

Social Design. Design e “bene comune”

“La nuova economia che immaginiamo contribuisce al progresso materiale e accompagna l'individuo mentre perfeziona la propria personalità e le proprie vocazioni. E tuttavia non impedisce di volgere l'animo verso una meta più alta, non un fine individuale o un profitto personale, ma un contributo alla vita di tutti sul cammino della civiltà”. Adriano Olivetti (1951)

“Fra tutte le professioni, una delle più dannose è la progettazione industriale. Forse, nessuna professione è più falsa [...]. La cosa più bella e più semplice che gli architetti, i disegnatori industriali, gli urbanisti, eccetera, potrebbero fare in un ambiente che si presenta alterato a livello visuale, fisico e chimico, sarebbe di smettere del tutto di lavorare. I progettisti sono coinvolti almeno parzialmente in ogni tipo di inquinamento”. Victor Papanek (trad. 1973 [1971])

La condizione sociale, ambientale ed economica che stiamo vivendo ha riattualizzato l'urgenza di una revisione del “perché” del progetto, sintetizzabile come tensione al *social design*. Un ampio territorio d'intervento questo, che attraverso una serie di espressioni sinonimiche – design etico, design umanitario, design per la collettività, design di pubblica utilità, design per l'utenza ampliata, e design per la sostenibilità –, fa riferimento alla ricerca di “una via d'uscita”, come già la chiamava Giovanni Klaus Koenig nel 1970, quella per cui il progettista non riveste solo il ruolo di autore di prodotti “firmati” a uso esclusivamente individuale, o di un ristretto nucleo di persone, ma che sposta la sua attenzione e il suo lavoro verso la concezione dell'insieme dei processi, dei prodotti e dei servizi (*service design*), destinati a favorire migliori condizioni di vita per l'intera comunità; in altri termini, per il “bene comune”. Oggi si torna a rivendicare uno scopo più politico e critico del design così com'era nei presupposti iniziali stessi della cultura del design.

In ambito nazionale e internazionale, fin dagli anni sessanta è emersa una critica alla diffusione delle merci, alle tecniche di persuasione pubblicitaria (si pensi al manifesto *First things first* pubblicato nel 1964), alla pratica del consumo, e con essa la necessità di applicare le competenze progettuali ad ambiti più orientati a un beneficio inclusivo, a un obiettivo politico del design verso la responsabilità sociale e ambientale, come sottolineato dal dibattito critico (*critical design*). Victor Papanek e Tomás Maldonado erano tra le voci più autorevoli a denunciare, attraverso i loro scritti pubblicati in contemporanea nel 1971 (*Design for the real world* e *La speranza progettuale*), le derive del design dei consumi e, fin da quel momento, auspicavano una presa di coscienza di fronte ai profondi cambiamenti, anzitutto culturali, della società e dell'ambiente.

Sebbene nel corso del tempo sia più volte emersa l'attenzione di progettisti, scuole e gruppi per tematiche e ricerche volte al sociale, alla sostenibilità dello sviluppo, alla pubblica utilità – nel tentativo di recuperare uno scopo, una necessità, un senso etico – in realtà la storia del design italiano è ancora sostanzialmente fatta di storie di prodotti elitari, di aziende *design oriented* che hanno operato nei livelli alti e medio-alti del mercato, di brand dal forte impatto visivo e alto costo. E anche il dibattito sulla grafica di pubblica utilità, seppur avanzato in termini teorici, pare abbia rinunciato a una concezione complessiva di progetto, soprattutto in relazione all'esperienza definita in occasione della prima (e unica) Biennale di Cattolica.

Tuttavia, crediamo che i fili della storia del social design siano rintracciabili anche in Italia. Di progetto per il *bene comune* si può parlare in relazione all'idea di “comunità” messa in atto da Adriano Olivetti, che aveva integrato pionieristicamente il modello fordista della fabbrica con la componente psicologica – componente tradotta in concreto nell'attenzione alla persona attraverso la sua visione politica di organizzazione del lavoro – e anche nel caso di soluzioni che hanno migliorato la vita delle persone in vari ambiti contestuali e di intervento: dai trasporti pubblici agli

arredi urbani, e da quelli scolastici alle attrezzature per ospedali, fino ai prodotti per utenze deboli (filone progettuale portato avanti in particolare da Gianni Arduini) e ai progetti umanitari (in questo modo poteva essere intesa l'unità abitativa di emergenza disegnata nel 1972 da Marco Zanuso e Richard Sapper). La stessa ampiezza d'intervento vale per il settore della comunicazione visiva che, fin dagli anni settanta, ha posto grande attenzione ai temi del progetto grafico per le istituzioni pubbliche e al dialogo con il cittadino, attraverso gli strumenti comunicativi progettati. Periodicamente sono state messe in essere organizzazioni di vario tipo, campagne e iniziative volte alla sensibilizzazione della popolazione riguardo specifici temi di interesse comune: dalle campagne della Pubblicità Progresso, alle call per manifesti a scopo "benefico".

A partire da questa premessa, la call 12 di «AIS/Design. Storia e Ricerche» è volta ad avviare uno scavo storico sul tema del "design per il bene comune" per far emergere documenti e testimonianze, e da essi trarre tesi sul piano critico anche per un dibattito di attualità. Allo stesso tempo è di nostro interesse contribuire alla volontà, espressa a livello internazionale, di storicizzare il *social design* (ci riferiamo soprattutto ad *A Tentative Archeology of Social Design* di Alain Findeli, 2018), corroborata dal medium espositivo che, da un lato ha celebrato retrospettivamente Papanek (*Victor Papanek: The Politics of Design*, Vitra Design Museum, Weil am Rhein, 29 set 2018 / 18 mar 2019), dall'altro sottolinea l'urgenza del tema in questione (*Social Design*, Museum für Kunst und Gewerbe, Amburgo, 29 mar / 27 ott 2019; *Broken Nature*, XXII Triennale di Milano, 1 mar / 1 set 2019). Emerge anche in Italia una necessità di analisi retrospettiva e di rilettura storica al fine di meglio comprendere l'eredità di certe esperienze e sperimentazioni progettuali, e dove siano emerse criticità o debolezze nella capacità del design italiano di affermarsi anche come pratica per il bene comune.

Sintesi

Questa call dedicata al *social design*, nelle sue più varie declinazioni (di prodotto, servizio, comunicazione e riflessione teorica), intende quindi raccogliere contributi dal taglio storico-critico che mettano in luce:

- quali sono stati gli ambiti del "design per il bene comune" più discussi e praticati in Italia e quali i progetti. Con quali tipi di relazioni con ciò che avveniva in ambito internazionale.
- quali casi possono essere considerati come atto di fondazione di attività e pratiche verso il social design contemporaneo;
- la possibilità di definire delle storiografie e delle geografie del social design a livello italiano e/o internazionale;
- la concreta esistenza, o meno, di una "grafica di pubblica utilità" e, nel caso, qual'è stata la sua eredità;
- quali pratiche del progetto siano ascrivibili storicamente agli ambiti della riflessione, della ricerca e della sperimentazione e quali abbiano avuto una effettiva ricaduta a livello di politiche e produzione;
- testimonianze, contributi, dibattiti definibili come fondativi delle aree del social design.

Parole chiave: storia del design, design per il bene comune, design per la collettività, design per la sostenibilità, grafica di pubblica utilità, utenza debole ed ampliata, committenza alternativa, health design, trasporti pubblici, servizi pubblici.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Anceschi, G. (1984). *Prima Biennale della Grafica. Propaganda e cultura: indagine sul manifesto di pubblica utilità dagli anni Settanta ad oggi*. Milano: Arnoldo Mondadori Editore.

Bollini, L. e Branzaglia, C. (a cura di) (2003). *No Brand More Profit. Etica e comunicazione*. Milano: AIAP Edizioni.

Findeli, A. (2018). A Tentative Archeology of Social Design. Atti del Convegno 10th ICDHS "Back To The Future. The Future In The Past". Barcellona, 29/31 Ottobre 2018

Garland, K. (1964). *First things first*. The Guardian [<http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/>].

Koenig, G. K. (1970). Design per la comunità. «La Biennale di Venezia» n.66, pp.19-29.

Koenig, G. K. (1991). *Il design è un pipistrello mezzo topo mezzo uccello*. Firenze: la casa Usher.

Maldonado, T. (1970). *La speranza progettuale. Ambiente e società*. Torino: PBE.

Olivetti, A. (2014). *Le fabbriche di bene*. Roma: Edizioni di Comunità.

Papanek, V. (1973) *Progettare per il mondo reale. Il design: come è e come potrebbe essere* (trad. di Guido Morbelli), Milano: Mondadori.

Rauch, A. e Sinni, G. (2009). *Disegnare le città: grafica per le pubbliche istituzioni in Italia*. Firenze: Lcd Edizioni.

SCADENZE e CONTATTI

Tutti i contributi (su invito e su call) saranno sottoposti a processo di referaggio anonimo (blind peer-review). Le scadenze sono le seguenti:

Entro lunedì 15 luglio 2019 invio dell'abstract con la proposta di contributo sulla base delle tipologie ammesse (max. 300 parole, o 2000 battute); l'abstract, completo di titolo, deve essere accompagnato con 5 parole chiave e da una breve biografia (max. 150 parole, o 1000 battute).

Entro lunedì 29 luglio 2019: comunicazione di interesse, da parte degli editor, per le proposte ricevute e della eventuale accettazione.

Entro lunedì 20 settembre 2019: invio da parte degli autori della versione integrale del contributo, impostato secondo le norme redazionali della rivista e inclusivo di abstract, parole chiave, biografia dell'autore, immagini, didascalie (si veda sotto "Tipologie di contributi e preparazione dei materiali"); i contributi saranno soggetti a peer-review.

Entro lunedì 28 ottobre 2019: comunicazione agli autori dell'esito della peer-review, della eventuale accettazione del contributo e degli interventi richiesti in vista della pubblicazione.

Entro lunedì 18 novembre 2019: invio da parte degli autori della versione definitiva dei contributi per la pubblicazione.

Tutte le consegne devono pervenire entro le date indicate all'indirizzo email: editors@aisdesign.org e in cc: journal@aisdesign.org

Per domande e chiarimenti, è possibile contattare gli editor all'indirizzo: editors@aisdesign.org

TIPOLOGIE DI CONTRIBUTI e PREPARAZIONE DEI MATERIALI

I contributi proposti devono essere testi originali. Contributi che non rispondano agli obiettivi della rivista, che siano già stati presi in considerazione da altre pubblicazioni, che siano apparsi in riviste o libri in italiano o altre lingue, o che siano repliche, nelle parole o nel senso, di lavori già pubblicati, potranno essere rifiutati senza peer-review.

Si accettano testi in italiano o in inglese.

Ciascun testo consegnato nella **versione per la pubblicazione** dovrà essere accompagnato da:

- un abstract (max 150 parole o 1000 battute) in italiano e in inglese (a prescindere che il testo sia in italiano o inglese);
- dall'indicazione di massimo 5 parole chiave, in italiano e inglese, relative sia ai temi sia agli autori trattati;
- da una breve biografia (max 150 parole o 1000 battute), in italiano e inglese, dell'autore (o degli autori).

La direzione, gli editor e la redazione invitano gli autori a proporre contributi anche in forme meno convenzionali. Oltre saggi e articoli di livello scientifico si sollecitano proposte che adottino metodologie di ricerca e restituzione della stessa maggiormente diversificate.

Si ritiene importante rinforzare un approccio proprio della *oral history*, con **interviste** a protagonisti principali o minori che permettano di inquadrare alcuni degli argomenti della call in una specifica prospettiva; oppure il dialogo critico con un protagonista di una specifica esperienza progettuale o di una posizione di tipo teorico. Tali contributi possono essere restituiti sia in forma scritta, che in formato **video**.

Inoltre si accettano contributi visivi, nella forma del **visual essay**: ovvero la restituzione di una vicenda, di una sua interpretazione critica, o di un particolare punto di vista, in forma visivo-fotografica. Un visual essay è in sostanza una sequenza di fotografie ordinate e organizzate per costruire un commento critico su un argomento definito. Gli elementi visivi di un saggio di questo tipo devono essere prevalenti per sviluppare un argomento o chiarire le idee che si intendono presentare, piuttosto che servire da esempio, illustrazione o documentazione aggiuntiva a un sintetico testo di accompagnamento. Le immagini possono essere state prodotte per l'occasione dall'autore e/o provenire da collezioni, archivi, o essere il risultato di una ricerca specifica. Una volta accettata la proposta, gli editor e la redazione concorderanno con l'autore (o gli autori) eventuali adattamenti e modifiche ai fini della migliore restituzione all'interno della rivista.

Le proposte di contributo possono ricadere sotto le seguenti tipologie:

- **Saggi**: scritti caratterizzati da un taglio teorico, critico, e metodologico, volti all'approfondimento tematico, alla discussione e ri-lettura di argomenti storici di respiro generale. Max. 50.000 battute comprese note, riferimenti bibliografici e didascalie.
- **Ricerche**: scritti dedicati a specifici argomenti di carattere storico-analitico, basati sull'indagine condotta su fonti primarie e con risultati inediti sul piano storiografico. Max. 50.000 battute comprese note, riferimenti bibliografici e didascalie.
- **Microstorie**: scritti che si caratterizzano per la peculiarità e la novità del tema trattato, con un taglio analitico che privilegia storie circoscritte, inedite e poco divulgate o che attinge anche a settori ai confini della disciplina. Max. 30.000 battute comprese note, riferimenti bibliografici e didascalie.

- Si accettano anche **recensioni, traduzioni, riletture, approfondimenti su luoghi della ricerca e della conservazione, letture di palinsesto** (da 1 a 4 per numero), purché siano coerenti con gli argomenti della call. Max. 15.000 battute comprese note, riferimenti bibliografici e didascalie.
- Come già sottolineato, si sollecitano contributi che utilizzino metodologie di ricerca e restituzione della stessa maggiormente diversificate: ad esempio **interviste, dialoghi critici, articoli storiografici**. Max. 30.000 battute comprese note, riferimenti bibliografici e didascalie.
- **Visual essay**: si valuteranno contributi costituiti almeno da 15-20 immagini accompagnate da 1500 parole di testo più le didascalie se ritenute necessarie (tale quantitativo corrisponde convenzionalmente a un testo di 4000 battute). È possibile proporre un *visual essay* come documento unico contenente immagini, testo e didascalie seguendo le norme redazionali fornite per gli altri tipi di contributi. Inoltre, ricevuta l'accettazione, l'autore (o gli autori) dovranno fornire in file separati le immagini in qualità e risoluzione adeguate.
- **Video** (documentario breve, video-intervista) della durata massima di 30 minuti. Produzione, ottimizzazione e adeguamento alla fruizione online sono a carico degli autori.

Le norme redazionali da seguire nella preparazione dei testi sono disponibili dalla pagina:

IT: https://docs.google.com/document/d/1O0c1zAl60HcMy8Or_KzKm8QyRHIBItXczAajxmB7m8/edit

EN: https://docs.google.com/document/d/1i_Pj-AcveIFZp8ocYmIZF4vJYMkTJSOviubh5px3R-Y/edit

Per l'apparato iconografico, ogni autore potrà fornire ca. 10 immagini libere da diritti o per le quali abbia già ottenuto diritto di pubblicazione (sulla rivista online), accompagnate da didascalie complete con indicazione di eventuali crediti.