderna." In Raffaele Alberto Ventura (a cura di). *Contro l'economia*. Roma: Luiss University Press, 2022.

Chayka, Kyle. "How Silicon Valley Helps Spread the Same Sterile Aesthetic Across the World." *The Verge*, 3 agosto 2016. <https://www.theverge.com/2016/8/3/12325104/airbnb-aesthetic-global-minimalism-startup-gentrification>.

De Carlo, Giancarlo. *La piramide rovesciata: Architettura oltre il '68*. Macerata: Quodlibet, 2018.

Enzensberger, Hans Magnus. "Remarks Concerning the New York Universitas Project." In Emilio Ambasz (a cura di). *The Universitas Project: Solutions for a Post-Technological Society*. New York: The Museum of Modern Art, 2006.

Gerritzen, Mieke, e Geert Lovink. *Made in China, Designed in California, Criticised in Europe: Design Manifesto*. Amsterdam: BIS Publishers, 2020.

Gramsci, Antonio. *Quaderni del carcere*. Roma: Editori Riuniti, 1971.

Green, Penelope. "Mary Catherine Bateson Dies at 81; Anthropologist on Lives of Women." *The New York Times*, 14 gennaio 2021. <https://www.nytimes.com/2021/01/14/books/mary-catherine-bateson-dead.html>.

Labranca, Tommaso. *Vraghinaroda: Sopravvivendo a hipster situazionisti, santexuperine scalze e mistificatori deleuziani*. Milano: 20090, 2019.

Laranjo, Francisco. "Critical Graphic Design: Critical of What?" *Design Observer*, 16 aprile 2014. <http://designobserver.com/feature/critical-graphic-design-critical-of-what/38416>.

Lovink, Geert. "Precarious by design." In Silvio Lorusso. *Entreprenariat: Siamo tutti imprenditori. Nessuno è al sicuro*. Brescia: Krisis, 2018.

Maldonado, Tomás. *La speranza progettuale: Ambiente e società*. Torino: Einaudi, 1997.

Mari, Enzo. *25 modi per piantare un chiodo: Sessant'anni di idee e progetti per difendere un sogno*. Milano: Mondadori, 2011.

Pater, Ruben. *Caps Lock: How Capitalism Took Hold of Graphic Design, and How to Escape from It*. Amsterdam: Valiz, 2021.

Popova, Maria. “‘Frankenstein’ Author Mary Shelley on Creativity.” *The Marginalian* (blog), 25 giugno 2018. <https://www.themarginalian.org/2018/06/25/mary-shelley-creativity-frankenstein-1831/>.

Potter, Norman. *What Is a Designer. Things, Places, Messages*. London: Hyphen Press, 2006.

Rittel, Horst W. J., e Melvin M. Webber. “Dilemmas in a General Theory of Planning.” *Policy Sciences* 4, no. 2 (1 giugno 1973): 155–69. <https://doi.org/10.1007/BF01405730>.

Till, Jeremy. *Architecture Depends*. Cambridge, MA: MIT Press, 2013.

Capitolo 1. Nel mezzo

Agamben, Giorgio. *Nudità*. Milano: Nottetempo, 2009.

Benjamin, Walter. *Angelus Novus. Saggi e frammenti*. Einaudi, 1962.

Berlant, Lauren. *Ottimismo Crudele*. Palermo: Timeo, 2025.

Blosch, Marcus, e Jackie Fenn. “Understanding Gartner’s Hype Cycles.” *Gartner*, 20 agosto 2018. <https://www.gartner.com/en/documents/3887767/understandinggartner-s-hype-cycles>.

Buchanan, Richard. “Design Research and the New Learning.” *Design Issues* 17, no. 4 (1 ottobre 2001): 3–23. <https://doi.org/10.1162/07479360152681056>.

Castoriadis, Cornelius. *Postscript on Insignificance: Dialogues with Cornelius Castoriadis*. London: Bloomsbury, 2011.

Clifton, Jim. “The World’s Broken Workplace.” *Gallup*, 13 giugno 2017. <https://news.gallup.com/opinion/chairman/212045/world-broken-workplace.aspx>.

Colomina, Beatriz, e Mark Wigley. *Are We Human?: The Archaeology of Design*. Zürich: Lars Müller, 2016.

Comitato Invisibile. *L’insurrezione che viene*. Roma: Nero, 2019.

De Martin, Paola. “Breaking Class: Upward Climbers and the Swiss Nature of Design History.” In Claudia Mareis e Nina Paim (a cura di). *Design Struggles: Intersecting Histories, Pedagogies, and Perspectives*. Amsterdam: Valiz, 2021.

Fluzin, Baptiste. “Designers, Designers, Designers.” *Tumblr* (blog), 11 ottobre, 2016. <https://bfluzin.tumblr.com/post/152990139318>.

Franklin, Ursula M. *The Real World of Technology*. Toronto: Anansi, 1999.

Garrett, Jesse. "Ux Design Is More Successful Than Ever, but Its Leaders Are Losing Hope. Here's Why." *Fast Company*, 3 giugno 2021. <https://www.fastcompany.com/90642462/ux-design-is-more-successful-than-ever-but-its-leaders-are-losing-hope>.

Giddens, Anthony. *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*. Bologna: Il Mulino, 1994.

Grievink, Hendrik-Jan. "Template Culture." *Mediamatic*, 2009. <http://www.mediamatic.net/en/page/116348/template-culture>.

Heller, Steven. "The Evolution of Design." *The Atlantic*, 9 aprile 2015. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/a-more-inclusive-history-of-design/390069/>.

International Design Conference in Aspen: The First Decade, 1961. <https://www.youtube.com/watch?v=8MxCGKicSfg>.

Irwin, Terry, Gideon Kossoff e Cameron Tonkinwise. "Transition Design Provocation." *Design Philosophy Papers* 13, no. 1 (2 gennaio 2015): 3–11. <https://doi.org/10.1080/14487136.2015.1085688>.

Julier, Guy. *Economies of Design*. Los Angeles: SAGE Publications, 2017.

Klibansky, Raymond, Erwin Panofsky, e Fritz Saxl. *Saturno e la melanconia*. Milano: Einaudi, 2002.

Kraus, Karl. *Detti e contraddetti*. Milano: Adelphi, 1972.

Le Goff, Jacques (a cura di). *L'uomo medievale*. Bari: Laterza, 2013.

Lunardi, Flavia. "Grafica Italia 2018." ISIA, 2018.

Maldonado, Tomás. *La speranza progettuale: Ambiente e società*. Torino: Einaudi, 1997.

Manzini, Ezio. *Design, When Everybody Designs*. Cambridge, MA: MIT Press, 2015.

Margolin, Victor. *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*. Chicago: University of Chicago Press, 2018.

Metahaven. *Can Jokes Bring Down Governments?* Moscow: Strelka Press, 2014.

Mills, C. Wright. "Il disegnatore e la sua condizione ambigua." In *Sociologia e conoscenza*. Milano: Bompiani, 1971.

Moholy-Nagy, László. *Vision in Motion*. Chicago: P. Theobald, 1947.

Pater, Ruben. *Caps Lock: How Capitalism Took Hold of Graphic Design, and How to Escape from It*. Amsterdam: Valiz, 2021.

Peters, Tom. *Re-Imagine!* London: DK, 2006. <https://archive.org/details/reimagine0000pete>.

Petroni, Marco. *Il progetto del reale: Il design che non torna alla normalità*. Milano: Postmedia Books, 2020.

Pownall, Augusta. “‘We Don’t Have the Power to Stop Our Extinction’ Says Paola Antonelli.” *Dezeen*, 22 febbraio 2019. <https://www.dezeen.com/2019/02/22/paola-antonelli-extinction-milan-triennale-broken-nature-exhibition/>.

Roberts, Lucienne, Rebecca Wright, e Jessie Price, (a cura di). *Graphic Designers Surveyed*. London: GraphicDesign&, 2015.

Simon, Herbert A. *The Sciences of the Artificial*. Cambridge, MA: MIT Press, 2019.

Suchman, Lucy. “Anthropological Relocations and the Limits of Design.” *Annual Review of Anthropology* 40, no. 1 (2011). https://www.academia.edu/19545153/Anthropological_Relocations_and_the_Limits_of_Design.

The National Gallery. “Albrecht Dürer, Melencolia I, 1514.” <https://www.nga.gov/collection/highlights/durer-melencolia.html/>.

Treviño, A. Javier. “C. Wright Mills as Designer: Personal Practice and Two Public Talks.” *The American Sociologist* 45, no. 4 (1 dicembre 2014): 335–60. <https://doi.org/10.1007/s12108-014-9196-y>.

Twemlow, Alice. “‘A Guaranteed Communications Failure:’ Consensus Meets Conflict at the International Design Conference in Aspen, 1970.” In Martin Beck (a cura di). *Aspen Complex*. London: Sternberg Press, 2013. <https://alicetwemlow.com/a-guaranteed-communications-failure-consensus-meets-conflict-at-the-international-design-conference-in-aspen-1970/>.

Whyte, William H. *L'uomo dell'organizzazione*. Milano: Einaudi, 1973.

Williams, Raymond. *The Long Revolution*. London: Penguin Books, 1965.

Wizinsky, Matthew. *Design After Capitalism: Transforming Design Today for an Equitable Tomorrow*. Cambridge, MA: MIT Press, 2022.

Capitolo 2. Everything Everyone All at Once: Il panprogettismo

Antonelli, Paola. “Foreword.” In Alexandra Midal. *Design by Accident: For a New History of Design*. Berlin: Sternberg Press, 2019.

Benjamin, Ruha. *Race After Technology: Abolitionist Tools for the New Jim Code*. Cambridge, UK: Polity, 2020.

Blackler, Alethea, Levi Swann, Marianella Chamorro-Koc, Wathsala Anupama Mohotti, Thirunavukarasu Balasubramaniam, e Richi Nayak. “Can We Define Design? Analyzing Twenty Years

of Debate on a Large Email Discussion List.” *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation* 7, no. 1 (1 marzo 2021): 41–70. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2020.11.004>.

Blauvelt, Andrew. “Towards Critical Autonomy or Can Graphic Design Save Itself?” *Emigre*, 2004.

Colomina, Beatriz, e Mark Wigley. *Are We Human?: The Archaeology of Design*. Zürich: Lars Müller, 2016.

Franklin, Ursula M. *The Real World of Technology*. Toronto: Anansi, 1999.

Gerritzen, Mieke, e Geert Lovink. *Everyone Is a Designer in the Age of Social Media*. Amsterdam: BIS, 2010.

———. *Everyone Is a Designer! Manifest for the Design Economy*. Amsterdam: BIS, 2001.

Giddens, Anthony. *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*. Bologna: Il Mulino, 1994.

Gramsci, Antonio. *Gli intellettuali e l'organizzazione della cultura*. Roma: Editori Riuniti, 1991.

Heller, Steven. “The Evolution of Design.” *The Atlantic*, 9 aprile 2015. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/a-more-inclusive-history-of-design/390069/>.

Hills, Thomas. “Can Animals Imagine Things That Have Never Happened?” *Psychology Today*, 22 ottobre 2019. <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/statistical-life/201910/can-animals-imagine-things-have-never-happened>.

Hollein, Hans. “Alles Ist Architektur.” *Bau*, 1968. <https://socks-studio.com/2013/08/13/hans-holleins-alles-ist-architektur-1968/>.

Latour, Bruno. “Un Prometeo cauto? Primi passi verso una filosofia del design.” *E|C Serie Speciale, Associazione Italiana di Studi Semiotici*, Anno III, nn. 3/4, 2009.

Levin, Golan, e Tega Brain. *Code As Creative Medium: A Handbook for Computational Art and Design*. Cambridge, MA: MIT Press, 2021.

Maldonado, Tomás. *Disegno industriale: un riesame*. Milano: Feltrinelli, 2008.

Manzini, Ezio. *Design, When Everybody Designs*. Cambridge, MA: MIT Press, 2015.

Marx, Karl. *Il Capitale*. Vol. 1. Torino: UTET, 1974.

Mau, Bruce, Jennifer Leonard, e Institute without Boundaries. *Massive Change*. London, New York: Phaidon, 2004. <http://archive.org/details/massivechange00maub>.

Mitcham, Carl. “In Memoriam Ivan Illich: Critic of Professionalized Design.” *Design Issues* 19, no. 4 (1 ottobre 2003): 26–30. <https://doi.org/10.1162/074793603322545037>.

Moles, Abraham A. “Objet et communication.”

Communications 13, no. 1 (1969): 1-21. <https://doi.org/10.3406/comm.1969.1183>.

Munari, Bruno. *Good Design*. Mantova: Corraini, 2010.

Murtaugh, Michael. "Torn at the Seams: Considering Computational Vernacular." In Cristina Cochior, Sofia Boschat-Thorez e Manetta Berends (a cura di). *Vernaculars Come to Matter*, 93-110. Rotterdam: Everyday Technology Press, 2021.

Potter, Norman. *What Is a Designer. Things, Places, Messages*. London: Hyphen Press, 2006.

Poynor, Rick. "First Things Next." In *Obey the Giant: Life in the Image World*. Boston, MA: Birkhauser Verlag AG, 2007.

Rodgers, Paul A., e Craig Bremner. "The Design of Nothing: A Working Philosophy." In Pieter E. Vermaas e Stéphane Vial (a cura di). *Advancements in the Philosophy of Design*, 549-64. Design Research Foundations. Cham: Springer International Publishing, 2018. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73302-9_25.

Ruskin, John. *The Nature of Gothic: A Capitolo of the Stones of Venice*. Hammersmith: Kelmscott Press, 1892.

Secomandi, Fernando, e Dirk Snelders. "Interface Design in Services: A Postphenomenological Approach." *Design Issues* 29, no. 1 (1 gennaio 2013): 3-13. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00192.

Stewart, Susan. "And So to Another Setting..." In Tony Fry e Clive Dilnot (a cura di). *Design and the Question of History*, 275-301, 2020. <https://doi.org/10.5040/9781474245890>.

Suchman, Lucy. "Keywords for Ethnography and Design: Design." *Society for Cultural Anthropology*, 29 marzo 2018. <https://culanth.org/fieldsights/design>.

Treviño, A. Javier. "C. Wright Mills as Designer: Personal Practice and Two Public Talks." *The American Sociologist* 45, no. 4 (1 dicembre 2014): 335-60. <https://doi.org/10.1007/s12108-014-9196-y>.

United Nations, Department of Social and Economic Affairs. "Measures for the Economic Development of Under-Developed Countries," 1951. <http://digitallibrary.un.org/record/708544>.

Von Foerster, Heinz, e Francisco Varela. "Introduction." In *Observing Systems*, XVI. Systems Inquiry Series. Seaside CA: Intersystems Publications, 1984.

Willis, Anne-Marie. "Ontological Designing." *Design Philosophy Papers* 4, no. 2 (1 giugno 2006): 69-92. <https://doi.org/10.2752/144871306X13966268131514>.

Zuccari, Federico. *L'Idea de' Pittori, Scultori ed Architetti*. 1607.

Capitolo 3. Una relazione complicata: Sintesi e autonomia

Abdulla, Danah. "Disciplinary Disobedience." In Claudia Mareis e Nina Paim (a cura di). *Design Struggles: Intersecting Histories, Pedagogies, and Perspectives*. Amsterdam: Valiz, 2021.

Bayer, Herbert, Ilse Gropius, e Walter Gropius (a cura di). *Bauhaus 1919-1928*. New York: The Museum of Modern Art, 1938. https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_2735_300190238.pdf.

Beegan, Gerry, e Paul Atkinson. "Professionalism, Amateurism and the Boundaries of Design." *Journal of Design History* 21, no. 4 (2008): 305-13.

Bonsiepe, Gui. "Design and Democracy." *Design Issues* 22, no. 2 (2006): 27-34.

—. "Design e Sottosviluppo." *Casabella*, 1974.

Bremner, Craig, e Paul A. Rodgers. "Design Without Discipline." *Design Issues* 29 (1 luglio 2013): 4-13. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00217.

Brown, J. Dakota. "American Graphic Design in the 1990s: Deindustrialization and the Death of the Author." *Post45*, 10 gennaio 2019. <https://post45.org/2019/01/american-graphic-design-in-the-1990s-deindustrialization-and-the-death-of-the-author>.

—. *The Power of Design as a Dream of Autonomy*. Chicago: Green Lantern Press, 2019.

Cross, Nigel. "Designerly Ways of Knowing: Design Discipline versus Design Science." *Design Issues* 17, no. 3 (2001): 49-55.

"Design Thread 2 - Excess of Everything," 2022. <https://www.designthreads.report/thread2>.

Dunne, Anthony, e Fiona Raby. *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming*. Cambridge, MA: MIT Press, 2013.

Eco, Umberto. "Critical Essay." In Emilio Ambasz (a cura di). *The Universitas Project: Solutions for a Post-Technological Society*. New York: The Museum of Modern Art, 2006.

Escobar, Arturo. *Designs for the Pluriverse: Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds*. London: Duke University Press, 2018.

Franke, Björn, e Hansuli Matter (a cura di). *Not at Your Service: Manifestos for Design*. Zurich, Basel: Zurich University of the Arts, 2021.

Frearson, Amy. "Max Siedentopf Suggests Alternative Masks to Protect Against Coronavirus." *Dezeen*, 17 febbraio 2020.

<https://www.dezeen.com/2020/02/17/alternative-coronavirus-masks-max-siedentopf/>.

Gedenryd, Henrik. "How Designers Work - Making Sense of Authentic Cognitive Activities." *Lund University Cognitive Studies*. Tesi di dottorato, Lund University, 1998. <http://lup.lub.lu.se/record/18828>.

Glanville, Ranulph. "Designing Complexity." *Performance Improvement Quarterly* 20, no. 2 (giugno 2007): 75-96. <https://doi.org/10.1111/j.1937-8327.2007.tb00442.x>.

Gordon, Lewis R. "Shifting the Geography of Reason in an Age of Disciplinary Decadence." *Transmodernity* 1, no. 2 (2011). <https://doi.org/10.5070/T412011810>.

Graeber, David. *Burocrazia. Perché le regole ci perseguitano e perché ci rendono felici*. Milano: Il Saggiatore, 2016.

Grant, Donald P. "Design Methodology and Design Methods." *Design Methods and Theories* 13, no. 1 (1979).

Heinlein, Robert A. *Lazarus Long, l'immortale*. Milano: Editrice Nord, 1987.

Ito, Joi. "Antidisciplinary." *Joy Ito's Web* (blog), 2 ottobre 2014. <https://joi.ito.com/weblog/2014/10/02/antidisciplinar.html>.

Krippendorff, Klaus. "A Dictionary of Cybernetics." *Departmental Papers (ASC)*, 1986. https://repository.upenn.edu/asc_papers/224.

LaRossa, Brian. "Design as a Third Area of General Education." *Medium* (blog), 23 gennaio 2021. <https://brianlarossa.medium.com/design-as-a-third-area-of-general-education-80bc59875e45>.

Latour, Bruno. "Un Prometeo cauto? Primi passi verso una filosofia del design." *E|C Serie Speciale*, Associazione Italiana di Studi Semiotici, Anno III, nn. 3/4 2009.

Lorusso, Silvio. *Entreprenariat: Siamo tutti imprenditori. Nessuno è al sicuro*. Brescia: Krisis, 2018.

Lucentini, Paolo (a cura di). *Il libro dei ventiquattro filosofi*. Milano: Adelphi, 1999.

McGuirk, Justin. "Designs for Life Won't Make You a Living." *The Guardian*, 18 aprile 2011. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2011/apr/18/designs-milan-furniture-fair>.

Mejias, Ulises A. "The Limits of Networks as Models for Organizing the Social." *New Media & Society* 12, no. 4 (1 giugno 2010): 603-17. <https://doi.org/10.1177/1461444809341392>.

Norman, Don. "Opening Speech." Koç University, 4 ottobre 2012. https://www.youtube.com/watch?v=z_7Go53Zc-Y.

—. "What Is Humanity-Centered Design?" *The Interaction Design Foundation*, 2022. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/humanity-centered-design>.

Ozenc, Kursat. "The 3 Most Unconventional Designers of 21st Century – Starting with Design Shaman." *Ritual Design Lab* (blog), 4 aprile 2016. <https://medium.com/ritual-design/a-new-breed-of-21st-century-designers-b73712963b4>.

Potter, Norman. *What Is a Designer. Things, Places, Messages*. London: Hyphen Press, 2006.

Rame, Sergio. "Gli sprechi di Vendola: un corso per formare gli sciamani (digitali)." *ilGiornale.it*, 18 luglio 2014. <https://www.ilgiornale.it/news/politica/sprechi-vendola-corso-formare-sciamani-digitali-1038689.html>.

Rancière, Jacques. *Et tant pis pour les gens fatigués*. Paris: Éditions Amsterdam, 2009.

Reinfurt, David. *A *New* Program for Graphic Design*. Los Angeles: Inventory Press, 2019.

Rock, Michael. "On Unprofessionalism." *2x4* (blog), 5 agosto 1994. <https://2x4.org/ideas/1994/on-unprofessionalism/>.

Schön, Donald A. *Il professionista riflessivo. Per una nuova epistemologia della pratica professionale*. Bari: Dedalo, 1993.

Shaner-Bradford, Nikki. "What Do You Do? I'm a Podcaster-Vlogger-Model-Dj." *The Outline*, 25 novembre 2019. <https://theoutline.com/post/8301/everyone-you-know-is-a-multi-hyphenate>.

Smith, Adam. *La ricchezza delle Nazioni*. Roma: Newton, 2008.

Varela, Francisco. *Ethical Know-How: Action, Wisdom, and Cognition*. Stanford: Stanford University Press, 1999.

Ventura, Raffaele Alberto. *Radical choc: Ascesa e caduta dei competenti*. Torino: Einaudi, 2020.

Vet, Annelys de (a cura di). *Design Dedication: Adaptive Mentalities in Design Education*. Amsterdam: Valiz + Sandberg Instituut Design Department, 2020.

Vinsel, Lee. "Design Thinking Is Kind of Like Syphilis – It's Contagious and Rots Your Brains." *Medium* (blog), 3 agosto, 2020. <https://sts-news.medium.com/design-thinking-is-kind-of-like-syphilis-its-contagious-and-rots-your-brains-842ed078af29>.

Wagner, Kate. "Coronagrifting: A Design Phenomenon." *McMansion Hell* (blog), 23 maggio 2020. <https://mcmansionhell.com/post/618938984050147328/coronagrifting-a-design-phenomenon>.

Wild, Lorraine. "The Macramé of Resistance." *Emigre*, no. 47 (1998).

Capitolo 4. Ribaltare il tavolo: Potere e impotenza

Adamson, Glenn. "The Communist Designer, the Fascist Furniture Dealer, and the Politics of Design." *The Nation*, 20 febbraio 2021. <https://www.thenation.com/article/culture/enzo-mari-ikea-design/>.

Antonelli, Paola. "MoMA curator: '[Humanity] will become extinct. We need to design an elegant ending.'" Intervista di Suzanne LaBarre, 8 gennaio 2019. <https://www.fastcompany.com/90280777/moma-curator-we-will-become-extinct-we-need-to-design-an-elegant-ending>.

Appadurai, Arjun. *Il futuro come fatto culturale*, Milano: Raffaello Cortina Editore, 2014.

Bateson, Gregory, Don D. Jackson, Jay Haley, e John Weakland. "Toward a Theory of Schizophrenia." *Behavioral Science* 1, no. 4 (1956): 251-64. <https://doi.org/10.1002/bs.3830010402>.

Bent, Shaun, Marina Posniak, e Gerrit Kaiser. "Reimagining Design Systems at Spotify." *Spotify Design*, settembre 2020. <https://spotify.design/article/reimagining-design-systems-at-spotify>.

Boer, Gijs de. "Between Fox Traps and Hero Bait." *Design Drafts*, no. 1 (2023).

Bødker, Susanne, e Morten Kyng. "Participatory Design That Matters - Facing the Big Issues." *ACM Transactions on Computer-Human Interaction* 25, no. 1 (13 febbraio 2018): 4:1-4:31. <https://doi.org/10.1145/3152421>.

Burka, Daniel. "Mission Accomplished? The Hard Work of Design Is Still Ahead of Us." *Thinking Design* (blog), 9 luglio 2020. <https://medium.com/thinking-design/mission-accomplished-the-hard-work-of-design-is-still-ahead-of-us-a4e47e5a0c8c>.

Campanella, Thomas J. "The True Measure of Robert Moses (and His Racist Bridges)." *Bloomberg*, 9 luglio 2017. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-07-09/robert-moses-and-his-racist-parkway-explained>.

Colomina, Beatriz, e Mark Wigley. *Are We Human?: The Archaeology of Design*. Zürich: Lars Müller, 2016.

Deleuze, Gilles. *Spinoza: filosofia pratica*. Milano: Guerini e Associati, 1991.

Dunne, Anthony, e Fiona Raby. "Dunne & Raby," 2009. <http://dunneandraby.co.uk/content/bydandr/36/0>.

Easterling, Keller. "On Political Temperament." *The Double Negative*, 18 gennaio 2021. <http://www.thedoublenegative.co.uk/2021/01/on-political-temperament-keller-easterling/>.

Flusser, Vilém. "Ethics in Industrial Design?," 20/03/1991.

Ford, Henry, e Samuel Crowther. *My Life and Work*. Garden City, NY: Doubleday, Page & Co., 1922. https://college.cengage.com/history/primary_sources/us/henry_ford_discusses.htm.

Forrester. "The \$162 Billion Design Industry Won't Stop Growing." *Forbes*, 25 marzo 2021. <https://www.forbes.com/sites/forrester/2021/03/25/the-162-billion-design-industry-wont-stop-growing/>.

Foster, Hal. *Design & Crime*. Milano: Postmedia, 2003.

Gerritzen, Mieke, e Geert Lovink. *Made in China, Designed in California, Criticised in Europe: Design Manifesto*. Amsterdam: BIS Publishers, 2020.

Harnett, JP. "Ontological Design Has Become Influential in Design Academia – But What Is It?" *Eye on Design*, 14 giugno 2021. <https://eyeondesign.aiga.org/ontological-design-is-popular-in-design-academia-but-what-is-it/>.

Haug, Wolfgang Fritz. *Critique of Commodity Aesthetics: Appearance, Sexuality, and Advertising in Capitalist Society*. Cambridge, UK: Polity Press, 1986.

Heller, Steven. "Design Is One of the Most Powerful Forces in Our Lives." *The Atlantic*, 13 marzo 2014. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/03/design-is-one-of-the-most-powerful-forces-in-our-lives/284388/>.

Heskett, John. *Design: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2005.

Julier, Guy. *Economies of Design*. Los Angeles: SAGE Publications, 2017.

Kenedi, Aaron. "Marks Men: An Interview With Ivan Chermayeff, Tom Geismar, and Sagi Haviv of Chermayeff & Geism." *Print*, 14 settembre 2011. <https://www.printmag.com/designer-interviews/marks-men-an-interview-with-ivan-chermayeff-tom-geismar-and-sagi-haviv-of-chermayeff-geismar/>.

Laranjo, Francisco. "We Don't Need Speculative Design Education, Just Better Design Education." *SpeculativeEdu*, 17 novembre 2020. <https://speculativeedu.eu/interview-with-francisco-laranjo/>.

Latour, Bruno. "Technology Is Society Made Durable." *The Sociological Review* 38, no. 1 (1 maggio 1990): 103–31. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1990.tb03350.x>.

Lee, Chris, e Ali S. Qadeer. "Editorial." *C Mag*, 2019.

Maldonado, Tomás. *La speranza progettuale: Ambiente e società*. Torino: Einaudi, 1997.

Mari, Enzo. "Inserzione a Pagamento." *Domus*, aprile 2004.

Marx, Karl. *Il Capitale*. Vol. 1. Torino: UTET, 1974.

Masure, Anthony. Intervista di Karl Pineau, agosto 2019.

https://livre-ethique-numerique.designersethiques.org/content/interviews/interview-anthony_masure.html.

Mensvoort, Koert van, e Hendrik-Jan Grievink. *Next Nature: Nature Changes Along With Us*. Barcelona: Actar, 2015.

Monteiro, Mike. *Ruined by Design: How Designers Destroyed the World, and What We Can Do to Fix It*. San Francisco: Mule Design, 2019.

Norman, Don. "Email to the PhD-Design Mailing List," 9 agosto 2020. <https://www.jiscmail.ac.uk/cgi-bin/wa-jisc.exe?A2=ind2008&L=PHD-DESIGN&P=R7343>.

———. "Email to the PhD-Design Mailing List," 18 marzo 2021. <https://www.jiscmail.ac.uk/cgi-bin/wa-jisc.exe?A2=ind2103&L=PHD-DESIGN&P=R110555>.

Oliver, Richard L. "Effect of Expectation and Disconfirmation on Postexposure Product Evaluations: An Alternative Interpretation." *Journal of Applied Psychology* 62, no. 4 (1977): 480–86. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.62.4.480>.

Osherow, Evan. "Designers, Stop Asking for a 'Seat at the Table.'" *UX Collective* (blog), 7 marzo 2020. <https://uxdesign.cc/designers-stop-asking-for-a-seat-at-the-table-4ab933d7037f>.

Richardson, Adam. "The Death of the Designer." *Design Issues* 9, no. 2 (1993): 34. <https://doi.org/10.2307/1511672>.

Roberts, Lucienne, Rebecca Wright, e Jessie Price (a cura di). *Graphic Designers Surveyed*. London: GraphicDesign&, 2015.

Rogan, Kevin. "Keller Easterling's Medium Design Ignores the Role of Power in Design." *The Architect's Newspaper*, 22 febbraio 2021. <https://www.archpaper.com/2021/02/keller-easterling-medium-design-review/>.

Schmitt, Carl. *Dialogo sul potere*. Milano: Adelphi, 2012.

Schwab, Katharine. "John Maeda: 'In Reality, Design Is Not That Important.'" *Fast Company*, 15 marzo 2019. <https://www.fastcompany.com/90320120/john-maeda-in-reality-design-is-not-that-important>.

———. "Take The Survey: Do Designers Have A Seat At The Table?" *Fast Company*, 25 aprile 2018. <https://www.fastcompany.com/90169455/take-the-survey-do-designers-have-a-seat-at-the-table>.

Shaughnessy, Adrian. *How to Be a Graphic Designer Without Losing Your Soul*. New York: Princeton Architectural Press, 2005.

Tharp, Bruce, e Stephanie Tharp. "The 4 Fields of Industrial Design." *Core77*, 5 gennaio 2009. <https://www.core77.com/posts/12232/The-4-Fields-of-Industrial-Design-No-not-furniture-trans-consumer-by-Bruce-M-Tharp-and-Stephanie-M-Tharp>.

"The Power of Design." *Arte*, 2021.

Tsing, Anna Lowenhaupt. *Il fungo alla fine del mondo. La possibilità di vivere nelle rovine del capitalismo*. Rovereto: Keller, 2021.

Velden, Daniel van der. "Lyrical Design." In Annelys de Vet (a cura di). *Design Dedication: Adaptive Mentalities in Design Education*. Amsterdam: Valiz + Sandberg Instituut Design Department, 2020.

Vignelli, Massimo, e Lella Vignelli. "Emigranti di lusso." Intervista di Barbara Radice. *Modo*, marzo 1981.

Weber, Max. *Typen der Herrschaft*. Ditzingen: Reclam, 2019.

Willis, Anne-Marie. "Ontological Designing." *Design Philosophy Papers* 4, no. 2 (1 giugno 2006): 69–92. <https://doi.org/10.2752/144871306X13966268131514>.

Winner, Langdon. "Do Artifacts Have Politics?" *Daedalus* 109, no. 1 (1980): 121–36.

Wizinsky, Matthew. *Design After Capitalism: Transforming Design Today for an Equitable Tomorrow*. Cambridge, MA: MIT Press, 2022.

Capitolo 5. La forma segue il formato: Semi-automazione e professionalismo culturale

Ackermann, Rebecca. "Design Thinking Was Supposed to Fix the World. Where Did It Go Wrong?" *MIT Technology Review*, 9 febbraio 2023. <https://www.technologyreview.com/2023/02/09/1067821/design-thinking-retrospective-what-went-wrong/>.

Alessi, Chiara. *Design senza designer*. Bari: Laterza, 2016.

Andreessen, Marc. "Why Software Is Eating the World." *Andreessen Horowitz* (blog), 20 agosto 2011. <https://a16z.com/2011/08/20/why-software-is-eating-the-world/>.

Atkinson, Rhys, e Clara Balaguer. "Learning from the Vernacular." *Futuress*, 16 giugno 2021. <https://futuress.org/stories/learning-from-the-vernacular/>.

Basu, Ritupriya. "Algorithms Are a Designer's New BFF – Here's Proof." *Eye on Design*, 19 dicembre 2019. <https://eyeondesign.aiga.org/algorithms-are-a-designers-new-bff-heresproof/>.

Beegan, Gerry, e Paul Atkinson. "Professionalism, Amateurism and the Boundaries of Design." *Journal of Design History* 21, no. 4 (2008): 305–13.

Bratteteig, Tone, e Guri Verne. "Does AI Make PD Obsolete? Exploring Challenges from Artificial Intelligence to Participatory Design." In *Proceedings of the 15th Participatory Design Conference - Volume 2*, 1–5. PDC '18. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2018. <https://doi.org/10.1145/3210604.3210646>.

Brown, J. Dakota. *Typography, Automation, and the Division of Labor: A Brief History*. Chicago: Other Forms, 2019.

Brown, Tim. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York: Harper Business, 2009.

Colomina, Beatriz, e Mark Wigley. *Are We Human?: The Archaeology of Design*. Zürich: Lars Müller, 2016.

Cooley, Mike. *Architect or Bee? The Human Price of Technology*. Nottingham: Spokesman, 2016.

Corneliux. "Everyone Used to Be a Designer." *UX Planet*, February 13, 2023. <https://uxplanet.org/everyone-used-to-be-a-designer-530aa762e415>.

Edgerton, David, Hugo Palmarola, e Pedro Álvarez Caselli. "Some Problems with the Concept of 'Technology' in Design: Interview with David Edgerton." *Diseña*, no. 18 (29 gennaio 2021): 2–8. <https://doi.org/10.7764/disena.18.Interview.2>.

Foster, Hal. *Design & Crime*. Milano: Postmedia, 2003.

Frey, Carl Benedikt, e Michael A. Osborne. "The Future of Employment: How Susceptible Are Jobs to Computerisation?" *Technological Forecasting and Social Change* 114, no. C (2017): 254–80.

Fuller, Jarrett. "Design Criticism Is Everywhere – Why Are We Still Looking For It?" *Eye on Design*, 19 agosto 2020. <https://eyeondesign.aiga.org/design-criticism-is-everywhere-why-are-we-still-looking-for-it/>.

Garrett, Jesse. "Ux Design Is More Successful Than Ever, but Its Leaders Are Losing Hope. Here's Why." *Fast Company*, 3 giugno 2021. <https://www.fastcompany.com/90642462/ux-design-is-more-successful-than-ever-but-its-leaders-are-losing-hope>.

Gerritzen, Mieke, e Geert Lovink. *Everyone Is a Designer in the Age of Social Media*. Amsterdam: BIS, 2010.

Giampietro, Rob, e Rudy VanderLans. "Default Systems in Graphic Design." *Emigre*, 2003. <https://linedandunlined.com/archive/default-systems-in-graphic-design/>.

Gold, Jon. "Taking The Robots To Design School." *Jon Gold* (blog), 25 maggio 2016. <https://web.archive.org/>

web/20160525193649/http://www.jon.gold/2016/05/robot-design-school/.

Gray, Mary L., e Siddharth Suri. *Ghost Work: How to Stop Silicon Valley from Building a New Global Underclass*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2019.

Groten, Anja. "The Workshop and Cultural Production." *Open!*, 1 giugno 2019. <https://www.onlineopen.org/the-workshop-and-cultural-production>.

———. "Towards a Critical Collaborative Practice." In Annelys de Vet (a cura di). *Design Dedication: Adaptive Mentalities in Design Education*. Amsterdam: Valiz + Sandberg Instituut Design Department, 2020.

Groys, Boris. "Under the Gaze of Theory." *E-Flux*, maggio 2012. <https://www.e-flux.com/journal/35/68389/under-the-gaze-of-theory/>.

Hawley, Rachel. "Don't Worry, These Gangly-Armed Cartoons Are Here to Protect You From Big Tech." *Eye on Design*, 21 agosto 2019. <https://eyeondesign.aiga.org/dont-worry-these-gangly-armed-cartoons-are-here-to-protect-you-from-big-tech/>.

Heller, Steven. "Cult of the Ugly." *Eye Magazine*, 1993. <https://www.eyemagazine.com/feature/article/cult-of-the-ugly>.

Julier, Guy. *Economies of Design*. Los Angeles: SAGE Publications, 2017.

Laranjo, Francisco. "Ghosts of Designbots yet to Come." *Eye Magazine*, 21 dicembre 2016. <https://www.eyemagazine.com/blog/post/ghosts-of-designbots-yet-to-come>.

Lorusso, Silvio. "Learn to Code vs. Code to Learn: Creative Coding Beyond the Economic Imperative." In Demian Conrad, Rob van Leijssen, e David Héritier (a cura di). *Graphic Design in the Post-Digital Age*. Eindhoven: Onomatopée, 2021. <https://silviolorusso.com/publication/learn-to-code-vs-code-to-learn/>.

Lupton, Ellen. *D.I.Y. Design It Yourself*. New York: Princeton Architectural Press, 2006.

McVarish, Emily. *Inflection Point*. Berkeley, CA: Emigre, 2017.

Monteiro, Mike. *Design Is a Job*. New York: A Book Apart, 2012.

Neuburg, Klaus, Sven Quadflieg, e Simon Nestler. "Will Artificial Intelligence Make Designers Obsolete?" Berlin, 2020.

Oh, Jasmine. "Yes, AI Will Replace Designers." *Microsoft Design* (blog), 22 agosto 2019. <https://medium.com/microsoft-design/yes-ai-will-replace-designers-9d90c6e34502>.

Pater, Ruben. *Caps Lock: How Capitalism Took Hold of Graphic Design, and How to Escape from It*. Amsterdam: Valiz, 2021.

Peart, Rob. "Automation Threatens to Make Graphic Designers Obsolete." *Eye on Design*, 25 ottobre 2016. <https://eyeondesign.aiga.org/automation-threatens-to-make-graphic-designers-obsolete/>.

Poynor, Rick. *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism*. London: Laurence King, 2003.

Press, Alex. "On the Origins of the Professional-Managerial Class: An Interview with Barbara Ehrenreich." *Dissent Magazine*, 22 ottobre 2019. https://www.dissentmagazine.org/online_articles/on-the-origins-of-the-professional-managerial-class-an-interview-with-barbara-ehrenreich.

Rittel, Horst W. J., e Melvin M. Webber. "Dilemmas in a General Theory of Planning." *Policy Sciences* 4, no. 2 (1 giugno 1973): 155–69. <https://doi.org/10.1007/BF01405730>.

Rock, Michael. "On Unprofessionalism." *2x4* (blog), 5 agosto 1994. <https://2x4.org/ideas/1994/on-unprofessionalism/>.

Rodgers, Paul A., e Craig Bremner. "The Design of Nothing: A Working Philosophy." In Pieter E. Vermaas e Stéphane Vial (a cura di). *Advancements in the Philosophy of Design*, 549–64. Design Research Foundations. Cham: Springer International Publishing, 2018. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73302-9_25.

Roth, Bernard. *The Achievement Habit: Stop Wishing, Start Doing, and Take Command of Your Life*. New York: Harper Business, 2015.

Sarmah, Harshajit. "5 AI-Powered Home And Interior Designing Tools." *Analytics India Magazine*, 26 luglio 2019. <https://analyticsindiamag.com/5-ai-powered-home-and-interior-designing-tools/>.

Schön, Donald A. *Il professionista riflessivo. Per una nuova epistemologia della pratica professionale*. Bari: Dedalo, 1993.

Sfligiotti, Silvia. "This Is Auto-Tune Typography." *Medium* (blog), 19 agosto 2020. <https://silviasfligiotti.medium.com/this-is-auto-tune-typography-3953e74cc2ac>.

Snook, Tanya. "UX Design Has a Dirty Secret." *Fast Company*, 18 ottobre 2021. <https://www.fastcompany.com/90686473/ux-design-has-a-dirty-secret>.

Stinson, Liz. "John Maeda: If You Want to Survive in Design, You Better Learn to Code." *Wired*, marzo 2017. <https://www.wired.com/2017/03/john-maeda-want-survive-design-better-learn-code/>.

Taylor, Astra. "The Automation Charade." *Logic*, 1 agosto 2018. <https://logicmag.io/failure/the-automation-charade/>.

Ullman, Ellen. *Life in Code: A Personal History of Technology*. New York: Picador, 2018.

Velden, Daniel van der. "Lyrical Design." In Annelys de Vet (a cura di). *Design Dedication: Adaptive Mentalities in Design Education*. Amsterdam: Valiz + Sandberg Instituut Design Department, 2020.

—. "Research and Destroy." *Metropolis M*, 2006. <http://indexgrafik.fr/daniel-van-der-velden-metahaven-research-and-destroy/>.

Ventura, Raffaele Alberto. *Radical choc: Ascesa e caduta dei competenti*. Torino: Einaudi, 2020.

Vinsel, Lee. "Design Thinking Is Kind of Like Syphilis – It's Contagious and Rots Your Brains." *Medium* (blog), 3 agosto 2020. <https://sts-news.medium.com/design-thinking-is-kind-of-like-syphilis-its-contagious-and-rots-your-brains-842ed078af29>.

Capitolo 6. Kritikaoke: Politica ornamentale e identità come skill

Adamson, Glenn. "The Communist Designer, the Fascist Furniture Dealer, and the Politics of Design." *The Nation*, 20 febbraio 2021. <https://www.thenation.com/article/culture/enzo-mari-ikea-design/>.

Alinsky, Saul D. *Rules for Radicals: A Practical Primer for Realistic Radicals*. New York: Vintage Books, 1989.

Amin, Kadji. "We Are All Nonbinary." *Representations* 158, no. 1 (1 maggio 2022): 106–19. <https://doi.org/10.1525/rep.2022.158.11.106>.

Baudrillard, Jean. "Design and the Environment: Or, The Inflationary Curve of Political Economy." In Emilio Ambasz (a cura di). *The Universitas Project: Solutions for a Post-Technological Society*. New York: The Museum of Modern Art, 2006.

Berry, Anne H., Kareem Collie, Penina Acayo Laker, Lesley-Ann Noel, Jennifer Rittner, e Kelly Walters (a cura di). *The Black Experience in Design: Identity, Expression & Reflection*. New York: Allworth Press, 2022.

Bourdieu, Pierre. *La distinzione: Critica sociale del gusto*. Bologna: Il Mulino, 1983.

—. *Forme di capitale*, Roma: Armando Editore, 2016.

Bratton, Benjamin. *Revenge of the Real: Politics for a Post-Pandemic World*. London: Verso, 2022.

Brillon, James. "Instagram Account Dank.Lloyd. Wright Aims to 'Amplify Narratives That Are Excluded from Architecture's Official Consensus.'" *Dezeen*, 30 agosto 2022. <https://www.dezeen.com/2022/08/30/instagram-dank-lloyd-wright-interview/>.

Budds, Diana. "9 Ideas Shaping The Future Of Design, According To Ideo, Microsoft, Autodesk, MIT, And More." *Fast Company*, 12 settembre 2017. <https://www.fastcompany.com/90139617/9-ideas-shaping-the-future-of-design-according-to-ideo-microsoft-autodesk-mit-and-more>.

Cuninghame, Patrick. "'A Laughter That Will Bury You All': Irony as Protest and Language as Struggle in the Italian 1977 Movement." *Libcom*, 5 gennaio 2012. <https://libcom.org/article/laughter-will-bury-you-all-irony-protest-and-language-struggle-italian-1977-movement>.

Dunne, Anthony, e Fiona Raby. "A/B." *Dunne & Raby*, 2009. <https://dunneandraby.co.uk/content/projects/476/0>.

Ebbesen, Toke Riis. "Why Critical Design Is Useless: Criteria." Sursock Museum, Beirut, Lebanon, 2017.

e-janestudio. "Nope." *Tumblr* (blog). <https://e-janestudio.tumblr.com/post/132335744305/i-am-not-an-identity-artist-just-because-i-am-a>.

Fuller, Jarrett. "The Auto-Ethnographic Turn in Design." *Design and Culture*, 27 aprile 2022, 1–3. <https://doi.org/10.1080/17547075.2022.2061138>.

Garbutt, Schessa. "Black Lives Matter Is Not a Design Challenge." *Design Toast* (blog), 14 luglio 2020. <https://medium.com/design-toast/black-lives-matter-is-not-a-design-challenge-f6e452ff7821>.

Gebrayel, Imad. "The Design Exit: Don't Look Behind!" In Joannette van der Veer (a cura di). *Ununanimimimededesign*. Eindhoven: Onomatopee, 2022.

Gerritzen, Mieke, e Geert Lovink. *Everyone Is a Designer in the Age of Social Media*. Amsterdam: BIS, 2010.

Giampietro, Rob. "School Days." In Ellen Lupton e Andrew Blauvelt (a cura di). *Graphic Design: Now in Production*. Minneapolis: Walker Art Center, 2012. <https://linedandunlined.com/archive/school-days/>.

Goldstein, Mitch. *How to Be a Design Student (and How to Teach Them)*. New York: Princeton Architectural Press, 2023.

Groten, Anja. "Towards a Critical Collaborative Practice." In Annelys de Vet (a cura di). *Design Dedication: Adaptive Mentalities in Design Education*. Amsterdam: Valiz + Sandberg Instituut Design Department, 2020.

Harney, Stefano, e Fred Moten. *Undercommons*.

Pianificazione fuggitiva e studio nero. Napoli: Tamu, 2021.

Holm, Nicholas. "Critical Capital: Cultural Studies, the Critical Disposition and Critical Reading as Elite Practice." *Cultural Studies* 34, no. 1 (2 gennaio 2020): 143–66. <https://doi.org/10.1080/09502386.2018.1549265>.

hooks, bell. *Insegnare a trasgredire: L'educazione come pratica della libertà*. Milano: Meltemi, 2020.

Horkheimer, Max, e Theodor W. Adorno. *Dialettica dell'Illuminismo*, Torino: Einaudi, 2010.

Labranca, Tommaso. *Vraghinaroda: Sopravvivendo a hipster situazionisti, santexuperine scalze e mistificatori deleuziani*. Milano: 20090, 2019.

Laranjo, Francisco. "Critical Everything." *Modes of Criticism*, 4 agosto 2015. <https://modesofcriticism.org/critical-everything/>.

Lasch, Christopher. *La cultura del narcisismo: L'individuo in fuga dal sociale in un'età di disillusioni collettive*. Milano: Bompiani, 1992.

Lier, Bas van. "If Things Are Bad, That's Good." *What Design Can Do*, 28 marzo 2017. <https://www.whatdesigncando.com/stories/things-bad-thats-good/>.

Liu, Catherine. *Virtue Hoarders: The Case Against the Professional Managerial Class*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2021.

Lorusso, Silvio. "We, the Doers: Fiverr's Entrepreneurial Populism and a 3-Days Workweek." *Entreprenariat* (blog), 20 marzo 2017. <https://networkcultures.org/entreprenariat/we-the-doers/>.

Lupton, Ellen. "Designer as Producer." In Ellen Lupton e Andrew Blauvelt (a cura di). *Graphic Design: Now in Production*. Minneapolis: Walker Art Center, 2012.

Lupu, Alina. "The Palestinian Conflict Rippling Across Dutch Art Educational Institutions." *The Office of Alina Lupu* (blog), 2022. <https://theofficeofalinalupu.com/printed-matter/the-palestinian-conflict-rippling-across-dutch-art-educational-institutions/>.

Maldonado, Tomás. *La speranza progettuale: Ambiente e società*. Torino: Einaudi, 1997.

Mattioli, Valerio. "RIP Club Culture (finalmente)." *Not*, 15 giugno 2021. <https://not.neroeditions.com/rip-club-culture-finalmente/>.

McLaughlin, Aimee. "Nelly Ben Hayoun on Her Theory of Total Bombardment." *Creative Review*, 27 giugno 2018. <https://www.creativereview.co.uk/nelly-ben-hayoun-on-her-theory-of-total-bombardment/>.

Medium. "UUGH! Or: Issues Regarding University of the Underground," 22 settembre 2017. <https://medium.com/@uugh/issues-regarding-the-university-of-the-underground-and-the-sandberg-instituut-fe58dbbf889b>.

Mr. Keedy. "Graphic Design in the Postmodern Era." *Emigre*, 1998. <https://www.emigre.com/Essays/Magazine/GraphicDesigninthePostmodernEra>.

Nelson, Tara-Nicholle. "What Transformational Brands Do: Manifesto Marketing." *Ad Age*, 25 aprile 2017. <https://adage.com/article/agency-viewpoint/transformational-brands-manifesto-marketing/308572>.

O'Flynn, Brian. "Class Struggle: When Did 'Unemployed' Become a T-Shirt Slogan?" *The Guardian*, 3 maggio 2018. <https://www.theguardian.com/fashion/2018/may/03/class-struggle-working-class-unemployed-become-t-shirt-slogans>.

Pater, Ruben. "Treating the Refugee Crisis as a Design Problem Is Problematic." *Dezeen*, 21 aprile 2016. <https://www.dezeen.com/2016/04/21/ruben-pater-opinion-what-design-can-do-refugee-crisis-problematic-design/>.

Rock, Michael. "Designer as Author." *2x4* (blog), 5 agosto 1996. <https://2x4.org/ideas/1996/designer-as-author/>.

—. "Mad Dutch Disease." *2x4*, 9 agosto 2003. <https://2x4.org/ideas/2003/mad-dutch-disease/>.

Rule, Alix, e David Levine. "International Art English." *Triple Canopy*, 2013. https://canopycanopycanopy.com/contents/international_art_english.

Táirwò, Olúfemi O. *Elite Capture: How the Powerful Took Over Identity Politics (and Everything Else)*. Chicago: Haymarket Books, 2022.

Thorpe, Ann. "Defining Design as Activism." In *Journal of Architectural Education*, 2011.

Ventura, Raffaele Alberto. "La cattiva notizia è che la cancel culture esiste eccome." *Wired Italia*, 10 maggio 2021. <https://www.wired.it/play/cultura/2021/05/10/cancel-culture-esiste-debunker-politicamente-corretto/>.

Wallace, David Foster. "E Unibus Pluram: Television and U.S. Fiction." *Review of Contemporary Fiction* 13, no. 2 (1993). http://jsomers.net/DFW_TV.pdf.

Capitolo 7. La scuola come mondo reale: Aspirazioni e compromesso

ANCESCHI, Giovanni. *Tomás Maldonado intellettuale politecnico*. Milano: Edizioni del Verri, 2020.

Arista, Roberto. "Le interfacce sono un oggetto solido." *Progetto Grafico* 33 (2018).

Blauvelt, Andrew. "Towards Critical Autonomy or Can Graphic Design Save Itself?" *Emigre*, 2004.

Bourdieu, Pierre. *La distinzione: Critica sociale del gusto*. Bologna: Il Mulino, 1983

Brown, J. Dakota. *The Power of Design as a Dream of Autonomy*. Chicago: Green Lantern Press, 2019.

Caliri, Gaspare. "Cos'è il design-as(-a)-bricolage, la cultura del progetto attraverso le teorie della complessità." *cheFare*, 19 gennaio 2021. <https://www.che-fare.com/almanacco/cultura/design/cose-il-design-as-a-bricolage-la-cultura-del-progetto-attraverso-le-teorie-della-complessita/>.

Clarke, Alison J. "Design for the Real World: Contesting the Origins of the Social in Design." In Claudia Mareis e Nina Paim (a cura di). *Design Struggles: Intersecting Histories, Pedagogies, and Perspectives*. Amsterdam: Valiz, 2021.

Dawood, Sarah. "Design Most Popular University Choice – but Graduates Aren't Becoming Designers." *Design Week*, 15 febbraio 2018. <https://www.designweek.co.uk/issues/12-18-february-2018/design-popular-university-choice-graduates-arent-ending-designers/>.

De Carlo, Giancarlo. *La piramide rovesciata: Architettura oltre il '68*. Macerata: Quodlibet, 2018.

De Martin, Paola. "Breaking Class: Upward Climbers and the Swiss Nature of Design History." In Claudia Mareis e Nina Paim (a cura di). *Design Struggles: Intersecting Histories, Pedagogies, and Perspectives*. Amsterdam: Valiz, 2021.

Dunne, Anthony, and Fiona Raby. "A/B." *Dunne & Raby*, 2009. <https://dunneandraby.co.uk/content/projects/476/0>.

—. *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming*. Cambridge, MA: MIT Press, 2013.

Falcinelli, Riccardo. *Critica portatile al visual design: Da Gutenberg ai social network*. Torino: Einaudi, 2014.

Freire, Paulo. *La pedagogia degli oppressi*. Torino: Edizioni Gruppo Abele, 2018.

Galbraith, John Kenneth. *Il nuovo stato industriale*. Torino: Einaudi, 1968.

Gerritzen, Mieke, e Geert Lovink. *Made in China, Designed in California, Criticised in Europe: Design Manifesto*. Amsterdam: BIS Publishers, 2020.

hooks, bell. *Insegnare a trasgredire: L'educazione come pratica della libertà*. Milano: Meltemi, 2020.

Illich, Ivan. *Descolarizzare la società: Una società senza scuola è possibile?* Torino: Mimesis, 2010.

Lorusso, Silvio. "No Problem: Design School as Promise." *Entreprenariat* (blog), 7 dicembre 2020. <https://networkcultures.org/entreprenariat/no-problem-design/>.

Lorusso, Silvio e @wdka.teachermemes. "'May the Bridges We Burn Light the Way': Five Questions to a Dutch Design School's Meme Page." *Other Worlds*, no. 3 (26 luglio 2021). <https://buttondown.email/otherworlds/archive/ow-3-may-the-bridges-we-burn-light-the-way-five/>.

Maldonado, Tomás. *Che cos'è un intellettuale? Avventure e disavventure di un ruolo*. Milano: Feltrinelli, 2010.

Mari, Enzo. *25 modi per piantare un chiodo: Sessant'anni di idee e progetti per difendere un sogno*. Milano: Mondadori, 2011.

Moholy-Nagy, László. *Vision in Motion*. Chicago: P. Theobald, 1947.

Monteiro, Mike. *Ruined by Design: How Designers Destroyed the World, and What We Can Do to Fix It*. San Francisco, CA: Mule Design, 2019.

Pater, Ruben. *Caps Lock: How Capitalism Took Hold of Graphic Design, and How to Escape from It*. Amsterdam: Valiz, 2021.

Rand, Paul. "Confusion and Chaos: The Seduction of Contemporary Graphic Design." *AIGA Journal of Graphic Design* 10, no. 1 (1992). <https://www.paulrand.design/writing/articles/1992-confusion-and-chaos-the-seduction-of-contemporary-graphic-design.html>.

Roberts, Lucienne, Rebecca Wright, e Jessie Price (a cura di). *Graphic Designers Surveyed*. London: GraphicDesign&, 2015.

Rock, Michael. "On Unprofessionalism." *2x4* (blog), 5 agosto 1994. <https://2x4.org/ideas/1994/on-unprofessionalism/>.

Roose, Kevin, e Stefan Becket. "Meet the Real-Life 'Old Economy Steve.'" *Intelligencer*, 30 maggio 2013. <https://nymag.com/intelligencer/2013/05/meet-the-real-life-old-economy-steve.html>.

Schön, Donald A. *Il professionista riflessivo. Per una nuova epistemologia della pratica professionale*. Bari: Dedalo, 1993.

Siang, Teo Yu. "How to Change Your Career from Graphic Design to UX Design." *Interaction Design Foundation*, 12 settembre 2020. <https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-change-your-career-from-graphic-design-to-ux-design>.

Toppins, Aggie. "Good Nostalgia/Bad Nostalgia." *Design and Culture* 14, no. 1 (2 gennaio 2022): 5–29. <https://doi.org/10.1080/17547075.2021.2010876>.

—. "We Need Graphic Design Histories That Look Beyond the Profession." *Eye on Design*, 10 giugno 2021. <https://eyeondesign.aiga.org/we-need-graphic-design-histories-that-look-beyond-the-profession/>.

Zweege, Tessel ten. "Calling Out Dutch Art Institutions." *Futurress*, 26 febbraio 2021. <https://futureess.org/stories/calling-out-dutch-art-institutions/>.

Epilogo: Ragequit

Bonsiepe, Gui. *The Disobedience of Design*. London: Bloomsbury, 2022.

Foster, Hal. *Design & Crime*. Milano: Postmedia, 2003.

Iaconesi, Salvatore. "Nuovo Abitare, after COVID." *Counter Arts* (blog), 15 luglio 2021. <https://medium.com/counterarts/nuovo-abitare-after-covid-e85e40e49861>.

Levi Bismarck, Pedro. *Arquitectura e «pessimismo»: Sobre Uma Condição Política Em Arquitectura*. Porto: Punkto, 2020.

Lispector, Clarice. *La passione secondo G.H.* Milano: Feltrinelli, 1991.

Lo Giudice, Euclide. "Sciascia su Sciascia." *Leonardo Sciascia Web*. <https://www.amicisciascia.it/leonardo-sciascia/sciascia-su-sciascia.html>.

Lonzi, Marta. *Autenticità e progetto*. Milano: Jaca Book, 2006.

Maldonado, Tomás. *La speranza progettuale: Ambiente e società*. Torino: Einaudi, 1997.

Mills, C. Wright. *L'immaginazione sociologica*. Milano: Il Saggiatore, 2014.

Sennett, Richard. *L'uomo artigiano*. Milano: Feltrinelli, 2021.

Siti, Walter. *Contro l'impegno: Riflessioni sul Bene in letteratura*. Milano: Rizzoli, 2021.

Treviño, A. Javier. "C. Wright Mills as Designer: Personal Practice and Two Public Talks." *The American Sociologist* 45, no. 4 (1 dicembre 2014): 335–60. <https://doi.org/10.1007/s12108-014-9196-y>.

Vitiello, Guido. "I nuovi complessisti contro il 'pensiero unico'. Esercizi di atletica retorica." *Il Foglio*, 5 aprile 2022. <https://www.ilfoglio.it/societa/2022/04/05/news/i-nuovi-complessisti-contro-il-pensiero-unico-esercizi-di-atletica-retorica-3876461/>.

INDICE DEI NOMI

- *foundationClass, 266
 Abdulla, Danah, 136, 139
 Accademia del lusso, 348
 Ackermann, Rebecca, 247
 Adamson, Glenn, 170, 287
 Ader, Bas Jan, 50
 Adorno, Theodor W., 18, 19, 266, 294
 Agamben, Giorgio, 36, 75
 Airbnb, 30, 267
 Al-Hawajri, Mohammed, 292
 Alessi, Chiara, 224, 389
 Alinsky, Saul D., 270
 Ambasz, Emilio, 143, 290
 American Institute of Graphic Arts (AIGA), 46
 Amin, Kadji, 293
 Anceschi, Giovanni, 349, 363
 Andreessen, Marc, 244
 Anti-Design, 147, 290
 Antonelli, Paola, 72, 92, 174, 175
 Antonini, Federico, 372, 389
 Appadurai, Arjun, 193, 194, 195
 Apple, 36, 37, 207, 225, 226
 Archer, Bruce, 136
 Arista, Roberto, 362
 Aronowitz, Kate, 189, 190
 Art is Open Source, 370
 Ashworth, Chris, 328
 Atkinson, Paul, 141, 258, 261
 Atkinson, Rhys, 141, 258, 61
 Augusta, Pownall, 72
 b0ysfirm, @, 330
 Balaguer, Clara, 6, 261
 Balasubramaniam, Thirunavukarasu, 100
 Barry, Ben, 169
 Barthes, Roland, 183, 268
 Bass, Saul, 23, 24, 47, 58, 72, 168, 244, 268, 295, 317, 323
 Basu, Rituprya, 228
 Bateson, Mary Catherine, 19, 200
 Bateson, Gregory, 19, 200
 Baudelaire, Charles, 76
 Baudrillard, Jean, 266, 307
 Bauhaus, 118, 146, 233
 Bayer, Herbert, 118, 138, 146
 Beck, Martin, 47
 Beck, Ulrich, 294
 Beegan, Gerry, 141, 258
 Belonax, Tim, 169
 Ben Hayoun, Nelly, 266, 267, 270, 275
 Benjamin, Walter, 52, 282, 370, 390
 Benjamin, Ruha, 92, 93, 97
 Bent, Shaun, 166
 Berends, Manetta, 99, 389
 Bergson, Henri, 18
 Berlant, Lauren, 46
 Berry, Anne H., 291
 Beuys, Joseph, 85
 Bierut, Michael, 22, 264
 Blackler, Alethea, 99
 blank_gehry, @, 96
 Blauvelt, Andrew, 99, 153, 154, 155, 156, 282, 294, 362, 363
 Bloch, Marcus, 40
 Bødker, Susanne, 204
 Boehnert, Joanna, 69
 Boer, Gijs de, 197
 Bonsiepe, Gui, 108, 118, 119, 120, 127, 128, 151, 157, 368
 Borromini, Francesco, 376
 Boshat-Thorez, Sofia, 99
 Bourdieu, Pierre, 270, 271, 272, 285, 314, 326, 336, 346, 349, 361
 Brain, Tega, 99, 148
 Bratteteig, Tone, 227
 Bratton, Benjamin, 297
 Bremner, Craig, 93, 123, 135, 136, 152, 251, 390
 Breuer, Marcel, 21

- Bridle, James, 17
 Brillon, James, 280
 Brown, J. Dakota, 141, 154,
 156, 158, 246, 247, 248,
 257, 305, 353, 355, 357,
 389
 Brown, Tim, 141, 154, 156,
 158, 246, 247, 248, 257,
 305, 353, 355, 357, 389
 Bruinsma, Max, 100
 Buchanan, Richard, 59
 Buchanan, Lisa, 168
 Budds, Diana, 279
 Bürger, Manuel, 232, 258
 Burka, Daniel, 190
 Caliri, Gaspere, 363
 Campanella, Thomas J., 170
 Caraco, Albert, 14, 371
 Cardan, Paul, 14
 Caronia, Antonio, 107, 109
 Carstens, Delphi, 24
 Caselli, Pedro Álvarez, 240
 Castoriadis, Cornelius, 14, 76
 Certeau, Michel de, 195
 Cervantes, Miguel de, 347
 Chamorro-Koc, Marianella, 100
 Chayka, Kyle, 30
 Chermayeff & Geismar, 201,
 202
 CIA, 20
 Cioran, Emil, 371
 Citarella, Joshua, 364
 Clarke, Alison J., 353
 clayhor, @, 255
 Clifton, Jim, 68
 Cochior, Cristina, 99, 389
 Collie, Kareem, 291
 Collins, Anastasia, 276, 297
 Colomina, Beatriz, 76, 86, 103,
 206, 248
 Comitato Invisibile, Il, 67
 Conrad, Demian, 240, 390
 Content y Contenido, 323
 Cooley, Mike, 230, 237
 Cooper, Muriel, 99
 Corneliux, 235
 Corporate Memphis, 236, 255
 Critical Design, 147, 268, 277,
 287, 306
 Critical Graphic Design, 23,
 24, 27, 126, 198
 Cross, Nigel, 131, 132, 133
 Crowther, Samuel, 165
 Cthulhu, 384
 Culkin, John M., 104
 Cuningham, Patrick, 273
 Dadaismo, 273
 dank.lloyd.wright, @, 20, 32,
 280
 Davidson, Stephanie, 71
 Davis, Dantley, 291
 Dawood, Sarah, 337
 De Carlo, Giancarlo, 18, 321,
 60
 De Martin, Paola, 69, 336
 de Mattia, Giuseppe, 343
 Defaultismo, 221, 223, 229,
 235, 238
 Deira, Yessica, 332
 Deleuze, Gilles, 207
 Design Thinking, 148, 173,
 247, 248
 Dettmer-Finke, Reinhild, 206
 Dewey, John, 27
 Diehm, Cade, 203, 204, 389,
 390
 Dilnot, Clive, 93, 389
 Don Chisciotte, 361
 Dunne, Anthony, 156, 157,
 185, 268, 275, 351
 Dürer, Albrecht, 77, 78, 373,
 383
 Dutch Design, 282, 309, 317
 Dutch Design Week, 20
 Dwiggins, W. A., 246
 Easterling, Keller, 179, 191,
 192, 193
 Eatock, Daniel, 221, 259
 Ebbesen, Toke Riis, 306

- Eco, Umberto, 4, 143
 Edgerton, David, 239, 240
 Engelhardt, Lukas, 332
 Enzensberger, Hans Magnus, 11
 Erasmo, 347
 Escobar, Arturo, 128, 154, 155
 ethicaldesign69, @, 179, 192, 284
 Experimental Jetset, 24
 Falcinelli, Riccardo, 336
 Fawkes, Guy, 24
 Fenn, Jackie, 40
 Fiverr, 20, 230, 231, 234, 250, 274
 Fleming, Billy, 186
 Flusser, Vilém, 202, 203, 204
 Fluzin, Baptiste, 40
 Ford, Henry, 165, 207
 Forrester, 175
 Foster, Hal, 165, 166, 254, 274, 368
 Foucault, Michel, 196
 Franke, Björn, 15, 157
 Franklin, Ursula M., 52, 53, 108, 121
 Frearson, Amy, 134
 Freelance Studio, 51
 Freeman, Jo, 342
 Freire, Paulo, 27, 314
 Frey, Carl Benedikt, 227
 Fry, Tony, 93, 103, 104, 171, 358
 Fuller, Buckminster, 120, 121, 137, 214, 288
 Fuller, Jarrett, 120, 121, 137, 214, 288
 G.H., 368
 Galbraith, John Kenneth, 352
 Gallet, Alix, 89
 Galluzzo, Michele, 178, 389
 Gantz, Carroll, 165
 Garbutt, Schessa, 281
 Garland, Ken, 38, 275, 353
 Garrett, Jesse, 38, 236
 Gartner, 40, 81
 Gebrayel, Imad, 302, 303
 Gedenryd, Henrik, 132
 Gelberg, Justus, 332
 Gerritzen, Mieke, 23, 110, 201, 247, 280, 350
 Giampietro, Rob, 219, 221, 223, 224, 226, 235, 262, 294, 335
 Gibson, Mel, 192
 Giddens, Anthony, 78, 79, 108, 114
 Gideon, Kossoff, 39
 Glanville, Ranulph, 148
 Gold, Jon, 227
 Goldstein, Mitch, 88, 294
 Gonçalves, Sofia, 281, 389, 390
 Gordon, Lewis R., 118, 139
 Goya, Francisco, 255
 Graeber, David, 149
 Gramsci, Antonio, 11, 109
 Grant, Donald P., 132
 Gray, Mary L., 237
 Greater Good Studio, 167
 Green, Penelope, 19, 154
 Greiman, April, 217
 Grid, The, 214, 227, 228, 229
 Grievink, Hendrik-Jan, 172, 219
 Gropius, Walter, 118, 146
 Gropius, Ilse, 118
 Groten, Anja, 249
 Groys, Boris, 249
 Guest, David, 128
 Guevara, Che, 281
 Habermas, Jürgen, 252
 Hackers and Designers, 268
 Haley, Jay, 200
 Harnett, JP, 172
 Harney, Stefano, 296, 297
 Hartjes, Nathalie, 261
 Haug, Wolfgang Fritz, 176, 197
 Hawley, Rachel, 236
 Heidegger, Martin, 347
 Heinlein, Robert A., 123, 124
 Heller, Steven, 63, 176, 217, 224, 338

- Héritier, David, 240, 390
 Heskett, John, 180, 181
 Hills, Thomas, 103
 Hollein, Hans, 87, 94
 Holm, Nicholas, 285, 304
 hooks, bell, 304, 322, 327, 333
 Horkheimer, Max, 266, 294
 Horowitz, Irving L., 244
 Iaconesi, Salvatore, 107, 370,
 371
 IDEO, 248
 IKEA, 20, 109, 170, 228
 Illich, Ivan, 27, 106, 109, 322,
 346
 Indiani metropolitani, 273
 Institute without Boundaries,
 112
 Irwin, Terry, 39
 Ito, Joi, 130, 131, 135
 Izenour, Steven, 257
 Jackson, Don D., 200
 Jacoby, Russell, 375
 Jane, E., 292
 Julier, Guy, 37, 53, 56, 58,
 64, 65, 67, 73, 140, 148,
 204, 248, 249
 Kaiser, Gerrit, 166
 Kalman, Tibor, 257, 260, 350
 Kamprad, Ingvar, 170
 Kasparov, Garry, 266
 Keedy, Mr., 282, 283
 Kenedi, Aaron, 201
 Kimball, Roger, 360
 Klibansky, Raymond, 77, 78
 Knake, Dennis, 269
 Koolhaas, Rem, 254, 277
 Kopcke, Nikandre, 43
 Kraus, Karl, 60
 Krippendorff, Klaus, 123
 ktsuski, @, 214
 Kubrak, Anastasia, 280
 Kyes, Zak, 24
 Kyng, Morten, 204
 Labedz, Celeste, 136
 Labranca, Tommaso, 28, 30,
 306
 Laker, Penina Acayo, 291
 Land, Nick, 24
 Laranjo, Francisco, 24, 27,
 185, 238, 271, 389
 LaRossa, Brian, 142
 Lasch, Christopher, 78, 293
 Latour, Bruno, 91, 121, 194
 Le Corbusier, 75, 76
 Le Goff, Jacques, 77, 78
 Lee, Chris, 148, 208, 390
 Leijsen, Rob van, 240, 390
 Leonard, Jennifer, 86, 90, 376
 Levi Bismarck, Pedro, 370
 Levin, Golan, 99, 306, 307
 Levine, David, 306, 307
 Levrant de Bretteville, Sheila,
 360
 Licko, Zuzana, 217
 Lier, Bas van, 278
 Lilla, Alano da, 118
 Lim, Adelia, 61, 64, 119
 Linz, Max, 356
 Lispector, Clarice, 368
 Liu, Catherine, 286, 287
 Lo Giudice, Euclide, 376
 Lonergan, Guthrie, 222
 Long, Lazarus, 39, 124
 Lonzi, Marta, 376, 377
 Lorusso, Silvio, 3, 4, 17, 240,
 274, 315, 317, 345, 391
 Lovink, Geert, 16, 17, 23,
 110, 201, 247, 280, 350,
 389
 Lucentini, Paolo, 118
 Luhmann, Niklas, 252
 Lunardi, Flavia, 43
 Lupton, Ellen, 238, 282, 294,
 338, 346
 Lupu, Alina, 301, 302
 M&CO, 257
 Maeda, John, 177, 178, 241
 maetl, @, 191

- Maldonado, Tomás, 18, 52, 93,
 111, 158, 159, 164, 181,
 196, 263, 282, 346, 347,
 349, 363, 371, 374
 Malpass, Matt, 290
 Manzini, Ezio, 63, 65, 67, 111,
 135, 152, 333
 Mareis, Claudia, 69, 139, 353
 Margolin, Victor, 63, 64, 100,
 103, 104
 Mari, Enzo, 15, 31, 99, 103,
 104, 166, 170, 176, 177,
 267, 316, 337, 389, 390
 Marx, Karl, 101, 174
 Masure, Anthony, 181, 182
 Matos, Afonso, 340, 389, 391
 Matter, Hansuli, 99, 157, 205,
 281, 282
 Mattioli, Valerio, 299, 301, 305
 Mau, Bruce, 86, 90, 112, 113,
 122, 254, 278, 390
 McArdle, Jack, 325
 McGuirk, Justin, 152
 McKinsey, 37, 189
 McLaughlin, Aimee, 266
 McLuhan, Marshall, 104
 McVarish, Emily, 217, 218
 Mejía, Mauricio, 122
 Mejias, Ulises A., 119
 Mensvoort, Koert van, 172,
 174
 Metahaven, 24, 42
 Microsoft, 229, 238, 279
 Midal, Alexandra, 92
 Mignolo, Walter, 128
 Mills, C. Wright, 46, 47, 48,
 49, 52, 59, 64, 378, 379,
 382
 Mitcham, Carl, 106, 109
 Moholy, Lucia, 324
 Moholy-Nagy, László, 36, 39,
 40, 139, 324, 350, 357
 Mohotti, Wathsala Anupama,
 99
 Moles, Abraham A., 91
 Montaigne, Michel de, 347
 Monteiro, Mike, 197, 199, 215,
 357
 Moses, Robert, 170, 171
 Moten, Fred, 296, 297
 Munari, Bruno, 91, 92, 102
 Murtaugh, Michael, 99
 Nayak, Richi, 100
 Nelson, Tara-Nicholle, 277
 Nestler, Simon, 228
 Neuburg, Klaus, 228
 neurotic arsehole, @, 192
 Nicoletti, Valerio, 209
 Noel, Lesley-Ann, 291, 298,
 300
 Norman, Don, 14, 107, 108,
 125, 160, 177, 180, 256
 O'Flynn, Brian, 274
 Obrist, Hans Ulrich, 266
 Oh, Jasmine, 229
 Oliver, Richard L., 201
 OM Graphic, 232
 Open Set, 268
 Oroza, Ernesto, 110
 Osborne A., Michael, 227
 Osherow, Evan, 189
 Ozenc, Kursat, 144
 Paepke, Walter, 246
 Paim, Nina, 69, 139, 353
 Palmarola, Hugo, 239
 Panofsky, Erwin, 77, 78
 Papanek, Victor, 14, 100, 102,
 103, 120, 124, 127, 128,
 177, 182, 275, 352, 353,
 357
 Parallel School, 268
 Parco Studio, 242
 Pater, Ruben, 28, 69, 73, 230,
 234, 237, 238, 252, 278,
 338, 389
 Peart, Rob, 227
 Penin, Lara, 291
 Persico, Oriana, 107, 370
 Peters, Tom, 36, 37, 360
 Peterson, Jordan, 360

- Petroni, Marco, 74
 Pineau, Karl, 182
 Platform BK, 344
 Popova, Maria, 15
 Posavec, Stefanie, 43
 Posniak, Marina, 166
 Potter, Norman, 14, 107, 108, 136, 160, 256
 Potter, Peter de, 220
 Poynor, Rick, 100, 257, 260
 Press, Alex, 252
 Price, Jessie, 43, 230
 Qadeer, Ali S., 208
 Quadflieg, Sven, 228
 Raby, Fiona, 156, 157, 185, 268, 275, 351
 Radical Design, 75, 147
 Radice, Barbara, 178
 Rame, Sergio, 144
 Rancière, Jacques, 130
 Rand, Paul, 358, 360
 Rawsthorn, Alice, 176, 288
 Re:Publica, 266, 269, 272, 281
 Reinfurt, David, 130
 Relearn, 268
 Richardson, Adam, 183, 184
 Rittel, Horst W. J., 16, 17, 19, 252
 Rittner, Jennifer, 291
 Roberts, Lucienne, 43, 68, 69, 244
 Rock, Michael, 144, 145, 214, 215, 289, 309, 344
 Rodgers, Paul A., 93, 123, 135, 136, 152, 249, 251, 390
 Rodina, The, 354
 Rogan, Kevin, 193
 Rohde, Charlotte, 233
 Roth, Bernard, 247
 Rule, Alix, 306, 307
 Ruskin, John, 76
 Sagmeister, Stefan, 21
 Sarmah, Harshajit, 229
 Saxl, Fritz, 77, 78
 Schmieg, Sebastian, 223, 389
 Schmitt, Carl, 165, 189, 206
 Schön, Donald A., 132, 134, 145, 147, 149, 150, 253, 342
 School for Poetic Computation, 244
 Schouwenberg, Louise, 288
 Schwab, Katharine, 178, 190
 Sciascia, Leonardo, 376
 Scott Brown, Denise, 257
 Scuola Open Source, 144, 268
 Scuro, Enrico, 318
 Secomandi, Fernando, 108
 Sennett, Richard, 382
 Seyp, Vera van de, 233
 Sfligiotti, Silvia, 219
 Shaner-Bradford, Nikki, 140
 Shaughnessy, Adrian, 164
 Shaw, George Bernard, 252
 Shelley, Mary, 15
 Siang, Teo Yu, 344
 Siedentopf, Max, 133, 134
 Simon, Herbert A., 74
 Siti, Walter, 368
 Slimmer, 87, 90
 Sloterdijk, Peter, 121
 Smith, Adam, 123
 Smith, J., 169
 Smiths, The, 270
 Snelders, Dirk, 108
 Snook, Tanya, 249
 Social Design, 277
 Sottsass, Ettore, 143
 Speculative Design, 185, 277, 351
 Spiderman, 197
 Spools, Jared, 199
 Spotify, 166
 Stewart, Susan, 93
 Stilinović, Mladen, 308
 Stinson, Liz, 241
 Studio at the Edge of the World, 123
 Suchman, Lucy, 64, 105
 Sunday, Mike, 334

- Suri, Siddharth, 237
 suuuuuu, @, 73
 Swann, Levi, 99
 Swift, Jonathan, 347
 Táíwò, Olúfemi, 282, 342
 Taylor, Astra, 109, 231
 Tharp, Bruce, 185
 Tharp, Stephanie, 185
 Thorpe, Ann, 287, 288, 289, 290
 tiffanyton, @, 164
 Till, Jeremy, 18
 Tonkinwise, Cameron, 39
 Toorn, Jan van, 62
 Toppins, Aggie, 337, 360
 Trend List, 251
 Treviño, Javier A., 49, 59, 382
 Trevisani, Luca, 50
 Troemel, Brad, 140, 286, 304
 Trump, Donald, 40
 Tsing, Anna Lowenhaupt, 195
 Twemlow, Alice, 47
 Ugly Design, 221, 223, 225
 Ullman, Ellen, 215, 217
 Ulm, Elliott, 70
 United Nations, 98
 University of the Underground (UUG), 267, 270, 310, 270
 Upwork, 231
 VanderLans, Rudy, 141, 217, 219, 223, 224, 227, 262
 Varela, Francisco, 99, 154, 155
 Veerman, Yuri, 341
 Velden, Daniel van der, 188, 225, 234, 256
 Ventura, Raffaele Alberto, 14, 121, 253, 283, 389
 Venturi, Robert, 257
 Vermaas, Pieter E., 93
 Verne, Guri, 227
 Vet, Annelys de, 145, 188, 249, 280
 Vial, Stéphane, 93
 Vignelli, Massimo, 178
 Vignelli, Lella, 178
 Vinsel, Lee, 148, 247
 Virilio, Paul, 112
 Vitiello, Guido, 279, 375
 Von Foerster, Heinz, 99
 Vonnegut, Kurt, 221
 Wagner, Kate, 134
 Wallace, David Foster, 274
 Walters, Kelly, 291
 wdka.teachermemes, @, 317, 329, 339
 Weakland, John, 200
 Webber, Melvin M., 16, 17, 19
 Weber, Max, 165, 174
 West, Kanye, 220
 What Design Can Do, 187, 205, 277, 278
 Whyte, William H., 48
 Wigley, Mark, 76, 86, 103, 206, 248
 Wilde, Lorraine, 156
 Williams, Raymond, 39
 Willis, Anne-Marie, 103, 104, 105, 171
 Winner, Langdon, 170, 171, 178, 195
 Wizinsky, Matthew, 73, 165, 290
 Wright, Rebecca, 43
 young_agamben, @, 80
 Zuccari, Federico, 101
 Zuckerberg, Mark, 240, 243
 Zweege, Tessel ten, 317

Salvo diversa indicazione, tutte le immagini riprodotte in questo libro sono di proprietà dei rispettivi autori. È stato fatto ogni sforzo per rintracciare i titolari dei diritti e ottenere l'autorizzazione all'uso del materiale protetto da copyright. Qualora qualche titolare dei diritti sia stato ommesso involontariamente, si prega di contattare direttamente l'editore.

Tutti i link citati in questo libro sono stati visitati il 28 agosto 2023.

Questa pubblicazione è rilasciata sotto licenza Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0). Per visualizzare una copia di questa licenza, visitare <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

KP030 - Prima edizione
Finito di stampare nel mese di Settembre 2025

Il design, un tempo promettente ambito votato al problem-solving, è diventato esso stesso un problema. Le competenze dei designer appaiono fragili e inconsistenti: i loro precetti sono accolti con indifferenza, il know-how che possiedono è reso banale dai servizi online, il lavoro che svolgono è compromesso da una serie di incontrollabili fattori esterni. Se ti consideri un designer senza qualità; se ti senti ingannato, deluso o tradito dal design, questo libro è per te.

Traduzione di Silvia Dal Dosso



9788894740189 24€

