

# Ais/Design Journal

---

## Storia e Ricerche

---





---

**AIS/DESIGN JOURNAL**  
**STORIA E RICERCHE**

VOL. 7 / N. 12-13  
DICEMBRE 2019  
GIUGNO 2020

**SOCIAL DESIGN.**  
**DESIGN E “BENE COMUNE”**

**ISSN**  
2281-7603

**PERIODICITÀ**  
Semestrale

**INDIRIZZO**  
AIS/Design  
c/o Fondazione ISEC  
Villa Mylius  
Largo Lamarmora  
20099 Sesto San Giovanni  
(Milano)

**SEDE LEGALE**  
AIS/Design  
via Cola di Rienzo, 34  
20144 Milano

**CONTATTI**  
[caporedattore@aisdesign.org](mailto:caporedattore@aisdesign.org)

**WEB**  
[www.aisdesign.org/ser/](http://www.aisdesign.org/ser/)

**DISEGNO IN COPERTINA**  
Mario Piazza

---

---

Ais/Design  
Journal

---

**Storia e Ricerche**

---

**DIRETTORE** Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia  
direttore@aisdesign.org

---

**COMITATO DI DIREZIONE** Marinella Ferrara, Politecnico di Milano  
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano  
Mario Piazza, Politecnico di Milano  
Paola Proverbio, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano  
editors@aisdesign.org

---

**COORDINAMENTO  
REDAZIONALE** Chiara Lecce, Politecnico di Milano  
caporedattore@aisdesign.org

---

**COMITATO SCIENTIFICO** Giovanni Anceschi  
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia  
Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia  
Giampiero Bosoni, Presidente AIS/design, Politecnico di Milano  
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia  
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino  
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire  
Kjetil Fallan, University of Oslo  
Priscila Lena Farias, Universidade de São Paulo  
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina  
Jonathan Mekinda, University of Illinois at Chicago  
Gabriele Monti, Università Iuav di Venezia  
Vanni Pasca, past-president AIS/Design  
Catharine Rossi, Kingston University  
Susan Yelavich, Parsons The New School  
Carlo Vinti, Università di Camerino

---

**REDAZIONE** Letizia Bollini, Libera Università di Bolzano  
Rossana Carullo, Politecnico di Bari  
Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia  
Paola Cordera, Politecnico di Milano  
Luciana Gunetti, Politecnico di Milano  
Alfonso Morone, Università degli Studi di Napoli Federico II  
Susanna Parlato, Sapienza Università di Roma  
Monica Pastore, Università Iuav di Venezia  
Isabella Patti, Università degli studi di Firenze  
Teresita Scalco, Archivio Progetti, Università Iuav di Venezia  
Eleonora Trivellin, Università degli studi di Firenze  
Benedetta Terenzi, Università degli Studi di Perugia

---

**ART DIRECTOR** Francesco E. Guida, Politecnico di Milano  
Daniele Savasta, Yasar Üniversitesi, İzmir

---

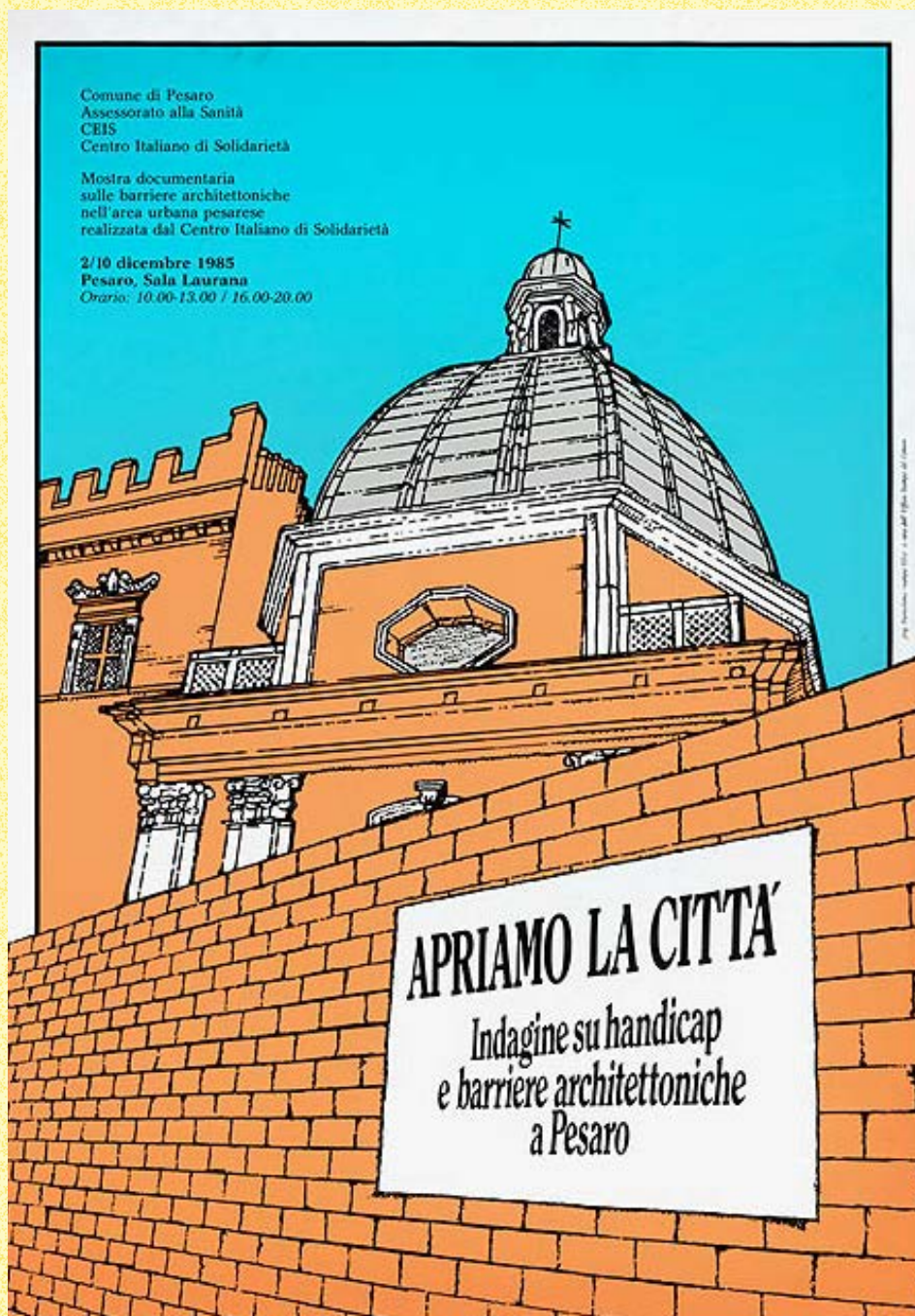
---

<b>EDITORIALE</b>	<b>SOCIAL DESIGN. DESIGN E “BENE COMUNE”</b> Marinella Ferrara, Francesco E. Guida, Mario Piazza & Paola Proverbio	9
<hr/>		
<b>SAGGI</b>	<b>DESIGN PER LA COMUNITÀ: IL CONTRIBUTO DI GIOVANNI KLAUS KOENIG</b> Isabella Patti	19
	<b>PRINCIPLES OF GOOD DESIGN AND SOCIAL DESIGN</b> Alfonso Ruiz Rallo & Noa Real García	31
	<b>LA DIMENSIONE ETICA DEL DIGITAL DESIGN. ACCESSO E ACCESSIBILITÀ, TRA UTOPIA FONDATIVA E CONTEMPORANEITÀ</b> Letizia Bollini	51
	<b>SOCIAL DESIGN ON A SPECTRUM: WITH CASE STUDY OF ANNA BARBARA'S ETHOS OF CARE</b> Susan Yelavich	61
<hr/>		
<b>RICERCHE</b>	<b>GIANCARLO DE CARLO E L'ARCHITETTURA DELLA PARTECIPAZIONE</b> Sara Marini	75
	<b>ENVIRONMENT AND EMANCIPATION THROUGH DESIGN. AVANT-GARDE INTERVENTION AND EXPERIMENTS WITH SOCIAL DESIGN IN DENMARK AROUND 1970</b> Hans-Christian Jensen & Anders V. Munch	88
	<b>DESIGN SOCIALE, MILANO ANNI '70. GIANCARLO POZZI, IL LETTO D'OSPEDALE TR15 E IL SODALIZIO CON ACHILLE CASTIGLIONI ED ERNESTO ZERBI</b> Marinella Ferrara	110
<hr/>		
<b>MICROSTORIE</b>	<b>LA STAGIONE DELLA GRAFICA DI PUBBLICA UTILITÀ: WHAT ELSE?</b> Daniela Piscitelli	138
	<b>RICCARDO DALISI AL RIONE TRAIANO. IL RISCATTO SOCIALE ATTRAVERSO L'ESPERIENZA D'ANIMAZIONE</b> Susanna Parlato & Paola Salvatore	159
	<b>CAMPO URBANO 1969. INTERVENTI ESTETICI NELLA DIMENSIONE COLLETTIVA URBANA</b> Roberto De Paolis	179
	<b>BRUCE ARCHER AND DESIGN AS THE THIRD AREA OF EDUCATION. REFLECTIONS FOR PROJECT-BASED EDUCATION IN BRAZIL</b> João De Souza Leite & Cristina Cavallo	205
	<b>LA DEMOCRATIZZAZIONE DELLA COMPLESSITÀ. LA DIFFUSIONE DEI DATI NEI PROCESSI DI DIVULGAZIONE DELLA CONOSCENZA</b> Roberta Angari	215

---

<b>RILETTURE</b>	<b>“LO SCANDALO DELLA SOCIETÀ”. RILETTURE SU PROGETTO, BISOGNI E AMBIENTE</b>	233
	Raimonda Riccini	
	<b>DESIGN FOR NEED. INTRODUCTION, 1976</b>	237
	Christopher Cornford	
	<b>AHMEDABAD DECLARATION ON INDUSTRIAL DESIGN FOR DEVELOPMENT, 1979</b>	240
	<b>INTERVISTA A MALDONADO, 1986</b>	244
<hr/>		
<b>RECENSIONI</b>	<b>THE SOCIAL DESIGN READER DI ELIZABETH RESNICK</b>	257
	Gianni Sinni	





Massimo Dolcini, *Apriamo la città*, poster, Comune di Pesaro, 1985 (courtesy of AIAP CDPG).



---

# Recensioni

---



# The Social Design Reader

## di Elizabeth Resnick

**GIANNI SINNI**

Università Iuav di Venezia

Orcid ID 0000-0002-6672-4859

**PAROLE CHIAVE**

Social design

Saggistica

Design manifesto



Da oltre cinquant'anni il tema del social design alimenta un vivace dibattito all'interno della professione facendo spesso palesare una certa avversione nei confronti di questo particolare approccio al progetto e arrivando talvolta a mettere in discussione la stessa utilità di questa definizione. La ragione di tale fastidio può essere compresa quando notiamo come, nel corso del tempo, la questione sia trascesa con una certa facilità dal proprio ambito naturale, quello dell'etica professionale, verso un giudizio morale inappellabile e pertanto difficilmente digeribile. Tuttavia proprio la longevità e il riproporsi della questione del valore sociale del design mostra come le ragioni alla sua origine, fin dall'insorgere dell'idea modernista di società, esprimano un'urgenza profondamente radicata all'interno del mondo del progetto. È un bisogno che nasce da quella contraddizione esistenziale che il design porta insita in sé. Nata come una professione *problem-solving* a supporto della produzione industriale e della pubblicità dei prodotti, il design è stato attivamente coinvolto nella costruzione dei valori consumistici della società. Oggi il design si trova ad affrontare una serie di sfide globali la cui soluzione pone di fronte a una scelta: continuare a essere l'"ancella del capitalismo" — secondo la sferzante definizione del filosofo tedesco Wolfgang Haug — proponendo l'ottimizzazione di quanto possibile all'interno del sistema o, viceversa, indicare percorsi radicalmente diversi verso un umanesimo più sostenibile ed equo.

D'altra parte se guardiamo al riproporsi periodico del tema del social design ci accorgiamo come questo coincida in larga misura con i periodi di crisi — politica, economica, sociale e recentemente anche democratica — che hanno agitato l'ultimo mezzo secolo. È in questi momenti di recessione e di difficoltà che le contraddizioni che la nostra società esprime sembrano emergere con più evidenza ed essere più facilmente osservabili. Oggi, nel bel mezzo di una delle più gravi congiunture dell'ultimo secolo che prospetta profondi cambiamenti nelle nostre consolidate abitudini e nelle prospettive di sviluppo economico, non c'è dubbio che la discussione sul design per l'innovazione sociale e la sostenibilità, rappresenti un argomento ineludibile per tutti i designer a venire.

In questa prospettiva l'antologia *The Social Design Reader*, curata da Elizabeth Resnick, raccogliendo il *corpus* di quei testi critici e di quelle riflessioni, talvolta di difficile reperimento, che hanno contribuito a definire e a sviluppare il discorso del social design, rappresenta uno strumento cruciale per chiunque interessato ad approfondire i temi di questo dibattito.

Il volume è diviso in tre sezioni di cui la prima, *Making a Stand: A New Social Agenda for Design*, affronta la questione cruciale della definizione di cosa intendiamo quando usiamo espressioni quali "social design", "social impact design", "socially responsible design", eccetera. Abbiamo a che fare, infatti, con due termini — "design" e "sociale" — il cui significato vediamo essere in continua trasformazione. Non sarà pertanto una sorpresa se il loro uso associato ci porta a esprimere una sensibile dose di ambiguità. Oggi il design, ci ricorda Victor Margolin (*Social design: from Utopia to Good society*, 2015), "è giunto a significare il processo di immaginazione di un'attività — piuttosto che di un prodotto — in grado di portare a uno specifico esito utile per molti". Può risultare vantaggioso per la comprensione del fenomeno partire pertanto da una tassonomia che tenga conto della complessità delle pratiche di social design e che, con Cameron Tonkinwise (*Is Social design a Thing?*, 2015), possiamo mappare secondo dieci diverse tipologie:

- Designing as a social activity
- Design works with the sociomaterial
- All innovation is sociotechnical
- Design of systems with significant social media aspects
- Social science based projects conducted as/with/by designers
- Design of/for services
- Designing for/of governments
- Designing for/with non-commercial contexts
- Design in the context of unmet needs
- Design-enabled social change.

I testi raccolti nella seconda sezione (*Creating the Future: Defining the Socially Responsible Designer*, 1964-99), ci portano a ripercorrere cronologicamente il comparire e lo sviluppo del discorso sul social design, a cominciare dal suo atto fondativo, quella prima dichiarazione d'intenti rappresentata dal manifesto *First Things First* che il grafico inglese Ken Garland presenta alla Society of Industrial Artists di Londra il 29 novembre 1963, sette giorni dopo l'assassinio del presidente J. F. Kennedy a Dallas. Difficile immaginare una sollecitazione più scioccante per annunciare alla platea dei professionisti della comunicazione che è finito il tempo di occuparsi di prodotti futili, che è giunto il



momento di guardare oltre la pubblicità commerciale. Si trattò dell'emergere di un conflitto che covava da tempo tra coloro dediti prevalentemente alla comunicazione pubblicitaria e chi individuava, invece, come proprio spazio d'azione privilegiato la comunicazione di pubblica utilità. È proprio questa divisione che riecheggia nelle parole, forse ancor più radicali, di Victor Papanek, una delle più influenti figure nel sollecitare un design sostenibile e socialmente responsabile, quando nel suo celebre testo *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* del 1971, dichiarava:

il disegno pubblicitario, che tende a persuadere la gente ad acquistare cose di cui non ha bisogno, con denaro che non ha, allo scopo di impressionare altre persone che non ci pensano per niente, è forse quanto di più falso oggi possa esistere. Subito dopo arriva la progettazione industriale, che appronta le sgargianti idiozie propagandate dagli esperti pubblicitari.

La stessa visione, fortemente critica, la ritroviamo nei due testi di Papanek presenti nell'antologia: nella denuncia di quella cultura elitaria e mitologica di cui si nutre il design (*Edugraphology. The myths of design and the design of myths*, 1975) e nell'invito a un allargamento multidisciplinare del design affinché la visione *human-centered* permetta di cogliere appieno tutte le relazioni che le persone stabiliscono con il loro ambiente dal punto di vista estetico e psicofisico (*The Future Isn't What It Used to Be*, 1988). Una prefigurazione di quel processo progettuale, noto con la definizione di *design thinking*, che Richard Buchanan (*Wicked Problems in Design Thinking*, 1992) esplicita nel suo testo: i problemi di design sono tipicamente dei "problemi malvagi", secondo la definizione di Horst Rittel, perché il design non ha un argomento specifico se non quello che determina lo stesso designer, può essere cioè applicato ad ogni area dello scibile umano. In questa sua potenziale universalità il *design thinking* emerge come "una nuova arte liberale della cultura tecnologica" che ha la capacità "di collegare e integrare conoscenze utili provenienti sia dalle arti che dalle scienze, ma in modi adatti ai problemi e agli scopi del presente". Non è propriamente un manifesto, ma ci si avvicina molto, l'appello all'azione di Katherine McCoy (*Good Citizenship: Design as a Social and Political Force*, 1993) che sostiene con fermezza l'idea di un design impegnato socialmente e politicamente, lontano da ogni pretesa neutralità: "non possiamo più permetterci di essere passivi. I progettisti devono essere buoni cittadini e partecipare alla formazione del nostro governo e della società". Non possiamo ridurre il design a una pratica di elevazione estetica: se entra spazzatura esce spazzatura e anche "la più raffinata soluzione di design non potrà mai superare la qualità del suo contenuto". Impegnarsi come designer per cambiare la società

è naturalmente anche l'unico modo per mettere in discussione quelle strutture sociali discriminatorie, quali l'ineguaglianza di genere, profondamente radicate anche all'interno dello stesso mondo del design dove, come mette in luce Nigel Whiteley (*Feminist Perspectives (Design for Society)*, 1993), gran parte dei prodotti di consumo sono progettati e creati da uomini per le donne o da uomini per gli uomini.

Giungiamo qui a un punto essenziale del dibattito. Appare chiaro come le riflessioni esposte conducano il design ad affrontare una propria intima contraddizione. È possibile sviluppare progetti non commerciali di design? È possibile superare la logica dell'ideologia consumistica? La risposta di Anthony Dunne (*Design Noir*, 1998) passa attraverso la sua definizione di "critical design", una pratica progettuale che sfrutta il potenziale narrativo del design speculativo per mettere radicalmente in discussione il ruolo affidato, nella vita di tutti i giorni, ai prodotti. Creare un futuro alternativo, nelle sue parole, significa "offuscare i confini tra il reale e il fittizio, in modo che il concettuale diventi più reale e il reale sia visto come una possibilità limitata".

Siamo così giunti alla terza sezione del libro, *A Sea Change: The Paradigm Shift from Objects to Systems 2000-20*, che raccoglie i testi che hanno contribuito, in questi ultimi venti anni, a definire un campo d'azione più vasto per il social design. L'inizio del nuovo millennio si presenta, ancora una volta, con un appello, una riedizione aggiornata del manifesto di Garland, lanciato da Kalle Lasn con il titolo di *First Things First 2000 Manifesto* dalle pagine della rivista *Adbusters*.

Con le esperienze di social design che acquistano una sempre maggiore diffusione si nota tuttavia la mancanza di una ricerca scientifica che ne definisca appropriatamente l'ambito. Victor Margolin e Sylvia Margolin (*A "Social Model" of Design: Issues of Practice and Research*, 2002) propongono nel loro testo un'alternativa al tradizionale "modello di mercato" del design attraverso un progetto rivolto al soddisfacimento dei bisogni dell'uomo, un "modello sociale", non necessariamente in contraddizione con il primo. Nella visione degli autori, i due modelli, insieme, possono agire infatti come "i due poli di un continuum".

Un design necessariamente incentrato sull'uomo è al centro della riflessione di Jorge Frascara (*The Dematerialization of Design*, 2003) che sottolinea la priorità per il designer sia di preoccuparsi, prima che del prodotto o del processo, dell'impatto che il progetto — una comunicazione, un prodotto, un servizio — ha sulle persone cui è rivolto. Per far questo il designer deve superare il ruolo di *problem solver* e divenire piuttosto un *problem identifier*.

Questi anni segnano anche l'affermarsi di una disciplina, quella del service



design, che ben interpreta l'idea di un progetto incentrato sull'utente e, in particolare, sul cittadino. Daniela Sangiorgi (*Transformative Services and Transformation Design*, 2011), rileva il ruolo "trasformativo" che il design dei servizi, attraverso i metodi partecipativi e interdisciplinari, può assumere nella costruzione di una società più equa e sostenibile.

L'irrompere sulla scena dei movimenti antiglobalizzazione spinge il design ad assumere i caratteri di un vero e proprio attivismo politico e non casualmente alcuni designer — Kalle Lasn per Occupy Wall Street e Jonathan Barnbrook per Occupy London — daranno un contributo attivo ai movimenti di protesta. Il designer non può esimersi dal prendere una posizione, afferma Guy Julier (*From Design Culture to Design Activism*, 2013), rispetto allo stretto rapporto che la cultura *mainstream* del design commerciale intrattiene con l'ideologia neoliberista e postneoliberista, con tutto il corollario di sfruttamento economico, finanziario e ambientale che ne deriva. Il *design activism* contesta questi processi di globalizzazione che costituiscono il *frame* della cultura del design tradizionale, ricercando invece altri futuri possibili.

Lo stesso approccio del design speculativo e critico, nell'opinione di Pedro J. S. Vieira de Oliveira e Luiza Prado de O. Martins (*Futuristic Gizmos, Conservative Ideals: On Speculative Anachronistic Design*, 2015), tradisce le proprie promesse se rinuncia a una critica radicale: supporre infatti "che lo sguardo [bianco, cisessuale, maschio, europeo, eccetera] sia 'neutrale' o 'universale' non solo è di ristrette vedute, ma anche profondamente reazionario".

Negli ultimi anni — e siamo arrivati alla fine del percorso proposto dall'antologia — il social design, ha acquisito la consapevolezza della necessità di promuovere innanzi tutto l'innovazione strutturale della società. E nella definizione introdotta da Ezio Manzini (*Social innovation and design: Enabling, replicating and synergizing*, 2015), il "design per l'innovazione sociale", appunto, si fonda sulla negoziazione e sull'interazione fra diversi attori, *design expert* e semplici cittadini, i quali si assumono la responsabilità di portare avanti progetti con un impatto sociale positivo e sistemico. Facilitatori o attivisti che siano, i designer non possono di certo ignorare la responsabilità e le implicazioni che derivano dal loro atto progettuale; e in una prospettiva nella quale la dimensione della sostenibilità del progetto appare ormai ineludibile, il modello di un design sociale costituisce, oggi ancor di più, una preziosa risorsa di pensiero critico.

## DATI

Elizabeth Resnick (a cura di), *The Social Design Reader*, Bloomsbury Publishing, 2019, pp. 476.

I testi inclusi nell'antologia sono:

- Cameron Tonkinwise, *Is Social Design A Thing?*
- Victor Margolin, *Social Design: From Utopia to the Good Society*
- Alison J. Clarke, *Emigré Culture and the Origins of Social Design*
- Ken Garland, *First Things First Manifesto*
- Ken Garland, *Here Are Some Things We Must Do*
- Victor Papanek, *Edugraphology—The Myths of Design and the Design of Myths*
- Clive Dilnot, *Design As A Socially Significant Activity*
- Nigel Cross, *Designerly Ways of Knowing*
- Victor Papanek, *The Future Isn't What it Used to Be*
- John Heskett, *Commerce or Culture: Industrialization and Design*
- Richard Buchanan, *Wicked Problems in Design Thinking*
- Katherine McCoy, *Good Citizenship: Design as a Social and Political Force*
- Nigel Whitely, *Feminist Perspectives (Design for Society)*
- Andrew Howard, *There is Such a Thing as Society*
- Jan van Toorn, *Design and Reflexivity*
- Anthony Dunne, *Design Noir*
- Kalle Lasn, *First Things First Manifesto 2000*
- Victor Margolin, Sylvia Margolin, *A "Social Model" of Design: Issues of Practice and Research*
- Jorge Frascara, *The Dematerialization of Design*
- William McDonough, Michael Braungart, *Why Being "Less Bad" Is No Good (Cradle to Cradle)*
- Kate Fletcher, *Clothes That Connect*
- Ann Thorpe, *Design's Role in Sustainable Consumption*
- Daniela Sangiorgi, *Transformative Services and Transformation Design*
- Lucy Kimbell, *Rethinking Design Thinking, Part I*
- Lucy Kimbell, *Rethinking Design Thinking, Part 2*
- Erling Bjögvínsson, Pelle Ehn, Per-Anders Hillgren, *Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges*
- Guy Julier, *From Design Culture to Design Activism*
- Elizabeth Turnstall, *Decolonizing Design Innovation: Design Anthropology Critical Anthropology and Indigenous Knowledge*
- Cinnamon Janzer, Lauren Weinstein, *Social Design and Neocolonialism*



- 
- Luiza Prado de O. Martins and Pedro Vieira de Oliveira, *Futuristic Gizmos, Conservative Ideals: On Speculative Anachronistic Design*
  - Luiza Prado de O. Martins, *Privilege and Oppression: Towards a Feminist Speculative Design*
  - Elizabeth B.-N. Sanders, *Is Sustainable Innovation an Oxymoron?*
  - Ezio Manzini, *Social innovation and design: Enabling, replicating and synergizing*
  - Ahmed Ansari, *Global Methods, Local Designs*
  - Terry Irwin, *The Emerging Transition Design Approach*



---

**AIS/DESIGN JOURNAL**  
**STORIA E RICERCHE**

VOL. 7 / N. 12-13  
DICEMBRE 2019  
GIUGNO 2020

**SOCIAL DESIGN.**  
**DESIGN E "BENE COMUNE"**

**ISSN**  
2281-7603

---