

A CURA DI SALVATORE ZINGALE

DESIGN

CONOSCERE L'ALTRO,
PENSARE IL POSSIBILE

E ALTERITÀ

SAGGI DI
ANNA ANZANI
GIOVANNI BAULE
VALERIA BUCCHETTI
DANIELA CALABI
ELENA CARATTI
SILVIA D. FERRARIS
FRANCESCA MATTIOLI
MASSIMO SCHINCO
SALVATORE ZINGALE

DESIGN DELLA COMUNICAZIONE | SAGGI OPEN ACCESS | 01

COLLANA DESIGN DELLA COMUNICAZIONE

Direzione

Giovanni Baule

Comitato scientifico

Sylvain Allard, *UQAM, Université du Québec à Montréal, Canada*

Heitor Alvelos, *Universidade do Porto, Portogallo*

Ruedi Baur, *Intégral, Parigi, Francia; Berlino, Germania; Zurigo, Svizzera*

Fausto Colombo, *Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, Italia*

Luca De Biase, *Nova Sole 24Ore, Italia*

Steven Heller, *School of Visual Art, New York, Usa*

Michael Renner, *The Basel School of Design, Svizzera*

Roberta Valtorta, *Museo di fotografia contemporanea, Cinisello Balsamo, Milano, Italia*

Ugo Volli, *Università degli Studi di Torino, Italia*

Comitato di redazione

Valeria Bucchetti

Dina Riccò

Salvatore Zingale

Progetto grafico

Sistema grafico copertine

Graphic design: Elena Zordan

Art direction: Maurizio Minoggio

Sistema grafico impaginato

Umberto Tolino

Impaginazione

studio gramma (<www.gramma.it>)

Il progetto della collana Design della comunicazione nasce nell'ambito dell'attività di ricerca e didattica di Design della comunicazione del Politecnico di Milano.

Questo volume viene pubblicato grazie al Fondo di Ateneo per la Ricerca di Base (FARB) del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano.

I volumi di questa collana vengono pubblicati a seguito di un processo di peer review.

Design della comunicazione

La collana Design della comunicazione nasce per far emergere la densità del tessuto disciplinare che caratterizza questa area del progetto e per dare visibilità alle riflessioni che la alimentano e che ne definiscono i settori, le specificità, le connessioni. Nel grande sviluppo della cultura mediatica la presenza del Design della comunicazione è sempre più trasversale e in continua espansione. La comunicazione richiede un sapere progettuale là dove la cultura si fa editoria, dove i sistemi di trasporto si informatizzano, dove il prodotto industriale e i servizi entrano in relazione con l'utente. Il Design della comunicazione è in azione nella grande distribuzione dove il consumatore incontra la merce, nella musica, nello sport, nello spettacolo, nell'immagine delle grandi manifestazioni come nella loro diffusione massmediale. La collana è un punto di convergenza in cui registrare riflessioni, studi, temi emergenti; è espressione delle diverse anime che compongono il mondo della comunicazione progettata e delle differenti componenti disciplinari a esso riconducibili. Oggetto di studio è la dimensione artefattuale, in tutti i versanti del progetto di comunicazione: grafica editoriale, editoria televisiva, audiovisiva e multimediale, immagine coordinata d'impresa, packaging e comunicazione del prodotto, progettazione dei caratteri tipografici, web design, information design, progettazione dell'audiovisivo e dei prodotti interattivi, dei servizi e dei sistemi di comunicazione complessa, quali social network e piattaforme collaborative.

Accanto alla dimensione applicativa, l'attenzione editoriale è rivolta anche alla riflessione teorico-critica, con particolare riguardo alle discipline semiotiche, sociologiche e massmediologiche che costituiscono un nucleo portante delle competenze del designer della comunicazione.

La collana si articola in due sezioni. I SAGGI accolgono contributi teorici dai diversi campi disciplinari intorno all'area di progetto, come un'esplorazione sui fondamenti della disciplina. Gli SNODI ospitano interventi di raccordo disciplinare con il Design della comunicazione.



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma FrancoAngeli Open Access (<<http://bit.ly/francoangeli-oa>>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: <http://www.francoangeli.it/come_pubblicare/publicare_19.asp>.

ISBN e-book Open Access: 9788835140634

Copyright © 2022 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Pubblicato con licenza *Creative Commons Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale* (CC-BY-NC-ND 4.0)

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito <<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>>.

A cura di Salvatore Zingale

Design e alterità

Comprendere l'Altro, pensare il Possibile

Indice

Design e alterità

Presentazione | 9

Design e alterità: un dialogo da costruire

Perché design e alterità

Attraverso l'alterità | 13

L'Altro nella cultura del progetto

Salvatore Zingale

Temi di ricerca

Rappresentazioni mediatiche, tra androcentrismo e alterità | 51

Valeria Bucchetti

Il riuso come approccio ecologico al design dell'alterità | 66

Anna Anzani, Massimo Schinco

Traduzioni editoriali, forme dell'alterità | 81

Il design della comunicazione come scrittura dell'Altro.

La svolta culturale dei magazine indipendenti

Giovanni Baule, Elena Caratti

Progettare con l'Altro | 97

Collaborazione e pluralità come potenziale di crescita per i designer

Francesca Mattioli, Silvia D. Ferraris

Il paesaggio fra identità e alterità | 123

Per un design delle atmosfere

Daniela Calabi

Autrici e autori | 151

Introduzione

Design e alterità: un dialogo da costruire

La questione dell'alterità, specialmente nell'ultimo secolo e sempre più con i processi di globalizzazione, con i flussi migratori e le spinte al superamento di discriminazioni e disuguaglianze, è diventata fondamentale per la comprensione delle società multiculturali e del loro possibile sviluppo. Abbiamo affrontato queste tematiche in una serie di incontri online nel giugno 2021, con studiosi di diverse discipline filosofiche e scientifiche.¹

Dalla filosofia e dalle scienze sociali abbiamo imparato che l'interesse per l'alterità si situa tra la dimensione *epistemologica* (come possiamo conoscere) e quella *etica* (come dobbiamo agire). Nel primo caso l'alterità è spinta all'esplorazione di ciò che si trova oltre i nostri limiti, in un "territorio altro"; nel secondo, l'alterità ci porta all'incontro con soggetti che sono inevitabilmente "altro da noi", e per tale ragione richiede il riconoscersi a vicenda così come l'assunzione di una reciproca responsabilità.

L'alterità è quindi un campo ancora da esplorare, specie quando dalla riflessione teorica, inevitabile e necessaria, si voglia passare alla prassi trasformatrice. L'alterità è un campo di ricerca e di sfida che permette "rotture epistemologiche" e "salti inventivi", e diverse sono le sue manifestazioni. Per la scienza è l'ignoto da conoscere, l'universo delle possibilità. Per le scienze umane e sociali è la progressiva scoperta della complessità umana – dell'interiorità della persona e del dialogo fra culture –, che non si lascia irrigidire in forme di pensiero e credenze acriticamente valide e immutabili. Per le scienze della vita, biologiche e biosemiotiche, è la constatazione di quanto le "altre menti", come ad esempio il mondo animale, possano insegnarci, una volta abbandonata ogni pretesa di antropocentrismo.

Oggi è lecito pensare che anche la dimensione *progettuale* possa intraprendere percorsi di ricerca che mettano in evidenza la necessità del riconosci-

1. I seminari sono visibili qui: <<https://www.designalterita.polimi.it/incontri>>.

mento dell'Altro, in diversi contesti sociali e culturali: dai flussi migratori alle culture di genere, dalle fragilità sociali alla salute mentale, dalle distanze culturali alle difficoltà di integrazione sociale, ecc. Il design, infatti, possiede gli strumenti adeguati a promuovere visioni innovative e aperte delle relazioni fra persone, popoli, linguaggi. Inoltre, nella cultura progettuale è sempre più evidente che la produzione di artefatti e servizi non si esaurisca nella soddisfazione di un bisogno né che riguardi solamente l'esercizio dell'estetica o della funzionalità. Gli artefatti sono anche veicolo di visioni del mondo, credenze e pregiudizi culturali.

Se così il design si è spesso implicitamente occupato di alterità e ne ha affrontato temi e problemi, specie in progetti che riguardano i contesti della convivenza sociale e della qualità della vita, può ancora sviluppare una visione progettuale in dialogo con altri ambiti, dalla filosofia all'antropologia, dall'estetica alla teoria letteraria, dai Cultural Studies all'etologia. Impegnare la ricerca del design sull'alterità può portare così alla scoperta di *campi di possibilità* da attraversare. A partire dalla domanda: quali strumenti e quali azioni, mentali e pratiche, possiamo elaborare per stabilire e coltivare relazioni con le alterità del mondo contemporaneo?

I saggi raccolti in questo volume non esauriscono certo la complessità dei temi inerenti alla questione dell'alterità. Vanno intesi come un atto di avvio, come uno stimolo per mettere ancor più in evidenza un ambito di ricerca – convinti che nell'esplorazione delle alterità il design non possa che prosperare.

Questo volume raccoglie contributi di docenti e ricercatori del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano perché è parte di un progetto di ricerca dipartimentale (FARB 2019). La ricerca è in continuità con altre avviate negli ultimi anni e che qui trovano occasione di sviluppo e di dialogo. Aggiornamenti e altri aspetti della ricerca sono consultabili nel sito <<https://www.designealterita.polimi.it>>.

Perché design e alterità

Attraverso l'alterità

L'Altro nella cultura del progetto

La guerra è la distruzione delle ragioni di un altro. Dunque, il contrario della guerra, la pace, è la costruzione delle ragioni di un altro. Di questo non abbiamo ancora alcuna esperienza.¹

Alexander Kluge, *Krieg und Frieden* (1982)

1. Introduzione

Questo studio prende avvio da una perplessità intellettuale spesso avvertita riguardo all'uso, in diversi ambiti del design, del termine *identità*: identità di marca, identità del prodotto, identità dei luoghi, identità visiva. Quest'ultima espressione è presa in particolare dal titolo di un noto testo di analisi semiotica di Jean-Marie Floch (1995) su temi inerenti al marketing e al design. La perplessità è data dal constatare come, sia in ambito filosofico sia fra le discipline che studiano forme di comunicazione e di cognizione "altre" rispetto a quelle umane, fra queste in particolare l'etologia, l'attenzione teoretica si orienti invece sempre più verso l'*alterità*.

Il ricorso all'identità, ben inteso, è non solo comprensibile ma è del tutto legittimo e in molti casi insostituibile, come ad esempio nei progetti che riguardano l'immagine pubblica di un'azienda o di un'istituzione, o la riconoscibilità di luoghi e prodotti. Tuttavia, la perplessità nasce proprio dal fatto che in genere si interpreta il concetto di identità come se possedesse un valore in sé, ovvio e indubbio, senza mai prendere in considerazione il suo controcanto: l'*alterità*.

1. Si tratta di una frase tratta dal film *Krieg und Frieden* (Guerra e pace), girato nel 1982, l'epoca della minaccia di guerra nucleare in Europa, da quattro registi: Alexander Kluge, Stefan Aust, Volker Schlöndorff, Axel Engstfeld, con la partecipazione alla sceneggiatura di Heinrich Böll.

La traduzione è mia. Ho preferito tradurre "Wille" non con *volontà* ma con *ragioni*. Questo il testo originale: "Krieg ist die Vernichtung des Willens eines Anderen. Dann ist das Gegenteil vom Krieg, der Frieden, die Erstellung des Willens eines Anderen. Darin haben wir noch keine Erfahrung".

Da qui le domande, l'una all'altra concatenate: qual è l'alterità *del* design? che cosa può comportare, per il design, interessarsi all'alterità? come e dove possiamo individuare l'alterità *nel* design? che cosa può accadere alla cultura progettuale quando affronta i problemi legati all'alterità? e soprattutto, per dare un ordine a ogni futura argomentazione, che cosa dobbiamo intendere con "alterità"?

Partirò da quest'ultima domanda, ben sapendo di non riuscire a fornire alcuna risposta esauriente, ma consapevole, anche, della necessità di definire i confini entro cui muoversi. Quello dell'alterità, infatti, è un territorio vasto e incerto, percorribile in più direzioni e a partire da diversi punti di avvio. L'augurio è che su alcuni di questi percorsi possa avventurarsi anche la cultura progettuale.

Toccare tutti i temi e gli aspetti che riguardano l'alterità è un'ardua impresa. Ma transitare per alcuni dei suoi territori è un cammino che ha molto da insegnarci. Affronterò così dapprima alcune questioni presenti nella storia della filosofia e delle scienze. In particolare, mi soffermerò sul modello filosofico in cui, a mio avviso, è maggiormente situata la presenza di ciò che è *altro*, la dialettica hegeliana, di cui forse qui fornisco una mia interpretazione implicitamente semiotica. Un modello che rende conto non solo delle dinamiche della storia, ma anche della progettualità e del pensiero rivolto al superamento di stati problematici; fra cui il pensiero inventivo e il design.

Seguiranno osservazioni più puntuali sul rapporto fra alterità e possibilità, sulla dialogicità come "destino" del design e sul design come luogo di dialogo, e quindi sulla responsabilità dell'impresa progettuale nella dimensione storica, etica, politica. La critica all'identità, invece, verrà inquadrata in una visione di coesenzialità fra identità e alterità, portando l'attenzione sui rischi del loro scollamento e del formarsi delle identità rigide, delle chiusure autoritarie e delle derive che portano ai tentativi di respingimento dell'Altro.

Ritournerò allora sulla domanda che difficilmente trova risposta, presente anche in un titolo del 2019 di Marc Augé: *Chi è dunque l'Altro?* Più che risposte, proporrò un esercizio di definizione e di interpretazione. Prima di arrivare alle conclusioni, transiterò nuovamente attraverso tre temi semiotici – e di cultura progettuale – più volte evocati: il dialogo, la traduzione, l'inventiva.

2. I due piani dell'alterità

La questione dell'alterità – che secondo alcuni è «forse la più generale della filosofia» (Jullien 2012: 29 tr. it.) – attraversa gran parte del pensiero filosofico, fin dai *Dialoghi* di Platone. Secondo Vincenzo Costa, «l'apparire dell'altro è, evidentemente, anche l'origine di una problematica etico-politica che non ha mai cessato di occupare la filosofia» (Costa 2011: 10). Presente come elemento ineliminabile nella dialettica di Georg W. F. Hegel (l'antitesi che mette in discussione la tesi e che ne richiede il superamento), nel Novecento il pensiero dell'Altro è diventato centrale nell'etica di Emmanuel Lévinas, nella fenomenologia di Edmund Husserl, nella filosofia della letteratura di Michail Bachtin, nel principio di responsabilità di Hans Jonas, nelle riflessioni di Jean-Paul Sartre, Paul Ricoeur, Hans-Georg Gadamer, Martin Buber e di molti altri.² Ha investito la metodologia dell'antropologia, in particolare con l'opera di Bronisław Malinowski. In ambito semiotico il tema dell'alterità, con riferimento al pensiero di Lévinas, alla biosemiotica di Thomas Sebeok e alla semiotica di Charles Morris, è stato trattato in diversi testi in modo esplicito da Augusto Ponzio e da Susan Petrilli, insinuandosi tuttavia anche in altri studi.³

Affrontando i rischi della sintesi, ma sperando in tal modo di evitare una certa indeterminatezza nei riferimenti all'oggetto del nostro interesse, ho selezionato alcuni ambiti di riflessione in cui tale questione si presenta.

Inizio dicendo che l'alterità può essere considerata a partire da due piani: uno teoretico, l'altro pratico. Del primo mi interesserà in particolare la sua natura dialettica, intesa come accettazione della contraddizione. Del secondo, invece, va messa in evidenza la dimensione dialogica e traduttiva: il dialogo come costruzione delle relazioni, la traduzione come condivisione dell'alterità. Se cerchiamo di introdurre la nozione di alterità nel design, questi due piani vanno intesi fra di loro complementari e consequenziali: considerarne uno e dimenticare l'altro, infatti, può condurre alla pura speculazione o all'insuccesso.

2. Per una panoramica del concetto di “alterità” nella storia della filosofia rimando a Costa (2011). Vincenzo Costa è stato relatore a uno dei nostri seminari: <<https://www.designealterita.polimi.it/incontri/vincenzo-costa>>.

3. Cfr. Ponzio A. (1992, 1997, 2019); Petrilli (2005); Petrilli e Ponzio (2019); Ponzio L. (2020). Altri testi semiotici recenti che trattano di alterità: Lancioni (2020); Beyaert-Geslin (2021). Nel campo della critica e della storia dell'arte segnalo il volume di Stoichita (2019) e la recensione di Manchia (2020).

Il piano teoretico ha interessato in particolare tre ambiti filosofici: l'ontologia, la dialettica, l'epistemologia. In questi casi si considera "altro" tanto ciò che *non è*, quanto ciò che si pone come *negazione* di un concetto e che si presenta, quindi, come *possibilità*. In epistemologia la domanda "Come posso conoscere?" non è più sufficiente; va così riformulata: "Come posso conoscere ciò che è Altro rispetto alla conoscenza disponibile?".

Come vedremo, questa domanda passa a sua volta attraverso un processo dialettico, di confronto e scontro fra un'idea e il suo *altro*, in vista del superamento di ogni forma irrigidita del pensiero. Ma questa domanda, e l'intera dimensione cognitiva dell'alterità, rimarrebbe sospesa in un vuoto etereo, se non venisse fatta planare sul terreno sporco della Storia.

Questo è quanto è avvenuto, come esposto nelle conferenze viennesi di Ryszard Kapuściński (2006), dall'Illuminismo in poi. Esaurita la fase delle esplorazioni geografiche iniziate con il viaggio di Colombo,⁴ in Europa si fa sempre più pressante l'esigenza di studiare quei "nuovi mondi" e, di conseguenza, anche aspetti nascosti del nostro. Nasce così l'antropologia culturale, hanno nuova vita le scienze del vivente (biologia, etologia, botanica) e quelle che indagano la complessità umana (sociologia, psicologia, psicoanalisi). A questi ambiti scientifici va aggiunta la politica, o meglio le spinte che provengono dalla società civile e che chiedono alla legislazione atti di innovazione. Il piano della prassi, infatti, considera "Altro" ogni soggetto che non rientra nelle categorie identitarie sociali dominanti e ogni soggetto che non riesce a conquistare un riconoscimento sulla scena del mondo.⁵ Il piano dell'agire pratico è quindi una traduzione delle conoscenze filosofico-scientifiche in attualizzazioni etiche e politiche. Questa è già una riflessione che investe il design, se visto come trasferimento di saperi dalla sfera conoscitiva a quella della vita pratica, sociale e quotidiana. Tutto ciò comporta la consapevolezza della varietà delle forme di esistenza – biologica, mentale, culturale – e della pluralità di bisogni e desideri che esse esprimono.

Fra questi due piani, teoretico e pratico, o più propriamente *oltre* di essi, possiamo inserire anche la dimensione metafisica dell'alterità, che Lévi-

4. Sui viaggi di Colombo e sulla "scoperta" dell'Altro vedi Todorov (1982).

5. Sul tema del riconoscimento, uno dei grandi temi che rientrano nella questione dell'alterità, vedi in particolare Ricoeur (2004) e Honneth (2018).

nas chiama desiderio dell'*assolutamente altro*, di «ciò che sta al di là di tutto quello che può semplicemente completarlo» (Lévinas 1961: 32 tr. it.). Di questa alterità qui non mi occuperò, anche se non può essere del tutto ignorata.⁶ E certamente vi sono molti aspetti dell'alterità che per necessità non prenderò in considerazione.

In ogni caso, e da qualsiasi punto si voglia trattare la questione dell'alterità, occuparsi a fondo della sua presenza nei nostri sistemi di pensiero e di azione comporta l'uscita dall'antropocentrismo, dall'eurocentrismo e l'abbandono di ogni pretesa di primato culturale. L'alterità abbatte piramidi gerarchiche e ombelichi del mondo, per tessere reti di relazioni e di scambio. Il pensiero dell'alterità che interessa la cultura progettuale – e ogni altra attività della vita intersoggettiva – riguarda la consapevolezza del nostro essere in relazione; o meglio, di essere *nella* relazione, perché al di fuori della relazione non vi è salvezza.⁷

3. L'alterità nella dialettica

Nel pamphlet *L'espulsione dell'Altro* (2016), uno dei testi più critici sulla comunicazione digitale e sulla produzione neoliberista, il filosofo Byung-Chul Han parla dell'Altro come polo negativo: «La negatività dell'Altro cede il posto alla positività dell'Uguale» (Byung-Chul Han 2016: 7 tr. it.). Questo modo di far uso dell'aggettivo “negativo” ci riporta alla dialettica di Hegel, dove il *negativo* è da intendersi come ciò che *non è*. Oppure: ciò che è *altro da ciò che è*.

Per il pensiero progettuale la tensione tra il *sé stesso* e l'*altro da sé*⁸ è molto rilevante, perché, come detto, colloca la progettualità in una dimensione dialogica e in un quadro di relazioni dialettiche. Nel sistema hegeliano l'Essere o il conosciuto (*l'Idea in sé*, la tesi) viene messo in crisi dal proprio negativo, il non-Essere o non-conosciuto (*l'Idea al di fuori di sé*,⁹ l'an-

6. Mi riferisco in particolare a Horkheimer (1970).

7. Mi sia consentita questa doppia parafrasi. La prima, dal detto del vescovo di Cartagine Cipriano “Salus extra ecclesiam non est”. La seconda, dal motto di Algirdas Greimas “Hors du texte pas de salut”.

8. Ricordo che Hegel non ha mai fatto uso dei tre termini con cui comunemente conosciamo il suo sistema dialettico: tesi, antitesi, sintesi. I suoi termini sono: *l'Idea in sé*, *l'Idea al di fuori di sé*, *l'Idea in sé e per sé*. Altre volte si trovano: affermazione, negazione, riaffermazione.

9. Abitualmente in italiano si trova un'altra traduzione: *l'Idea fuori di sé*. Ma “fuori di sé” in genere connota uno stato di alterazione della capacità di ragionare. Ritengo quindi che la preposizione *aufßer* in questo caso indichi più propriamente l'eccedenza, l'essere *al di fuori* dei confini del conosciuto.

titesi); solo attraversando il negativo è possibile dare realtà al movimento che conduce alla conoscenza. Questo movimento si completa nell'*Idea in sé e per sé*, con l'autocoscienza. Il processo dialettico comporta quindi un superare-conservando,¹⁰ dove la posizione originaria (*l'in sé*) permane, ma dando vita a una nuova consapevolezza (*il per sé*). Questa "negazione della negazione" «non indica l'annientamento assoluto di ciò che nega, ma la sua conservazione e trasferimento su un piano più alto» (Verra 1988: 75).

Non penso di forzare più del lecito il sistema hegeliano se intravvedo nel processo dialettico l'emergere di un movimento che ricorda la progettualità, vale a dire di un mutamento che mette in discussione l'esistente (uno stato di cose problematico) per proporre il suo superamento (uno stato di cose trasformato). Per tre ragioni.

La prima riguarda l'idea stessa di autocoscienza, che in Hegel non riguarda più solamente l'attività speculativa del pensiero, bensì la relazione di questo con la vita pratica, sociale e politica. La seconda ragione è conseguenza della prima: unendo il piano teoretico con il piano pratico, l'autocoscienza è, per così dire, dialogica e collaborativa, perché pone a contatto l'esistenza di un individuo con quella di altri individui. Queste due ragioni sono ben riconoscibili in molte pratiche del design contemporaneo, che non agisce più, se non raramente, secondo poetiche solitarie e che cerca invece il proprio riconoscimento nel vivo delle dinamiche sociali o comunitarie. La terza ragione riguarda il fine stesso della dialettica: il superamento delle contrapposizioni (positivo-negativo, infinito-finito) nel momento della sintesi. Il risultato delle relazioni dialettiche è una trasformazione: un progetto. Ciò significa che, seguendo Hegel, l'alterità è il negativo-razionale, l'antitesi, ossia la contraddizione o contrapposizione. È il luogo in cui ci è possibile rinvenire ciò che si trova al di là del conosciuto.¹¹

10. Il riferimento è alla nozione di *Aufhebung*, dal verbo *aufheben*, che vuol dire al tempo stesso sollevare, abolire, superare, conservare. Valerio Verra (1988) chiama l'*Aufhebung* semplicemente "superamento", ma nella sua spiegazione ricorre a un'espressione a mio avviso stimolante: lo *svanire nel divenire*.

11. Nell'*Abbecedario del postumanismo* Giovanni Massaro dà della dialettica di Hegel una diversa visione, che non concorda con quella presentata in questo saggio (cfr. Baioni, Cuadrado Payeras e Macelloni 2021). Nella sintesi di Massaro, la dialettica hegeliana «riduce la complessità a due elementi antitetici in opposizione» (*ivi*: 131). Questa visione a mio avviso non tiene conto della novità introdotta da Hegel: il non limitare il progredire del pensiero nella contrapposizione fra antinomie e fra opposti valori semantici. Paradossalmente, quindi, è proprio la logica sottesa alla dialettica hegeliana a permettere il superamento dell'antropocentrismo umanista e l'apertura verso l'alterità.

Un esempio a cui ricorro spesso è la poltrona *Wassily* (1925) di Marcel Breuer, che vedo come la negazione-superamento della *Sedia Nr. 14* di Michael Thonet. Allo stesso modo, la Moka Bialetti (1933) è negazione-superamento della cuccumella napoletana. In entrambi i casi, lo sguardo progettuale cerca e vede *altro* da ciò che la tradizione offriva. Ma entrambe le caffettiere, ideate in Italia, si pongono a loro volta in relazione di alterità rispetto ad *altri* modi di preparare e consumare il caffè, in Europa e nel Mediterraneo.

Le avanguardie del Novecento, a loro volta, sono per molti versi la negazione della tradizione della pittura precedente. Da Giotto in poi, in estrema sintesi, la storia della pittura europea ha visto molti capolavori e diverse fasi di innovazione; mai però una rottura, uno scarto, un salto, per lo meno a livello del sentire collettivo. Per secoli la pittura è stata riformata, mai negata. Ma se consideriamo, per citare due opere paradigmatiche, ciò che avviene all'interno del dipinto *Les Demoiselles d'Avignon* (1907) di Pablo Picasso, o con il primo ready-made di Marcel Duchamp, *Lo scolabottiglie* (1914), appare evidente come in questi casi l'arte neghi sé stessa e si rivolga a due forme di alterità: l'iconografia africana, lontana dal disegno di tradizione europea; l'anonimato e la banalità formale dei prodotti industriali, antitesi della ricercata bellezza artistica della scultura marmorea.

È quindi possibile scorgere una dinamica inventiva all'interno del processo dialettico, in particolare in quello che possiamo definire il passaggio attraverso la contraddizione o dialettica negativa (cfr. Adorno 1966). Si tratta, per dirla con il titolo di una fortunata mostra dell'avanguardia italiana di Achille Bonito Oliva del 1970,¹² della *vitalità del negativo*. Negazione e contraddizione che permettono l'emergere prima di una resistenza all'inerzia del pensiero, poi di una sua visione alternativa.

Un caso di "attraversamento del negativo", letteralmente, è dato dalla teoria *Queer* all'interno degli studi di genere, la quale mette in discussione la presunta "naturalità" delle identità di genere (tesi culturalmente dominante), e quindi l'alterità dei diversi orientamenti sessuali (cfr. De Lauretis 1990; Antosa 2007; Arfini e Lo Iacono 2012). Il movimento *Queer* ha infatti

12. La mostra "Vitalità del negativo" (Roma, Palazzo delle Esposizioni, 1970) fu curata da Achille Bonito Oliva e da Graziella Lonardi Bontempo e presentava opere di 33 artisti italiani. A Ugo Mulas fu affidata la documentazione fotografica dell'evento (cfr. Mulas 2010).

raccolto le irrequietezze e le ribellioni di chi non si riconosce nelle gabbie dei generi sessuali. *Queer* come bizzarro o eccentrico, come il mandare all'aria ciò che pensavamo fosse da tempo ben sistemato; e passando al corrispettivo tedesco, *quer*, ciò che si pone di traverso, l'attraversamento come deviazione, il cercare nella trasgressione: lo spingersi *al di là* del definito.

4. Alterità come possibilità

Navigando per il mare color del vino verso genti di lingue diverse.
Omero, *Odissea* (I, 182-183)

Da un punto di vista semiotico, ossia della ricerca di ciò che chiamiamo *sensò*, il compimento di questa dialettica sta nel rendere effettivo ciò che si presenta come possibile. E il possibile può essere trovato solamente in ciò che sta *al di fuori* del consueto. Il senso va cercato in quanto *possibilità*. Del resto, la significazione conduce per definizione verso qualcosa che è *altro* da sé: “Ceci n'est pas une pipe”, diceva René Magritte. In questa nota opera, surreale e iperrea, il testo della didascalia nega l'oggetto rappresentato *ma*, al tempo stesso, propone implicitamente allo spettatore un interrogativo: che cosa d'altro potrebbe rappresentare quell'immagine dipinta? La semiosi, il processo di produzione del senso, richiede quindi al suo avvio un atto di contraddizione: il *dire contro*. Contro l'evidenza, contro la certezza, contro la necessità. Apprendo alla *possibilità*: che spesso si esprime attraverso la scrittura di mondi narrativi, o mondi che mettono in dubbio certezze e verità,¹³ e meglio ancora, mondi che derivano dalla nostra inventiva progettuale. Le contraddizioni sono interrogativi alla nostra presunzione di sapere, sono critica e confutazione, invitano a guardare ciò che si cela nel *contrario*.

Quando invece amplia la nostra enciclopedia,¹⁴ il senso consiste nel superamento o nella ristrutturazione di categorie prima ritenute inamovibili.

13. Due riferimenti sono qui sottesi. Il primo rimanda a un passaggio di un frammento del 1897 di Charles Peirce, quando il filosofo statunitense rivela che il più grande elogio da lui ricevuto fu quando un critico lo biasimò perché non sembrava *assolutamente sicuro delle sue proprie idee* (CP 1.10). Il secondo chiama in causa l'idea della semiotica come “teoria della menzogna” di Umberto Eco, perché tutto ciò che viene assunto come segno può essere «usato per mentire» (Eco [1975] 2016: 26).

14. Quello di enciclopedia è un modello semantico che si differenzia dal modello a dizionario (cfr. Eco 1975; 1984). La metafora dell'enciclopedia viene utilizzata per indicare la rete delle conoscenze e delle competenze semantiche di un soggetto, in base alle quali è possibile l'attività interpretativa.

Un esempio fra i più attuali è il superamento della concezione binaria della sessualità. Se oggi ci troviamo in una fase culturale in cui l'omosessualità – e ogni altro orientamento – non è più considerata devianza e se legislazioni di diversi paesi contemplan le unioni civili per coppie dello stesso sesso, è perché da più di mezzo secolo nelle arti e nei media, nella filosofia e nelle società, si è indagato l'universo *negativo* rispetto all'immagine tradizionale della sessualità: il *non conforme*. Per scardinare la rigidità del binarismo e dare senso al desiderio di chi non si ritrova in questa concezione è stata necessaria una lunga fase di *trasgressione* che è riuscita a *tradurre* il sentire di “opposizione” di pochi in una consapevolezza sempre più diffusa.

La disposizione all'alterità induce a cercare il senso là dove, per indolenza culturale o per paura, non viene mai cercato. Ciò mi porta a concludere che è alterità tutto *ciò che ancora non è*, eppure *ha possibilità di essere*: ciò che non è conosciuto o riconosciuto, ciò che non è accettato, ciò che è discordante, ciò che non è cognitivamente accessibile. Ciò che è *estraneo* ma possibile. È Altro ciò che ancora non rientra nel nostro sentire e concepire, ma di cui possiamo avvertire la presenza. Per tale ragione l'Altro diviene oggetto sia di disvelamento (il *voler vedere*) sia, al contrario, di occultamento (il *voler non vedere*). L'alterità può accendere tanto il desiderio quanto la paura; può portare all'attrazione così come all'allontanamento, a esporsi o a difendersi.

5. Il design come nodo dialogico

Un oggetto di design è il frutto dello sforzo comune di molte persone dalle diverse specifiche competenze tecniche, industriali, commerciali, estetiche. Il lavoro del designer è la sintesi espressiva di questo lavoro collettivo.

Achille Castiglioni

Anche il design, nella sua storia, si è nutrito di trasgressioni e attraversamenti, per quanto il suo “principio di realtà” (o di utilità) abbia poi richiesto di coniugare gli slanci sperimentali con le esigenze dell'uso sociale. Infatti, come ogni altra scienza dell'artificiale (Simon 1969) il design può essere visto come il luogo di incontro fra l'attività teoretica e l'attività pratica; cui si aggiunge una necessaria attività poetica. Nella sua opera di produzione di beni e servizi, il design *traduce* in artefatti d'uso e di comunicazione ciò che le filosofie e le scienze, e fra queste le scienze sociali e le poetiche artistiche,

elaborano specularmente.¹⁵ In tal senso, il design si pone tanto come scambio dialogico fra cognizione e progetto, tanto come il momento in cui ciò che viene elaborato teoreticamente viene messo alla prova. Il *senso delle cose* – e in particolare delle cose progettate – va infatti cercato negli effetti e nelle conseguenze («*practical bearings*») che le cose determinano nel loro ambiente d'uso e negli abiti mentali cui danno origine (Zingale e Domingues 2015). Del resto, il design non è più (ammesso che lo sia mai davvero stato) mera applicazione di tecniche o nozioni elaborate altrove, né il designer può essere ancora visto solo come colui che dà forma a contenuti altrui, ritagliandosi così una zona di neutralità. Il suo campo di azione, per richiamare classiche categorie semiotiche, non è più solamente la sintassi (come la composizione formale), né la conseguente relazione fra sintassi e semantica (la funzione come significato), bensì gli effetti pragmatici – anzi “pragmatisti”¹⁶ – degli artefatti, specie quando questi sono esplicitamente portatori di valori sociali o quando sono indirizzati all'innovazione culturale. In ogni caso, occorre evitare di tenere separate l'eccitazione (tecnica o estetica) per le proprie creazioni da ciò che queste saranno in grado di provocare, come fa notare Richard Sennet nel prologo del suo *L'uomo artigiano*, riportando una testimonianza di Robert Oppenheimer, l'inventore della bomba atomica: «“Quando vedi qualcosa che tecnicamente è allettante, ti butti e lo fai; sulle conseguenze ci rifletti solo dopo che hai risolto vittoriosamente il problema tecnico. Con la bomba atomica è stato così”» (Sennet 2008: 11 tr. it.).

Al contrario, il designer, proprio come l'artigiano di Sennet, è tanto *animal laborans* quanto *homo faber*, capace di riflettere sulla propria attività e di porsi domande sia sul *come* sia sul *perché* e sul *per chi* del fare (*ivi*: 17 tr. it.).

La visione pragmatista del design, a mio avviso, e la sua capacità di *essere pensiero* a partire dal *saper fare*, fanno della cultura progettuale una delle pratiche sociali in cui maggiormente prende corpo la rappresentazione di modi di pensare e di agire, costrutti mentali e sistemi di idee. Nel design ogni contenuto diventa effettivamente tale solo dal momento in cui indivi-

15. Sul design come traduzione v. Baule e Caratti (2016).

16. Il riferimento è alla massima pragmatista di Peirce: «Consider what effects, that might conceivably have practical bearings, we conceive the object of our conception to have. Then, our conception of these effects is the whole of our conception of the object» (CP 5.402). Sulla “via pragmatista” al design rimando a Zingale (2016).

dua e presenta *quella* determinata espressione,¹⁷ e tale espressione non ha solo un potere significante, ma soprattutto di *significanza*, di apertura del senso e della sua costruzione culturale.¹⁸ Nel design, la funzione estetica interessa tanto la sensorialità quanto la cognizione; svolge un ruolo di mediazione: come un guado che permette al fruitore di accedere con agio alla complessità semantica degli artefatti.¹⁹

Collocato al centro di tale nodo dialogico, e tra il fare e il pensare, il design non può non guardare con attenzione critica alla complessità culturale, non può pensarsi al di fuori della Storia e delle sue contraddizioni, poiché ogni suo prodotto è una forma di enunciazione rivolta a tale complessità e a tali contraddizioni. L'ipotesi-guida di questo studio è, allora, l'idea che la questione dell'alterità faccia già parte della cultura progettuale ma che occorra esplicitarla. A ben guardare, infatti, la considerazione dell'Altro è per molti versi e da tempo tacitamente presente all'interno di diverse pratiche di progetto, specie in quei casi in cui il design si trova ad affrontare temi legati a forme di emarginazione o di disuguaglianza, quando si confronta con problemi di inclusività, quando opera per superare pregiudizi e stereotipi (cfr. Baule e Bucchetti 2012), quando interviene in progetti di innovazione sociale e di sostenibilità ambientale (cfr. Manzini 2015). In generale, l'alterità è implicitamente presente nel design quando questo pensa al proprio operato come offerta di servizi più che come posizionamento di beni consumabili, come azione di cura più che come strategia di ottenimento, come invenzione di artefatti capaci di far emergere questioni su cui riflettere più che come estetica che invogli al consumo. E anche: quando il metodo progettuale adotta procedure dialogiche e di partecipazione, rinunciando al tornaconto della autorialità. Ciò accade da quando il design si è imbattuto in un proprio *ethical turn*, a iniziare dall'introduzione dell'ergonomia a opera di Kennet Frank Hywel Murrell, Paul Morris Fitts e altri negli anni del secondo dopoguerra.²⁰

17. La terminologia qui usata (espressione/contenuto) fa riferimento al modello biplanare di Louis Hjelmslev (1943). Cfr. Caputo (2010 e 2015).

18. Per la nozione di *significanza* faccio particolarmente riferimento a Barthes (1982). Sull'applicazione di questo concetto a temi inerenti all'alterità vedi Petrilli (2005).

19. Ricordiamo che il verbo inglese *to afford*, "permettere", da cui deriva il neologismo *affordance*, entrato nel lessico del design, a sua volta deriva dal sostantivo *ford*: "guado".

20. Cfr. Murrell (1958). Sugli sviluppi dell'ergonomia in relazione al design rimando a Maldonado (1994).

La domanda sull'alterità porta così il design verso tre grandi nodi problematici, che non sono certo gli unici e che qui non posso che esporre a grandi linee. Ognuno di essi, va da sé, comporta rilevanti azioni di ricerca e di applicazioni progettuali.

Un primo nodo riguarda le relazioni fra le culture e all'interno di una stessa cultura, ossia gli incontri/scontri fra le diverse soggettività che compongono il corpo sociale e che si impongono alle società nel corso della storia. Ogni corpo sociale è infatti soggetto al formarsi di nuovi assetti sotto la pressione di spinte sia esterne (flussi migratori, globalizzazione, pervasività della comunicazione, ecc.) sia interne (mutamenti di valori, riarticolazione di orientamenti e modi di sentire, riconfigurazione delle classi sociali, ecc.).²¹ In questo caso la domanda che impegna il design riguarda il *come scoprire l'Altro* e averne cognizione, attraverso quali metodi e strumenti sia possibile cogliere la complessità dei mutamenti, come osservare i corsi storici o, perché no, riuscire a prefigurarne i flussi.

Un secondo nodo ci porta nel campo dell'etica, campo vasto che qui possiamo solo limitarci a ricordare. Tuttavia, un tema etico si impone fra tutti, perché fortemente connesso alla questione dell'alterità: quello della *responsabilità*. Il design non è solo una prassi che genera artefatti: è un sistema culturale che incide sui contesti ambientali e cognitivi, sulle strutture di pensiero e sui comportamenti collettivi, sulla forma delle città, dei luoghi di vita e di ogni altra realtà sociale. E sull'intero ecosistema. Persino sulle scelte politiche. Infatti: che cosa è il design se non uno degli strumenti attraverso cui rendere il mondo più abitabile? Il design, inoltre, non riguarda mai solo il presente, perché la progettualità è uno dei modi per preparare il futuro. Ciò che concepiamo *oggi* – una teoria così come una nuova lampada, un sito web, un vestito – non è mai solamente *ciò che è oggi*, ma soprattutto *ciò che sarà d'ora in poi*. E ciò che d'ora in poi contribuirà a determinare i nostri modi di essere.

Un terzo, ma non ultimo, nodo riguarda la dimensione relazionale, dell'agire comunicativo e delle metodologie di coinvolgimento degli utenti e di collaborazione fra i diversi soggetti impegnati in un'impresa progettuale.

21. Nella storia italiana, ad esempio, le spinte esterne, in particolare i flussi migratori, stanno portando a una sempre maggiore ricchezza multiculturale; quelle interne hanno portato alla conquista di alcuni diritti civili, dal divorzio alle unioni civili.

Sia come professionista sia come ricercatore e studioso, il designer agisce sempre *per conto di* un altro (la committenza), *insieme a* un altro o altri (il gruppo di progetto) e *nell'interesse di* un altro (i soggetti destinatari). Il designer non sfugge in nessun caso al suo *essere in relazione*, non gli è consentita alcuna separatezza esistenziale o autopoietica; il suo mondo cognitivo è necessariamente esposto ad altri mondi.

Possiamo quindi pensare che l'alterità sia connaturata all'idea stessa di progetto, dell'agire in vista di uno scopo e della produzione di conseguenze culturali tutt'altro che neutre.

6. L'identità coesenziale

Nel *Dictionnaire* di Greimas e Courtés le voci “Alterità” e “Identità” si rimandano a vicenda e sono presenti anche nella voce “Differenza”. Tuttavia, i due termini vengono posti in una relazione di opposizione e in termini di somiglianza/differenza, uniti in una «presupposizione reciproca» (Greimas e Courtés 1979: 6 tr. it.).²² In una prospettiva di semantica strutturale, e con riferimento all'analisi del testo, questa scelta è giustificata; ma se si guarda alla questione dell'alterità nell'esperienza e nella storia, alterità e identità non possono in alcun caso essere considerate come opposti, perché (i) la prima è il completamento della seconda; e (ii) entrambe costituiscono due poli dialettici che conducono al superamento di situazioni problematiche. Ogni identità, infatti, non basta mai a sé stessa e ogni esistenza è una coesistenza, legata all'esistenza degli altri (cfr. Abbagnano 1948). Ogni identità *comprende* in sé l'alterità.

Commentando alcuni passi di *Totalità e Infinito* di Lévinas, Ponzio precisa:

L'io è tale in quanto alterità. La soggettività è insieme identità ed alterità. L'alterità non è né il contrario, né il limite dell'identità. Essa costituisce il contenuto stesso del soggetto esperito come altro, cioè la sua identità [...]. (Ponzio 2019: 142)

In ambito antropologico, come è stato rilevato dalla critica di Remotti (1996, 2010), lo sviluppo dell'identità necessita dell'apporto dell'alterità: «l'alterità si annida nel cuore stesso dell'identità», «nelle stesse ragioni intrinseche dell'identità» (Remotti 1996: 62), perché i processi di formazio-

22. Sull'enunciazione delle identità v. Fabbri (2019).

ne di un'identità richiedono, inevitabilmente, il ricorso alle interazioni con una molteplicità di Altri. Fra identità e alterità, infatti, vi è un rapporto di *coesistenza*:

L'alterità è presente non solo ai margini, al di là dei confini, ma nel nocciolo stesso dell'identità. Si ammette allora che l'alterità è coesistente non semplicemente perché è inevitabile (perché non se ne può fare a meno), ma perché *l'identità* (ciò che “noi” crediamo essere la nostra identità, ciò in cui maggiormente ci identifichiamo) è *fatta anche di alterità*. Si riconosce, in questo modo, che costruire l'identità non comporta soltanto un ridurre, un tagliar via la molteplicità, un emarginare l'alterità; significa anche far ricorso, un utilizzare, un introdurre, un incorporare dunque (che lo si voglia o no, che si dica o no) l'alterità nei processi formativi e metabolici dell'identità. (Remotti 1996: 63)

Il ricorso alle interazioni nella costruzione dell'identità è anche un processo che interessa la sfera sovraindividuale, quella che interessa tanto la cultura quanto la nostra stessa natura biotica, come si evince dall'orientamento zooantropologico e postumanistico:²³

L'alterità pertanto è al tempo stesso esterna e interna all'identità, quindi è parimenti dialettica e integrata: questo è sicuramente il punto di svolta tra un approccio umanistico all'identità umana, epurativo delle alterità non-umane, e un approccio postumanistico, integrativo delle stesse. (Marchesini 2008)

È bene allora soffermarsi su alcuni aspetti che riguardano il modo di intendere l'identità, in particolare quelli in cui l'identità diventa fattore di separazione o arroccamento. Una visione critica dei processi identitari è infatti un passaggio doveroso verso la “scoperta dell'alterità”.

23. «[I]l postumano non è ciò che viene dopo l'umano bensì: l'insieme delle predicazioni che l'essere umano è in grado di esprimere» (Marchesini 2016: 171).

Questo orientamento «implica l'adozione di una prospettiva post-dualista, post-antropocentrica e post-umanista, nella misura in cui non è centrata sul quadro discorsivo e sulle strutture dell'animale umano. La *postumanità* allora non è più una condizione futura, ma una diversa interpretazione di ciò che già c'è; un'interpretazione che riporta *homo sapiens* nell'ambiente e nella storia evolutiva da cui ha preso forma, riconoscendo la sua interdipendenza con le alterità umane e non umane e immaginando nuovi modi di esistere e di co-costruirsi, che siano sostenibili e non gerarchici» (Baioni, Cuadrado Payeras e Macelloni 2021: 310-311).

Per quanto la ricerca dell'identità sia necessaria, diversi problemi sociali nascono proprio quando la complementarità fra alterità e identità non viene avvertita o riconosciuta, o quando l'identità, per proteggere la propria specificità o presunta purezza, si irrigidisce, diventando respingente, come una trincea che separa l'Io dagli Altri. Ciò accade quando le pretese identitarie diventano dominanti, chiudendosi in sé stesse e rifiutando di riconoscere ogni altra alterità. Il distogliere lo sguardo da ciò che si presenta come Altro – estraneo, bizzarro, anormale – continua a essere una delle cause di molte conflittualità del nostro tempo e, di fatto, un impedimento al pensiero critico e interrogativo. L'identità che esclude e respinge porta alla riluttanza a *guardare in faccia* l'Altro, al rifiuto di capire che cosa ci sia al di là di una condizione culturale o sociale che si ritiene estranea. L'altro diventa l'*alieno*: soggetto incomprensibile che, tuttavia, non si ha intenzione di conoscere. Questo porta all'indisponibilità a scorgere possibili visioni alternative; e forse, a intravedere quelle «tracce di infinito» nel volto dell'Altro di cui parla Lévinas (1961).

La chiusura identitaria comporta così una perdita epistemologica: la rinuncia preventiva ad accogliere e scambiare ogni risorsa che le alterità posso offrire, una preclusione verso le contaminazioni. Eppure, sono proprio queste che, nell'arte e nel design, nel teatro e nella musica, hanno permesso significative innovazioni. Basti pensare a quanta musica ha “fecondato” il blues degli schiavi afroamericani, da Igor Stravinskij al rock.

Eppure, la retorica dell'identità persiste e condiziona i nostri abiti mentali. E solleva sempre nuove domande. Abbiamo davvero superato gli effetti del colonialismo e dei nazionalismi radicali? Siamo davvero in grado di avere una diversa e consapevole visione delle questioni di genere? Perché chiamiamo “animale” un comportamento umano orrendo? Perché le nazioni non riescono a superare la logica della guerra?

La guerra è certamente un caso estremo, ma la logica di annientamento dell'Altro è presente in diverse altre manifestazioni della vita sociale. Forse è proprio la «proliferazione dell'Uguale» messa in evidenza da Byung-Chul Han (2016), ossia l'eliminazione dell'Altro come controparte dialettica, a rendere «sempre più angusto il nostro orizzonte di esperienza» (Byung-Chul Han 2016: 10 tr. it.). Non è azzardato sostenere che, ad esempio, bulismo e femminicidio in quanto aggressioni mirate, e l'anoressia in quanto violenza sul proprio corpo, derivino dalla non accettazione dell'altro o

di sé stessi come esseri che non corrispondono a una identità conforme a modelli. Come devianza dall'Uguale. Il pensiero qui va allo studio di Erving Goffmann *Stigma* (1963), che vede lo screditamento delle diversità come una «caratteristica generale della vita sociale», che spesso conduce a ciò che classifichiamo come “devianza” (Goffmann 1963: 161 tr. it.).

Passando all'ambito propriamente politico, è il rifiuto del dialogo con le alterità a far costantemente rinascere forme di razzismo e richiami alle identità nazionali e sovraniste. Se il muro di Berlino aveva lo scopo di trattenere i cittadini della Germania Est in quanto “prigionieri ideologici”, i muri sorti in Europa dal 1989 in poi sono stati eretti per impedire contaminazioni fra i propri cittadini e i migranti, gli *Altri* al di là dei propri confini.²⁴

7. Le alterità insopprimibili

E siamo noi a far bella la luna
con la nostra vita coperta di stracci e di sassi di vetro.
Quella vita che gli altri ci respingono indietro
come un insulto, come un ragno nella stanza.

Claudio Lolli, *Ho visto anche degli zingari felici* (1976)

Razzismo, nazionalismo e sessismo sono i casi in cui l'espulsione dell'Altro è conseguenza dell'irrigidirsi dell'identità. Le identità rigide hanno tuttavia come complemento dialettico un'energica spinta da parte delle alterità che vengono negate: «L'identità respinge; ma l'alterità riaffiora. L'alterità viene spesso concettualmente emarginata; ma essa riemerge in modo prepotente e invincibile» (Remotti 1996: 61).

Nel corso della storia la spinta dell'alterità ha spesso riconfigurato la scena dei valori culturali e sociali. Questa spinta, come una pressione tellurica inevitabile, ha via via imposto all'attenzione dell'opinione pubblica diversi temi di innovazione culturale. Per ciò che riguarda la storia recente, ne ricordo alcuni fra i più importanti, consapevole che ve ne sono altri e che altri potranno ancora emergere. Si tratta di casi in cui l'alterità non viene né riconosciuta né accettata, ma negata e repressa; oppure, pur riconosciuta, viene tenuta a distanza, come un corpo cui non avvicinarsi.

24. Secondo lo studio *Building Walls. Policies of fear and securitization in the European Union* «dagli anni Novanta gli stati membri dell'Unione Europea e dell'area Schengen hanno costruito quasi mille chilometri di muri, che equivale a oltre sei volte la lunghezza totale del muro di Berlino, per impedire agli sfollati di immigrare in Europa» (Ruiz Benedicto e Brunet 2018).

- Le disuguaglianze fra maschile e femminile nella vita sociale, culturale, economica e politica così come all'interno dei rapporti personali, affrontate in particolare dagli studi di genere, i quali hanno portato al ripensamento delle forme della sessualità, incidendo spesso sugli ordinamenti legislativi e sulle politiche per la famiglia.
- I movimenti migratori, che pure fanno parte della storia di quasi ogni popolazione, ma che ancora ci trovano impreparati su come affrontare il multiculturalismo e su come trarre vantaggio dalla fecondità che questo di fatto ci presenta.
- L'universo della marginalità e della fragilità sociale, sia per cause economiche (che alimentano la criminalità), sia per cause sanitarie (specie di carattere psichico o di disturbo dei comportamenti), sia per il persistere di credenze e abitudini inutilmente identitarie (che portano all'isolamento o a false conflittualità).
- L'indeterminatezza che ancora permane nella conoscenza e nella cura delle malattie mentali, delle disfunzioni caratteriali, dei disturbi della personalità, delle malattie senili e degenerative, con la perdita delle abilità intellettuali.
- La criminalizzazione delle tossicodipendenze e di altri comportamenti sociali patologici e ritenuti devianti, che però derivano da disuguaglianze sociali ed economiche, spesso dolorosa conseguenza della permanenza di una struttura classista.
- Il pietismo nei confronti di persone con disabilità e di chi soffre di malattie gravi, che spesso facilmente si confonde con una morbosa esigenza di mostrare la propria compassione e generosità.
- La produzione sempre più globalizzata di artefatti d'uso e di comunicazione, di servizi e sistemi organizzativi, che obbliga a un confronto con mondi culturali per lo più "estranei" o "distanti" e che richiedono adeguati strumenti euristici e di confronto dialogico.

A questi vanno aggiunti altri due ambiti di studio dell'alterità, i quali sembrano prendere due direzioni che il senso comune vede divergenti: l'una verso il *naturale*, l'altra verso l'*artificiale*. Tuttavia, anche in questo caso, non possiamo dire fino a che punto queste due direzioni siano effettivamente opposte o invece complementari:

- Le alterità che chiamerei "biosemiotiche", le cosiddette "altre menti" (Vallortigara 2000), il mondo nella vita, animale e vegetale, inteso non

più in contrapposizione all'umano o come sua minaccia, ma come suo complemento relazionale (Marchesini 2016).

- L'alterità “postumana”, la cosiddetta “nuova specie”, tutto ciò che è parte artificiale ma ineliminabile dell'esistenza, per effetto delle tecnologie informatiche, biologiche e bioinformatiche (Baioni, Cuadrado Payeras e Macelloni 2021).

Questi due ambiti interessano in particolare perché mettono in crisi l'antropocentrismo, l'eredità meno nobile dell'umanesimo, quello che pone la specie umana a dominio su ogni altra specie. Al contrario, il superamento dell'antropocentrismo – e insieme a questo del logocentrismo – apre un confronto con ogni forma di alterità, riconoscendo il contributo e la ricchezza di modelli semiotici, emozionali e cognitivi che animali e tecnologie hanno offerto al processo di ominazione in termini di modelli e possibilità di azione e di pensiero.

8. Esercizi di definizione

La domanda “che cosa bisogna intendere con Altro?” non può avere una risposta esauriente, eppure è una domanda che dobbiamo costantemente porci. Una definizione di tipo ontologico è certamente da escludere, ma si può tentare la via di una definizione che chiamerei *relazionale*. Infatti, se è vero che l'Altro è sempre *assolutamente altro*, pur non abitando in un altrove metafisico, è anche vero che l'Altro è sempre tale *in relazione a*: a un soggetto, a una cultura, a una forma di conoscenza.

La domanda va posta perché si tratta di un interrogativo che ha la funzione di guidare una ricerca e che definisce una tensione conoscitiva. L'alterità stimola il pensiero proprio perché si presenta con volti diversi. Gli studi sulla nozione di alterità procedono così in diverse direzioni, ognuna delle quali conduce verso mete non sempre confrontabili.²⁵ Del resto, l'alterità come questione e come campo di studi è un universo che non si lascia abbracciare con lo sguardo. Possiamo dire, usando la formula in negativo, che l'Altro è *ciò che non è*, ma non possiamo esattamente sapere *ciò che è*. Proverò quindi a proporre alcuni *esercizi di definizione* della nozione di alterità come relazione Io/Altro.

25. Su questo punto rimando ancora a Costa (2011).

8.1. *L'Altro da me*

L'alterità riguarda senz'altro ciò che è *altro da me*. Tuttavia, questo modo di riferirsi all'alterità, molto diffuso, potrebbe prestarsi a un uso generico o equivoco: è ciò che non sono io oppure ciò con cui io sono in relazione? Seguendo alcune osservazioni di Roberto Marchesini (2016), questa espressione potrebbe infatti designare anche l'Altro orbitale, l'Altro che osservo, tollero, rispetto, ma al quale non mi avvicino: come un corpo che si muove intorno a un altro corpo, senza mai venirne a contatto.

Al sé individuato, l'altro non si manifesta mai come centro, bensì come orbitale e come tale non potrà mai collassare nel proprio nucleo ontologico né suscitare un vero e proprio convivio, vale a dire che mai e poi mai si tradurrà in vera e propria alterità.

Riflettiamo allora su quella posizionalità orbitale che trasforma il mio prossimo in un corpo estraneo che non abito, che non mi abita e soprattutto in cui non mi riconosco. I processi distanziativi che l'individuo mette in atto sono solitamente due: la trasformazione dell'altro in proiezione di sé, che potremmo immaginare come la sua accensione lunare attraverso la propria luce solare riflessa, la riduzione dell'altro in oggetto, fruibile in diversi modi, da quelli più nobili alle più viete banalizzazioni e odiose strumentalizzazioni. (Marchesini 2016: 13)

8.2. *L'Altro con me*

Un passo necessario per entrare in un'esperienza di alterità ci porta così a considerare l'espressione *Altro con me*. Questo *con* non denota solamente collaborazione (il lavorare insieme) e simpatia (il sentire insieme), né porta solamente a una fratellanza (la *fraternité* illuminista); in questa accezione il *con* indica la reciproca dipendenza fra un Io e un Altro. Due esistenze che si coniugano a vicenda in un legame di relazione. Faccio ancora riferimento a Marchesini, perché questa declinazione dell'alterità ci porta a oltrepassare i confini della specie umana e a pensarci compiutamente parte del mondo biologico:

Pensare le alterità significa cercare tra le pieghe di sé stessi e misurare le coniugazioni, riflettere sulle distanze e sulle prospettive, sulle distorsioni che l'osservazione inevitabilmente compie, categorizzando e disgiungendo. Il volto dell'altro è mascherato dalle proiezioni egoiche che vi facciamo convergere, deteriorato come

il ritratto di Dorian Gray, non riconoscibile, perché di fronte al suo sentire siamo troppo occupati ad ascoltarci. (Marchesini 2016: 12)

Da etologo e filosofo, Marchesini osserva la necessità di un mutamento, che la semiotica cognitiva chiamerebbe un *mutamento di abito*, ossia, in questo caso, una diversa disposizione verso il nostro modo di vederci e sentirci all'interno dell'ambiente. Il mutamento è il passaggio dal pensarsi come individuo impermeabile agli altri al pensarsi come parte coniugata di una relazione. L'esempio della quercia è eloquente:

La quercia che distende la sua chioma sulla base delle coordinate di luce che il contesto le offre, non smette di essere quercia, solo non lo diventa attraverso una solipstica morfopoiesi: possiamo dire che il contesto consente alla quercia di costruire la propria singolarità, dandole una matrice di sviluppo e di organizzazione fogliare. Allo stesso modo, la quercia realizza il contesto, lo somatizza, lo trasforma in un'entità vivente, al punto tale che sarebbe possibile, partendo dalla conformazione di quella particolare quercia, ricavare il susseguirsi delle stagioni e delle opportunità di luce, acqua e quant'altro. (Marchesini 2016: 32)

8.3. *L'Altro in me*

Se consideriamo un altro modo di riferirsi all'alterità – *l'Altro in me* –, il pensiero va a due grandi teorici dell'alterità: Michail Bachtin ed Emmanuel Lévinas. Come scrive Augusto Ponzio, «Ciò che particolarmente unisce Bachtin e Lévinas è la loro comune individuazione dell'alterità nella sfera dell'io», dove la presenza dell'Altro è «ostacolo alla chiusura, alla unitarietà e integrità della sfera egologica» (Ponzio 1997: 257-258); e quindi a una apertura che accoglie e si espone alla coniugazione.

La presenza dell'Altro – di una molteplicità di Altri – nella soggettività interessa per ragioni tanto psicologiche e antropologiche, perché la psiche e la cultura sono intessute di alterità, quanto semiotiche, perché per muoversi fra i nodi di questo tessuto occorre mettere in atto una semiosi dialogica.²⁶ L'identità – di un individuo o di un gruppo sociale, di una popolazione o di

26. In realtà le ragioni sono anche di altro tipo, ad esempio psicologiche e psichiatriche, oltre che sociologiche. Ma per cautela e per gli intenti di questo testo è bene non avventurarsi senza gli adeguati strumenti per questi campi.

un'azienda – è una costruzione che deriva dalla storia culturale, e psichica, che la precede, integra e trascende. Una storia durante la quale i caratteri identitari di un soggetto si definiscono dall'incontro con le diverse esperienze di alterità con cui viene a contatto. Ogni identità è il risultato di un intreccio relazionale con diverse forme di alterità:

La persona designa sé stessa nel tempo come l'unità narrativa di una vita [...] ogni storia di vita, lungi dall'essere chiusa in sé stessa, si ritrova involupata in tutte le storie di vita con le quali ognuno è mischiato. Si può dire che la storia della mia vita è *un segmento della storia di altre vite umane*, ad iniziare da quella dei miei genitori, proseguendo con quella dei miei amici e, perché no, dei miei avversari. (Ricoeur 1990a: 68-69 tr. it.; corsivo mio)

La ricerca di identità – sapere chi si è, quale immagine sociale ritagliarsi o a quale storia appartenere – è una necessità, come ben sapeva Vitangelo Moscarda, il protagonista di *Uno, nessuno centomila* (1926) di Luigi Pirandello. Lo insegna anche la psicoanalisi, come si evince ad esempio dal *processo di individuazione* del Sé di Carl Gustav Jung. Definire un'identità è un processo inevitabile per sentirsi rappresentati da una struttura che ci permetta di difenderci dalla precarietà, dal timore di non essere riconosciuti o di rimanere incompleti, di non appartenere ad alcuna storia. Tuttavia, si tratta di un processo che richiede la consapevolezza di come questa storia e struttura prendono forma, altrimenti si ricade nel solipsismo dell'identità narcisistica ed escludente, monologica, che parla solo a sé stessa.

La ragione semiotica di cui parlavo riguarda infatti quella *polifonia* – varietà di voci diversificate e di vite eterogenee – che Bachtin ha ravvisato nel romanzo di Dostoevskij (cfr. Bachtin 1929). Mentre nel romanzo monologico la voce dei personaggi non è autonoma ma riporta l'ideologia dell'autore e parla la lingua dell'autore, nel romanzo polifonico il personaggio è il soggetto della propria parola. Il romanzo polifonico è un concerto di molteplici punti di vista e di voci che si intrecciano, collassando l'una nell'altra. La voce di ogni personaggio interagisce sempre con una voce *altra*. Il romanzo polifonico è strutturalmente dialogico.

L'idea [espressa dalla voce dell'eroe] non è una formazione soggettiva psicologica-individuale con “domicilio permanente” nella testa dell'uomo: è interindividuale

e intersoggettiva, e la sfera del suo essere non è la coscienza individuale, ma la comunione dialogica *tra* le coscienze. L'idea è un fatto vivo, che si crea nel punto di incontro dialogico di due o più coscienze. L'idea è per sua natura dialogica. (Bachtin 1929: 116 tr. it.)

È in questa prospettiva che Bachtin e Lévinas, come sostiene Ponzio, si incontrano:

In Bachtin e in Lévinas, l'alterità viene ritrovata all'interno del soggetto, dell'io, il quale è esso stesso dialogo, rapporto io/altro. Non esiste alcun privilegio ontologico della coscienza dell'io, dato che la coscienza è inscindibile dal linguaggio e il linguaggio è altrui, prima che diventi "proprio" e si identifichi con la propria coscienza ed esprima le proprie intenzioni, il proprio punto di vista.

[...]

La cosiddetta parola "propria" resta sempre, più o meno, altrui, e l'io, come la lingua, non è mai unitario, ha un'alterità interna, una sua pluridiscorsività, un interno plurilinguismo, una intera pluralità e diversità di voci. (Ponzio 1997: 258)

8.4. *L'Altro secondo me*

Tuttavia, le tre declinazioni dell'alterità che ho preso in considerazione non esauriscono il tema della relazione Io/Altro. Affrontare l'alterità non vuol dire solo accoglierla, ma anche negarla e ricacciarla. Molte visioni "politiche" che ancora oggi popolano la scena della vita pubblica affrontano quella relazione come scontro per la difesa di sé; non occorre andare con il pensiero solo alla pulsione bellica che non accenna a finire, né alle azioni di respingimento dei migranti nel Mediterraneo o all'orrore del femminicidio. Questi, e altri, sono casi che rendono il rifiuto dell'alterità tragicamente esplicito; ma questo rifiuto si insinua in molti altri comportamenti e modi di pensare, e si esprime in un enunciato che nessuno proferisce, ma che tutti pensiamo: *l'Altro secondo me*, l'Altro ricondotto alle mie credenze.

Anche questo è un tema che chiama in causa la dimensione semiotica dell'alterità, perché riguarda le distorsioni interpretative di eventi, situazioni e soggetti, quelle alle quali ci abbandoniamo per pigrizia o convenienza. *L'Altro secondo me* è sempre una falsità. È una mera proiezione delle mie determinazioni, non importa se indotte dal desiderio o dalla paura.

L'Altro non può mai essere “secondo me”, perché i nostri strumenti cognitivi sono limitati e le nostre interpretazioni necessariamente parziali; o determinate da altre interpretazioni. Sarebbe l'immagine dell'Altro che un Io colloca nella galleria della *sua propria* mente, a partire dall'esperienza o dalle informazioni via via accumulate. È oggettualizzato e concettualizzato dentro la *mia* enciclopedia; è l'Altro come io *già* lo penso e che penso *già* di conoscere. Il matto divertente quanto molesto, la donna santa o cortigiana, il vecchio demente e rimbambito, il migrante invasore e irrispettoso, lo zingaro ladro e manipolatore, il senzatetto sgradevole e maleodorante: sono tutte figure presenti nel pozzo del “senso comune”. Ciò avviene non solo perché si tratta di soggetti socialmente fragili. Al contrario, forme di stigmatizzazione si trovano anche per politici, impiegati statali, uomini e donne manager, commercianti, suore e preti, ecc. In tutti questi casi il carattere dell'Altro annega nelle nostre precomprensioni e si contamina con una serie di connotazioni ideologicamente orientate. Ciò che si perde, così, è tutto ciò che l'Altro ha effettivamente da mostrarci e dirci, il suo infinito esplorabile che invece viene ridotto a un finito predeterminato.

A dire il vero, Vincenzo Costa fa notare come, secondo Gadamer (1960), la precomprensione è un elemento del conoscere, una disposizione che abbiamo quando ci accostiamo a una alterità, perché «ci aspettiamo di trovare qualcosa, pensiamo di sapere *già* chi è l'altro e che cosa vuole dirci». Ma precisa: «tuttavia, questo non significa ridurre l'altro alla nostra precomprensione, poiché il pregiudizio è soltanto una comprensione preliminare che viene poi riveduta sulla base di quanto emerge dall'incontro» (Costa 2011: 170). Si tratterebbe quindi di un progressivo passaggio dall'Altro *secondo me* all'Altro *con me* o all'Altro *da me*.

9. Dialogicità e traduzione

Saper leggere il libro del mondo
con parole cangianti e nessuna scrittura
Fabrizio De André, *Khorakhané* (1996)

Come osserva Giovanni Stanghellini, possiamo incontrare l'alterità tanto in noi stessi quanto nel mondo esterno. Se nel primo caso l'alterità è in ciò che di noi rimane inevitabilmente oscuro, in ciò che non dipende solo dalla nostra volontà e che ritroviamo alloggiare nel nostro “carattere” (pulsio-

ni, bisogni, abitudini), «Nel mondo esterno l'alterità è nell'inatteso degli eventi e degli incontri con altre persone che costellano la nostra vita» (Stanghellini 2017: 50).

Questo passaggio ribadisce un concetto che troviamo in molti autori: per avere esperienza dell'infinito esplorabile che ogni tipo di alterità ci presenta, anche quella di un testo da interpretare, e quindi dell'inatteso e del sorprendente, occorre mettersi in ascolto e in dialogo. La lingua dell'alterità, infatti, è la *dialogicità*, l'unico modo per uscire dai recinti dell'individualismo. A sua volta, la lingua del dialogo, direbbe Jullien, è la *traduzione*. Dialogo e traduzione non vanno intesi solo come pratiche di comunicazione, ma come processi costitutivi della facoltà cognitiva e dell'azione comunicativa. Per molti versi, costituiscono la ragione semiotica dell'alterità, perché la relazione di alterità non prevede il dominio di una lingua sulle altre né la supremazia di un pensiero sugli altri; non privilegia una modalità di significazione, non contempla codici esclusivi. Pensare e agire nel riconoscimento dell'alterità comporta entrare in una modalità di relazione semiotica dove la comprensione e la comunicazione passano per l'abbandono di ogni "lingua propria" e per la disposizione all'ascolto, infatti

è opportuno ricordare che la dialogicità [...] non è caratteristica esclusiva di un certo tipo di parola, ma è la dimensione costitutiva di qualsiasi atto di parola, di discorso. Ogni parola si realizza in un rapporto dialogico e risente della parola altrui; è sempre replica di un dialogo esplicito o implicito, e non appartiene mai a una sola coscienza, a una sola voce. E ciò già per fatto che ogni parlante riceve la parola da voce altrui, e l'intenzione personale che egli successivamente vi conferisce trova la parola "già abitata" da una intenzione altrui. (Ponzio 1992: 77)

Il pensiero progettuale, possiamo dire, comporta la capacità di cogliere queste *parole già abitate*, la disposizione a comprendere le intenzioni altrui. «La parola è dialogica per un coinvolgimento passivo nella parola altrui» (Ponzio 1992: xxxix). Ascolto e osservazione diventano così attività interpretative da affinare, come un abito mentale.

Possiamo accorgerci dell'esistenza (fisica o psicologica che sia) di un Altro solo dal momento in cui accettiamo il fatto che il suo mondo semantico non coincide con il nostro, dal momento in cui affrontiamo lo sforzo di tradurre i reciproci valori e significati, mettendoli in discussione e ricombi-

nandoli come in una reazione chimica. Nelle relazioni di alterità, tradurre da un mondo culturale all'altro vuol dire cercare, a partire dallo *scarto* fra di loro, ciò che li arricchisce e completa entrambi. Si tratta quindi di una traduzione non solo fra lingue, ma, come insegna la semiotica, *tra forme del contenuto*, tra i modi in cui ogni cultura interpreta il mondo, nomina le cose e i concetti e attribuisce loro un valore:

Il problema della libertà linguistica è anche problema della *libertà di conoscere l'esistenza di altre organizzazioni del contenuto che non corrispondono alle nostre*. La libertà linguistica non è solo la libertà di amministrare il proprio codice, ma libertà di tradurre un codice nell'altro. (Eco [1973] 2018: 453)

10. Alterità e pensiero inventivo

La nozione di traduzione ci riporta per molti versi all'idea dell'attraversamento; del portare o *tradurre sé* stessi in territori d'esplorazione. L'avventurarsi nei territori dell'alterità è infatti uno dei caratteri del pensiero progettuale, perché l'alterità è anche luogo di possibili rivelazioni ed epifanie culturali, è uno stimolo per il pensiero inventivo: rende possibile inventare – *trovare* – ciò che sta in un "altrove" rispetto alla consuetudine. Come la scoperta di un "possibile adiacente", per riprendere una nozione del biologo Stuart Kauffman (2000), di ciò che si trova un passo oltre, non importa quanto distante. Ogni Altro, per ricordare anche l'analoga nozione di Massimo Bonfantini (1987 e 2000) a proposito dell'abduzione, è un "assente possibile": ogni Altro da me è portatore di possibilità.

Su questo punto ci viene in aiuto la nozione di *scarto* (*écart*) proposta da Jullien (2012, 2016, 2018), con la quale ci invita ad abbandonare il pensare in termini di differenza: nel considerare l'Altro non bisogna «pensare in termini di comparazione, differenza e somiglianza», perché la «differenza mira a una definizione, quindi a un'identità» (Jullien 2018: 25-26).

[...] lo scarto non ci fa porre un'identità di principio, né risponde a un bisogno identitario; separando le culture e i pensieri, esso apre tra di essi uno spazio di riflessività in cui si sviluppa il pensiero. Per questo, quindi, non si tratta di una figura di ordinamento [*rangement*] ma di disturbo [*dérangement*], con una vocazione esplorativa: lo scarto fa apparire le culture e i pensieri come altrettante fecondità. (Jullien 2012: 43)

Pensando in termini di differenza, ad esempio, possiamo distinguere fra “ansia”, “paura” e “terrore”, ma non possiamo cogliere del tutto il sentimento di smarrimento negli occhi di chi soffre di Alzheimer; né immaginare che cosa accade nella mente di una persona anziana ricoverata per Covid in un reparto di terapia intensiva, che forse non ha nemmeno compreso la ragione del suo ricovero, che non può scrutare l’espressione del volto dei medici che la visitano. *Quel* sentimento non è comparabile con i sentimenti di cui abbiamo esperienza o cognizione. Per esprimerci con le parole della fenomenologia, è possibile comprendere la sua *Erfahrung* ma non la sua *Erlebnis*.²⁷ Del resto, fino al 1973 psicologi e psichiatri non sono stati in grado di cogliere che cosa si trovasse nel desiderio di una persona omosessuale: fino a quell’anno, il *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (DSM) inseriva l’omosessualità fra le psicopatologie e differenziava tra sessualità normale e sessualità deviante, come fossero due identità divergenti. Lo sguardo “ovvio” della scienza non riusciva a pensare che potessero esistere *altre* forme di desiderio sessuale.

Differenziando due oggetti, quindi, di fatto ne esaltiamo il carattere identitario. Lo scarto invece pone due oggetti – due culture, due modi di sentire, due visioni del mondo – distanti ma in reciproca tensione, perché nessuno sa nulla dell’Altro ed entrambi hanno qualcosa da cedere all’Altro. Lo scarto è una sorta di dislivello fra due piani, ma senza attribuzione di valori.

Lo scarto [...] si rivela come una figura non di identificazione, ma di esplorazione, che fa emergere un altro possibile. Lo scarto non ha dunque una funzione di classificazione che stabilisce delle tipologie, come fa la differenza, ma consiste precisamente nel debordare dalle tipologie stesse: non produce un *ordine* ma un *disordine*. [...] lo scarto si contrappone all’atteso, al prevedibile, al prestabilito. [...] scruta – sonda – fino a che punto sia possibile aprire nuove strade. È una figura avventurosa. (Jullien 2016: 30 tr. it.)

Questa imprevedibilità avventurosa fa dell’esplorazione dell’alterità un’occasione di ricerca inventiva, perché lo scarto richiede una *mossa abduittiva*: abbandonare le certezze e lanciarsi verso l’ipotetico.

27. Entrambi i sostantivi significano “esperienza”. Tuttavia, *Erfahrung* è l’esperienza pratica, procedurale, esterna; *Erlebnis* è l’esperienza vissuta e interiore.

Verrebbe così da paragonare l'alterità a un territorio da attraversare in molte direzioni, forse il vero campo di ricerca e di sfida che permette "rottture epistemologiche" e "salti inventivi". In questo territorio si trovano diverse fenomenologie dell'alterità. Per le scienze, l'alterità è l'ignoto da conoscere: dalle leggi che governano il mondo fisico, chimico, biologico, alla verificabilità o falsificabilità di ipotesi, teorie e modelli euristici. Per le scienze umane e sociali, l'alterità è la progressiva scoperta della varietà umana, del suo pullulare di singolarità non assimilabili, se non in estrema superficie, a categorie, sia a livello dell'interiorità della persona, sia nella sua dimensione collettiva e culturale. Per le scienze progettuali l'alterità è tutto ciò che è conseguenza degli artefatti, delle interazioni che essi riescono a innescare, degli abiti sociali che confermano o scompigliano, delle visioni che sono in grado di aprire. È *l'altro* come esito di un effetto di senso.

11. Prima conclusione: la parte mancante

Se sapessi guardare dove guardano in tanti,
quella zona normale così calma e mortale...
Ma non mi è congeniale, non mi è congeniale, non mi è.
Francesco Di Giacomo, *La parte mancante* (2019)

Nel rispondere alla domanda su come e dove cercare la relazione fra la cultura del progetto e la questione dell'alterità ho volutamente lasciato da parte diversi aspetti che interessano il design, come ad esempio il suo rilievo sociale nei consumi, la sua azione di rinnovamento del gusto, la ricerca dell'armonia formale e dell'usabilità, la sua crescente attenzione alla sostenibilità, e altro ancora. E poco mi sono interessato del design quale attività che ha caratterizzato, interpretandoli, gli scenari della vita quotidiana nel corso del Novecento e oltre; oppure della funzione di stimolo all'innovazione che il design svolge per le aziende produttrici. In questi e altri casi il design svolge una non indifferente funzione sociale di "educazione" alla relazione con il mondo materiale.

Similmente, la sua presenza negli ambienti della vita quotidiana e del lavoro è una tacita azione performativa che può indirizzare, non importa in quale misura, i destini di tutti noi e del pianeta in cui abitiamo. Gli artefatti non solo si fanno usare, ma essi stessi *fanno fare*, determinano le nostre possibilità di azione, *parlano e ci parlano*.

La ragione per cui tutti questi aspetti del design non sono stati considerati non risiede solo nel fatto che essi potrebbero risultare poco pertinenti, oggetto di diverse altre trattazioni, ma perché introdurre la questione dell'alterità nell'ambito della cultura del progetto suscita inevitabilmente sentimenti di inquietudine e di insoddisfazione; perché lascia emergere il desiderio di cercare nuovi varchi all'interno della progettualità, di guardare verso il possibile, di muoversi in quella "parte mancante" dell'esperienza che non si presenta né normale né neutrale. Qualunque cosa sia ciò che abbiamo chiamato "Altro", è verso quella direzione che dovrebbe sempre dirigersi lo sguardo progettuale: verso ciò che impegna in un programma di epistemologia del progettare e di visione della possibilità. E che proprio per tale ragione permette poi di affrontare con piena responsabilità problemi etici e sociali. Se il design stimola all'innovazione, l'alterità stimola il design all'esplorazione. Infatti, nelle pratiche progettuali c'è sempre un'ipotesi da azzardare, un possibile adiacente da trovare, un'idea che si pone come *scarto* rispetto a un'idea precedente. Come la sedia di Breuer o la Moka Bialetti.

Sennet cerca nella maestria dell'uomo artigiano, nel «desiderio di svolgere bene un lavoro per sé stesso» come un «dialogo tra le pratiche concrete e il pensiero», categorie più ampie del sapere (Sennet 2008: 18 tr. it.). Il design che va incontro alle alterità dovrebbe cercare di far uso delle proprie *pratiche concrete* per alimentare il *pensiero*. Nel nostro caso, per alimentare l'attività inventiva e, al tempo stesso, per far progredire il grado di consapevolezza – di autocoscienza – della nostra posizione nel mondo biotico e della nostra responsabilità di specie umana.

Pensare ed esplorare l'alterità vuol quindi dire progettare non solo in un mondo globalizzato e sempre più multiculturale, ma anche in un mondo che ancora non conosciamo del tutto e che chiede di essere conosciuto. Vuol dire progettare non solo per l'umano, ma per ogni altra entità vivente, imparando anche dalle forme di vita e di organizzazione del mondo animale e vegetale.

12. Seconda conclusione: vitalità del negativo

Per questa seconda conclusione prendo a prestito il titolo della mostra curata da Bonito Oliva che ho già citato. In quel caso, il curatore faceva riferimento al «negativo del linguaggio» che intravedeva nelle opere degli arti-

sti esposti, il quale però portava a «una nuova maniera di esistere» (Bonito Oliva in Mulas 2010). L'inquietudine e l'insoddisfazione cui il confronto con l'alterità ci porta suggeriscono infatti anche un'ulteriore considerazione: se il pensiero dell'alterità (seguendo Jullien) si basa sul *disturbo* e sul *disordine*, e se l'Altro (seguendo Hegel) è il negativo e la contraddizione, potremmo provare a rovesciare una delle domande poste in apertura. Dovremmo chiederci non più, o non solo, “qual è l'alterità *del design*?”, bensì “*di che cosa* il design costituisce l'alterità?”. In questo caso, è il pensare progettualmente a porti come negativo vitale.

Ritorno quindi per un breve accenno alla dialettica hegeliana, conscio dei rischi della schematizzazione, per mettere in evidenza l'idea per cui il progredire della storia deriva dal superamento di ciò che si presenta come valore *in sé*, come assunto ovvio e come norma. Mettere in crisi la visione monolitica di questo *in sé* è la condizione preliminare di ogni possibile cambiamento. Ciò che riteniamo come assodato, definito nella sua astratta identità, è invece chiamato a transitare attraverso ciò che è *altro da sé*: il suo negativo, la sua alterità. Il design si pone così come *dialettica negativa* rispetto a ciò che è acriticamente ritenuto inamovibile, categorizzato e classificato, fissato da una tradizione. Quando è animato da una visione inventiva il design sfida l'atteso. Si propone come altro rispetto al prevedibile.

Solo in conseguenza del passaggio *attraverso* l'alterità il pensiero giunge a una trasformazione, all'autocoscienza, all'attività pienamente riflessiva. Come detto, questa autocoscienza non appartiene solo alla sfera teoretica, ma si traduce necessariamente in prassi etica e politica, incidendo sia nelle condizioni sia nelle scelte di vita dei fruitori. Ai quali non si chiede solo di consumare bellezza, ma di pensare a partire dalla bellezza.

In fondo, il design non mira all'*assolutamente altro*, quanto al *possibile altro*; non propone oggetti immaginari, mostra invece come gli oggetti esistenti possono essere *altrimenti* pensati.

Bibliografia

Abbagnano, Nicola

1948 *Esistenzialismo positivo*, Torino, Taylor.

1998 *Dizionario di filosofia*, edizione aggiornata e ampliata da Giovanni Fornero, Torino, Utet.

Adorno, Theodor W.

1966 *Negative Dialektik*, Frankfurt am Main, Suhrkamp. Tr. it. *Dialettica negativa*, Torino, Einaudi, 2004.

Antosa, Silvia

2007 *Spazi e identità queer*, Roma, Carocci.

Arfini, Elisa A. G.; Lo Iacono, Cristian

2012 *Canone inverso. Antologia di teoria queer*, Pisa, ETS.

Augé, Marc

2019 *Chi è dunque l'altro?*, Milano, Cortina Raffaello.

Bachtin, Mihail Mihailovič

1929 *Problemi dell'opera di Dostoevskij (1929)*, Bari, Edizioni Dal Sud, 1997.

2002 *Dostoevskij. Poetica e stilistica*, Torino, Einaudi.

Baioni, Elisa; Cuadrado Payeras, María; Macelloni, Manuela (a cura di)

2021 *Abbecedario del postumanismo*, Milano, Mimesis.

Barthes, Roland

1982 *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III*, Paris, Éditions du Seuil. Tr. it. *L'ovvio e l'ottuso*, Torino, Einaudi, 2001.

Baule, Giovanni; Bucchetti, Valeria (a cura di)

2012 *Anticorpi comunicativi: progettare per la comunicazione di genere*, Milano, FrancoAngeli.

Baule, Giovanni; Caratti, Elena (a cura di)

2016 *Design è traduzione: il paradigma traduttivo per la cultura del progetto*, Milano, FrancoAngeli.

Beyaert-Geslin, Anne

2021 *L'invention de l'Autre: le Juif, le Noir, le paysan, l'Alien*, Paris, Classiques Garnier.

Bonfantini, Massimo A.

1987 *La semiosi e l'abduzione*, Milano, Bompiani.

2000 *Breve Corso di Semiotica*, Napoli, Esi.

Borgna, Eugenio

2015 *Parlarsi. La comunicazione perduta*, Torino, Einaudi.

2016 *Noi siamo un colloquio: gli orizzonti della conoscenza e della cura in psichiatria*, Milano, Feltrinelli.

Broccoli, Amelia

2021 *Dialogare*, Brescia, Morcelliana Scholé.

Bucchetti, Valeria

2021 *Cattive immagini. Design della comunicazione, grammatiche e parità di genere*, Milano, FrancoAngeli.

Butler, Judith

1990 *Gender trouble. Feminism and the subversion of identity*, New York, Routledge. Tr. it. *Questione di genere. Il femminismo e la sovversione dell'identità*, Bari, Laterza, 2017.

Caputo, Cosimo

2010 *Hjelmslev e la semiotica*, Roma, Carocci.

2015 *Tra Saussure e Hjelmslev: ricerche di semiotica glossematica*, Roma, Carocci.

Costa, Vincenzo

2011 *Alterità*, Bologna, il Mulino.

Curi, Umberto

2010 *Straniero*, Milano, Raffaello Cortina.

Dal Lago, Alessandro

2012 *Non-persone. L'esclusione dei migranti in una società globale*, Milano, Feltrinelli.

De Lauretis, Teresa

1990 "Eccentric Subjects: Feminist Theory and Historical Consciousness", *Feminist Studies*, 16, 1, 115. Ed. it. *Soggetti eccentrici*, Milano, Feltrinelli, 1999.

Demaria, Cristina; Tiralongo, Aura

2019 *Teorie di genere: femminismi e semiotica*, Milano, Bompiani.

Eco, Umberto

1973 "Il pubblico fa male alla televisione?", relazione al XXV Prix Italia, Venezia, 1973, in AA.VV., *Le emittenti televisive e il loro pubblico*, Torino, Eri, 1974. Ora in *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, Milano, La nave di Teseo, 2018.

1975 *Trattato di semiotica generale*, Milano, La nave di Teseo, 2016.

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

Fabbri, Paolo

2019 *Identità collettive*, <<https://www.paolofabbri.it/senza-categoria/identita-collettive>>.

Floch, Jean-Marie

1995 *Identités visuelles*, Paris, Presses universitaires de France. Tr. it. *Identità visive. Waterman, Apple, IBM, Chanel, Ikea e altri casi di marca*, Milano, FrancoAngeli, 2016.

Gadamer, Hans-Georg

1960 *Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik*, Mohr, Tübingen. Tr. it. *Verità e metodo*, Milano, Bompiani, 2019.

Goffman, Erving

1963 *Stigma. Notes on the management of spoiled identity*, New York, Simon & Schuster. Tr. it. *Stigma. Note sulla gestione dell'identità degradata*, Verona, Ombre corte, 2018.

Greimas, Algirdas J.; Courtés, Jacques

1979 *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette. Tr. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Bruno Mondadori, 2007.

Han, Byung-Chul

2016 *Die Austreibung des Anderen. Gesellschaft, Wahrnehmung und Kommunikation heute*, Frankfurt am Main, Fischer. Tr. it. *L'espulsione dell'Altro. Società, percezione e comunicazione oggi*, Milano, Nottetempo, 2017.

Hegel, Georg Wilhelm Friedrich

1807 *Phänomenologie des Geistes*, Hamburg, Meiner, 1988. Tr. it. *Fenomenologia dello spirito: testo tedesco a fronte*, Milano, Bompiani, 2000.

Hjelmslev, Louis

1943 *Omkring sprogteoriens grundlaeggelse*, Copenhagen, Akademisk, 1976. Tr. it. *I fondamenti della teoria del linguaggio*, Torino, Einaudi, 1987.

Honneth, Axel

2018 *Anerkennung. Eine europäische Ideengeschichte*, Frankfurt am Main, Suhrkamp. Tr. it. *Riconoscimento. Storia di un'idea europea*, Milano, Feltrinelli.

Horkheimer, Max

1970 *Die Sehnsucht nach dem ganz Anderen. Ein Interview*, Hamburg, Furche-Verlag. Tr. it. *La nostalgia del totalmente altro*, Brescia, Queriniana, 2008.

Jullien, François

2012 *L'écart et l'entre*, Paris, Galilée. Tr. it. *Contro la comparazione. Lo «scarto» e il «tra».* *Un altro accesso all'alterità*, Milano, Mimesis.

2016 *Il n'y a pas d'identité culturelle*, Paris, L'Herne. Tr. it. *L'identità culturale non esiste*, Torino, Einaudi.

2018 *Alterità. Lezioni milanesi per la Cattedra Rotelli*, Milano, Mimesis.

Kapuściński, Ryszard

2006 *Ten inny*, Kraków, Znak. Tr. it. *L'altro*, Milano, Feltrinelli, 2015.

Kauffman, Stuart A.

2000 *Investigations*, Oxford-New York, Oxford University Press. Tr. it. *Esplorazioni evolutive*, Torino, Einaudi, 2005.

Lancioni, Tarcisio

2020 *E inseguiremo ancora unicorni. Alterità immaginate e dinamiche culturali*, Milano, Mimesis.

Lévinas, Emmanuel

1961 *Totalité et infini. Essai sur l'extériorité*, The Hague, Martinus Nijhoff. Tr. it. *Totalità e infinito. Saggio sull'esteriorità*, Milano, Jaca Book, 1990.

Lévinas, Emmanuel; Marcel, Gabriel; Ricoeur, Paul

2008 *Il pensiero dell'altro*, Roma, Edizioni Lavoro.

Madonia, Benedetto

2018 *Orientamento sessuale e identità di genere. Nuove sfide per il servizio sociale*, Trento, Erickson.

Maldonado, Tomás

1994 “Una macchina per il giocatore”, *Ergonomia*. Ora in *Ocula*, <[https://www.ocula.it/mflzm/av/OCULA-Intervista-Maldonado_\[539971bytes\].pdf](https://www.ocula.it/mflzm/av/OCULA-Intervista-Maldonado_[539971bytes].pdf)>.

Manchia, Valentina

2020 “Victor I. Stoichita. Vedere a margine”, *Doppio Zero*, <<https://www.doppiozero.com/materiali/victor-i-stoichita-vedere-margine>>.

Manzini, Ezio

2015 *Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation*, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press.

Marchesini, Roberto

2008 “Alterità non umane”, *Liberazioni. Rivista di Critica Antispecista*, <<http://www.liberazioni.eu/wp-content/uploads/2019/10/Marchesini-01.pdf>>.

2016 *Alterità. L'Identità come relazione*, Modena, Mucchi.

Mulas, Ugo

2010 *Ugo Mulas. Vitalità del negativo*, Monza, Johan & Levi.

Murrell, K. F. Hywel

1958 “The term ‘ergonomics’”, *American Psychologist*, 13, 10, 602.

Peirce, Charles Sanders

1931-1958 *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Cambridge MA, Harvard University Press. Tr. it. parziale *Opere*, Milano, Bompiani, 2003.

Petrilli, Susan

2005 *Percorsi della semiotica*, Bari, B.A. Graphis.

Petrilli, Susan; Ponzio, Augusto

2019 *Identità e alterità. Per una semioetica della comunicazione globale*, Milano, Mimesis.

Ponzio, Augusto

1992 *Tra semiotica e letteratura. Introduzione a Michail Bachtin*, Milano, Bompiani.

1997 *La rivoluzione bachtiniana. Il pensiero di Bachtin e l'ideologia contemporanea*, Bari, Levante.

2019 *Con Emmanuel Lévinas. Alterità e identità*, Milano, Mimesis.

Ponzio, Luciano (a cura di)

2020 *La persistenza dell'altro. La singolarità dell'altro fuori dall'appartenenza identitaria*, Lecce, Pensa Multimedia.

Remotti, Francesco

1996 *Contro l'identità*, Roma-Bari, Laterza.

2010 *L'ossessione identitaria*, Roma-Bari, Laterza.

Ricoeur, Paul

1990a "La personne", in *Lectures 2. La Contrée des philosophes*, Paris, Éditions du Seuil, 1992. Tr. it. *La persona*, Brescia, Morcelliana, 1997.

1990b *Soi-même comme un autre*, Paris, Éditions du Seuil. Tr. it. *Sé come un altro*, Milano, Jaca Book, 2020.

2004 *Parcours de la reconnaissance*, Paris, Stock. Tr. it. *Percorsi del riconoscimento: tre studi*, Milano, Raffaello Cortina.

Ruiz Benedicto, Ainhoa; Brunet, Pere

2018 *Building Walls. Policies of fear and securitization in the European Union*, Barcelona, Centre Delàs d'Estudis per la Pau.

Sennett, Richard

2008 *The Craftsman*, New Haven-London, Yale University Press. Tr. it. *L'uomo artigiano*, Milano, Feltrinelli, 2013.

Simon, Herbert A.

1969 *The Sciences of the Artificial*, Cambridge, MA, Usa, MIT Press. Tr. it. *Le scienze dell'artificiale*, Bologna, il Mulino, 1988.

Stanghellini, Giovanni

2017 *Noi siamo un dialogo: antropologia, psicopatologia, cura*, Milano, Raffaello Cortina.

Stoichita, Victor I.

2019 *L'immagine dell'altro. Neri, giudei, musulmani e gitani nella pittura occidentale dell'età moderna*, Siena, La Casa Usher.

Todorov, Cvetan

1982 *La Conquête de l'Amérique. La question de l'autre*, Paris, Éditions du Seuil. Tr. it. *La conquista dell'America. Il problema dell'«altro»*, Torino, Einaudi, 1984.

Vallortigara, Giorgio

2000 *Altre menti. Lo studio comparato della cognizione animale*, Bologna, il Mulino.

Verra, Valerio

1988 *Introduzione a Hegel*, Roma-Bari, Laterza.

Zingale, Salvatore

2012 *Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva*, Milano, FrancoAngeli.

2016 “Semiotica del progetto: la via pragmatista”, *Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio*, 21, 276-290.

2020 “Design o progettualità? Il progetto come trasformazione inventiva”, *Ocula*, 21, 51-72.

Zingale, Salvatore; Domingues, Felipe

2015 “The Consequences of Things. The Semiotics and the Pragmatistic Route to Designing”, *The Value of Design Research*, 1-11.

Tem di ricerca

Rappresentazioni mediatiche, tra androcentrismo e alterità

1. Lo sguardo androcentrico

Le forme di rappresentazione della donna veicolate dagli artefatti comunicativi, e dal sistema dei media nel suo complesso, costituiscono un terreno di riflessione per studiare le relazioni e le ricadute che esse hanno sulla costruzione delle biografie individuali e collettive, che influenzano la percezione del Sé e dell'Altro (de Beauvoir 1949; Ghisleni 2004; Heller 2017; Capecchi 2018).

Quando si riflette sulle immagini, di fatto, si ragiona su *testi visivi* che si presentano come la risultante di un processo di *messa in figura*. Un processo che passa attraverso un principio di enfattizzazione ed esclusione e che restituisce, proprio tramite il passaggio traduttivo della rappresentazione, una certa immagine del “femminile” o del “maschile” dando visibilità a due nozioni considerate come *reciproca alterità*, entrambe determinate dal filtro interpretativo di colui o colei che le generano.¹ Contemporaneamente si ragiona sul valore veicolato dalla rappresentazione all'interno del circuito mediatico, rappresentazione che sancisce l'esistenza del soggetto protagonista, ossia, nel momento in cui l'immagine trova spazio nella scena mediatica e si fa portatrice di una affermazione sociale (Pinotti e Somaini 2016). E se, come ricorda Costa (2011: 121-122), Jean-Paul Sartre sostiene che si è in presenza di una relazione se, e solo se, un essere si sente guardato da un altro essere – quando sente lo sguardo dell'altro su di sé –, possiamo ritenere che la rappresentazione di un soggetto nella scena mediatica sia la condizione che garantisce lo sguardo degli altri su di esso e, pertanto, che ne attesta l'esistenza di fronte all'altro, contribuendo

1. Il ragionamento muove dal predominio di un modello binario “M-F” che, culturalmente, ha radicato forme e convenzioni riferite ai due universi e assunte, più in generale, come punti di riferimento anche laddove si vogliono promuovere modelli altri.

così, attraverso le diverse forme di messa in scena, ad articolare le manifestazioni di genere.²

In questo quadro, la nozione di alterità ci permette di riflettere sulle forme di rappresentazione della donna nei media, affrontando il discorso proprio a partire da alcune ricorsività in cui l'alterità si sostanzia. Nel declinare la nozione stessa possiamo infatti formulare delle distinzioni e circoscrivere quelle che ho chiamato forme di alterità *negate, violate, distorte, relegate, silenziate* e che di seguito introdurrò.

Si tratta di una riflessione che muove da una visione androcentrica, in cui gli uomini sono considerati come il “genere umano” e le donne come “altro”.

L'androcentrismo, come è noto, funziona per sostenere e rinforzare il potere degli uomini nella società, pertanto, favorisce l'ineguaglianza di genere mascherando la mascolinità del genere maschile sotto la rubrica dello *standard neutrale* (Bem 1993; Bailey, LaFrance e Dovidio 2019). Esso corrisponde a un principio di *separazione* che indica la divisione maschile e femminile come principi opposti a cui si correla quello di *gerarchia*, che considera il maschile come *norma* includente il mondo rispetto a un femminile che si determina, invece, come *scarto dalla norma* (Bucchetti 2021).

Per designare il fenomeno si parla di *male as norm* (MAN), di *maschile universale*, di *man as default* (Kotthoff e Wodak 1997), sino ad arrivare a indicare la “falsa neutralità” del maschile quando si «spaccia per universale ciò che è solo dell'uomo» (Sabatini 1987).

Tutte espressioni, queste, che implicano il femminile come *alterità*, e i cui effetti ricadono in ogni ambito della nostra dimensione sociale e culturale, e che possiamo verificare proprio attraverso l'analisi di alcuni *cluster* di immagini, utili a individuare le “matrici escludenti”. Si tratta di matrici che contribuiscono ad alimentare la disparità e le disuguaglianze di genere, che annullano l'esistenza delle identità stesse o le imbrigliano, le irrigidiscono, le confinano, dando così luogo a insiemi cristallizzati e stereotipici.

2. La rappresentazione sulla scena mediatica concorre alla costruzione dei modelli di genere poiché le immagini ci assegnano sempre delle competenze, un tema che, come ricorda Cristina Demaria, riguarda ognuno di noi, nel momento in cui ogni giorno compiamo la *performance* che ci permette di mettere in scena la nostra “manifestazione” di genere. (Si fa riferimento all'intervento di Demaria nel ciclo di seminari Design e Alterità 2021: “Alterità e culture di genere: lo sguardo semiotico” <<https://www.designalterita.polimi.it/incontri/cristina-demaria>> (11 agosto 2021).

Al centro del discorso vi è, pertanto, il ruolo svolto dal design della comunicazione e le sue responsabilità: attraverso il progetto degli artefatti vengono definiti contenuti culturali, identità, relazioni sociali, stili di vita che vedono il progetto farsi interprete e testimone dei modi in cui una società progetta se stessa e si struttura (Papanek 1971; Baule e Bucchetti 2012; Resnick 2019).

2. Alterità negate

Nel momento in cui prevale il *male as norm* (MAN), ciò che viene messo in atto è una forma di negazione dell'alterità che fa appello a quella nozione di *neuter* che allude a una dualità originaria, di cui solo un lato ha potuto svilupparsi pretendendosi però come l'unico possibile.

Riporterò alcuni esempi per essere più chiara. Se su un quotidiano, per illustrare un articolo che tratta di sperimentazioni didattiche in un contesto liceale scelto, con il solo scopo di anticipare figurativamente il tema, una foto di apertura che ritrae quattro adolescenti di sesso maschile colti ai blocchi di partenza, pronti per gareggiare, sul piano della produzione degli effetti di senso ciò che produco è una inferenza tra l'oggetto della sperimentazione e la realtà che la promuove, interpretando come esclusivamente maschile l'esperienza descritta. In questo modo non si attiva alcuna associazione mentale con il femminile: l'universo a cui ci riferiamo, attraverso l'immagine, è esclusivamente maschile.

In modo analogo, se per illustrare un articolo sulla longevità dell'essere umano opto per un'illustrazione in cui vengono messe in sequenza figure maschili rappresentate con tutti i tratti distintivi (elementi veridici, dettagli fisici, abbigliamento) che caratterizzano le diverse fasce di età, do forma a una rappresentazione che esclude completamente le donne dalla narrazione iconica. Così come, ogni volta che nei processi di schematizzazione, per esempio per descrivere iconograficamente la composizione dei membri di un'organizzazione, scelgo rappresentazioni pittogrammatiche basate su figure maschili, sottolineate da dettagli formali come la giacca e la cravatta, sto compiendo una scelta che non parla degli "esseri umani" che rivestono un certo specifico ruolo, ma di quelli di sesso maschile, negando ai destinatari del messaggio anche solamente la possibilità di prefigurarsi la presenza delle donne, che risultano in toto escluse dal discorso. Le ragioni sono da ricercarsi nella natura degli enunciati visivi i quali rispondo-

no a un principio che rimanda al proprio referente, e ciò accade, in modo particolarmente evidente, quando il livello di dettaglio dell'immagine è più elevato. Ossia: maggiore è il livello di iconicità, maggiore è l'aderenza all'oggetto di cui si parla.

Siamo di fronte a casi in cui il testo visivo veicola il "maschile" negando l'esistenza del "femminile". In cui l'uomo viene utilizzato come misura delle cose: un principio evidente nella lingua e nelle strutture linguistiche (Vio- li 1986; Demaria [2003] 2019); nella lingua italiana si usa il maschile come neutro universale, nascondendo il divario di potere tra uomini e donne, e riproducendo così un ordine sociale.

Secondo il principio del *maschile come norma*, il pregiudizio linguistico maschile lavora per escludere e negare le donne e il loro ruolo. E più precisamente, le stesse dissimmetrie grammaticali e semantiche, che punteggiano il linguaggio rendendolo "sessista" nella generale inconsapevolezza del parlante (Sabatini 1987; Robustelli 2012), possiamo ritrovarle alla base dei meccanismi di iconizzazione, nell'ambito della progettazione degli enunciati visivi quando essi traducono in figura quanto affermava Pierre Bourdieu:

La forza dell'ordine maschile si misura dal fatto che non deve giustificarsi: la visione antropocentrica si impone in quanto neutra e non ha bisogno di enunciarsi in discorsi mirati a legittimarla. L'ordine sociale funziona come un'immensa macchina simbolica tendente a ratificare il dominio maschile sul quale esso si fonda. (Bourdieu 1998: 17-18)

3. Alterità violate

Una delle categorie forse più evidenti è costituita da ciò che ho definito *alterità violate*; all'interno di questa nozione sono comprese le rappresentazioni della donna che mostrano il corpo femminile privato, in vario modo, della sua dignità.

Il riferimento, da una parte, è alle immagini in cui la donna viene "utilizzata" comunicativamente in quanto *oggetto sessuale*. Immagini che, come noto, costituiscono una questione cruciale³ e che sono la risultante di una

3. Tema oggetto di studio e di interventi su diverse scale e in diversi ambiti: si vedano le Risoluzioni europee (European Resolution 2008/2038 (INI), European Resolution 2012/2116 (INI), European

cultura ipersessuale, cresciuta secondo un modello diffuso di comunicazione ipertrofica che ha amplificato, distorto, ripetuto sino all'ossessione, un ritratto femminile arrivato alla fissità, in cui il corpo esposto risponde a logiche seduttive e a codici porno-soft.

Le donne, in questo caso, sono rappresentate secondo un principio di esaltazione di volti e corpi, alla base del quale i criteri registici sono subordinati all'enfaticizzazione di dettagli anatomici e alla creazione di riferimenti espliciti alla sfera sessuale. L'eco della pornografia si espande nella cultura non pornografica (McNair 2013), la frammentazione dei segni visivi, dei simboli e delle espressioni verbali propri del porno migrano e contaminano la cultura *mainstream* secondo un principio di eteronormatività, dalle espressioni *pre-orgasmiche*,⁴ ai rimandi alla fellatio o alle *facial cumshot*.⁵ Rappresentazioni esplicite o allusive, frequentemente affiancate (o a volta sostituite) da forme verbali che rafforzano i rimandi attraverso espressioni che mortificano la donna ("Fidati... te la do gratis", "Mettila a 90 gradi", ...⁶) non solamente per il contenuto che veicolano, ma per la dichiarazione sottesa: la presenza di un soggetto che si sente legittimato a compiere queste affermazioni altro non è se non il segno di un'ulteriore violenza verbale agita.

Osservando il contesto mediatico è facile verificare in quale misura la deriva descritta permei diversi settori: l'ambito pubblicitario, così come l'universo dei video musicali o l'intrattenimento televisivo, ma anche il campo dell'informazione (si pensi, nell'informazione sportiva, alle inquadrature riservate alle atlete).

Resolution 2017/2210 (INI)); la conferenza del 2013 "Media and the Image of Women" (Conference of the Council of Europe Gender Equality Commission); gli studi in ambito legislativo, sociologico, semiotico e nel campo del design della comunicazione: D'Amico (2020), Migliucci (2013), Gioni e Magaraglia (2017), Cosenza (<giovannacosenza.wordpress.com>), Bucchetti (2012, 2015, 2016, 2021); le azioni promosse da gruppi di attiviste e associazioni come Lorella Zanardo (2010) e DonneinQuota.

4. Vengono così definite le forme di rappresentazione che mostrano la donna con espressioni facciali riconducibili a quelle rilevate durante l'orgasmo, secondo quanto emerso da uno studio pubblicato sul «Journal of Nonverbal Behavior» in cui si dà conto di un esperimento compiuto per identificare le "Unità di Azione prevalenti" grazie all'utilizzo del Sistema di Codifica delle Espressioni Facciali (Facial Action Coding System - FACS).

5. *Facial cumshot* è un termine dello *slang* inglese che fa riferimento alla pratica sessuale in cui un uomo dirige la propria eiaculazione sul volto del partner. Un esempio possiamo ritrovarlo nell'immagine fotografica realizzata da Terry Richardson per la campagna Sisley "Fashion Junkie" del 2007.

6. Sono solamente alcuni tra i molteplici esempi di *headline* di campagne di comunicazione che hanno dato luogo ad affissioni cittadine.

Ma accanto agli infiniti casi di rappresentazione porno-soft, possiamo annoverare anche altre forme di alterità violata. Tra queste voglio citare le *donne manichino*,⁷ ritratte in pose inespressive e rappresentate come oggetti inanimati, contrassegnate dalla fissità dello sguardo e, più in generale, tutte le donne rappresentate *senza vita*, riverse, svenute, private di qualsiasi tratto vitale, per citare alcune delle forme di messa in posa più ricorrenti che popolano l'iconografia, per esempio, nel campo della moda⁸ e che sembrano essere divenute la cifra stilistica di molti servizi fotografici.

Donne messe in posa per essere lì disponibili, pronte a essere usate, fruite, consumate: oggetti di fronte a uno sguardo (l'obiettivo fotografico prima, l'occhio del destinatario poi) che fruga i loro corpi e, anche per questo, violate.

4. Alterità distorte

Nella rappresentazione di genere vi sono degli enunciati visivi che esprimono, invece, una “distorsione” dell'alterità.

Ancora una volta, l'osservazione delle donne raffigurate nelle campagne di comunicazione restituisce un repertorio di immagini utili ad allargare la riflessione portando l'attenzione sulle donne rappresentate come *emotive*. Si è di fronte a un ulteriore esempio di rappresentazione discriminatoria (Goffman 1976; Bucchetti 2012; Scanu 2012; Nadotti 2015) in grado di svilire le donne.

L'ambito pubblicitario fornisce molteplici casi che riguardano settori merceologici differenti, brand più o meno popolari, di rilevanza nazionale e internazionale, riferiti a prodotti di largo consumo, servizi, promozioni, iniziative culturali. Più puntualmente voglio soffermarmi su un *tipo* specifico inscritto in questa categoria, ossia sulle immagini che rappresentano le *donne trasecolate* (Bucchetti 2021).

7. Si veda la ricerca *Come la pubblicità racconta le donne e gli uomini in Italia*, condotta da Massimo Guastini (Art Directors Club Italiano) con Giovanna Cosenza, Jennifer Colombari, Elisa Gasparri (Università Alma Mater, Bologna) <www.datamediahub.it/wp-content/uploads/2014/11/Come-la-pubblicità-racconta-gli-italiani.pdf>.

8. Numerosi sono i casi in tal senso. Solamente a titolo esemplificativo cito la campagna pubblicitaria lanciata in Francia dalla *Maison Saint Laurent* in occasione della collezione Autunno/Inverno 2017-18, durante la *Paris Fashion Week*: l'immagine-chiave della campagna è stata al centro delle polemiche proprio per aver rappresentato la donna in una posa di evidente sottomissione (oltre che per la magrezza eccessiva della modella).

Questo *cliché* vede la donna ritratta con gli occhi spalancati, sbarrati, sguardo sgranato e bocca aperta, con le mani ai lati del viso a marcare lo stato d'animo. È una donna stupefatta, meravigliata, sconcertata, sorpresa,⁹ mostrata in uno stato in cui prevalgono gli aspetti irrazionali e in cui viene privilegiato un approccio che esclude a priori la logica, la razionalità, in cui, cioè, la donna viene privata della propria consapevolezza.

Da un lato possiamo osservare come questo tipo di immagini siano relegate al campo della rappresentazione, manchino di referenzialità, essendo difficilmente riconducibili a esperienze o situazioni esperite in contesti sociali quotidiani. Dall'altro è utile sottolineare come non si sia di fronte unicamente a un *cliché*, ma a rappresentazioni delle emozioni che hanno un portato implicito.

Nelle comunicazioni pubblicitarie, le donne più degli uomini sono raffigurate in coinvolgimenti che le rimuovono psicologicamente dalla situazione sociale lasciandole disorientate e, presumibilmente, come ricorda Goffman (1976 [1987]: 57), dipendenti dalla protezione e dalla buona volontà degli altri che sono (o potrebbero essere) presenti o implicati nella narrazione.

Queste forme di *alterità distorte* non riguardano unicamente la donna adulta, possiamo infatti ritrovare il medesimo impianto compositivo nella rappresentazione delle bambine. Ciò che ne deriva è l'affermazione di una figura femminile che sin da piccola non sembra essere sufficientemente attrezzata per fronteggiare la realtà, sul cui volto viene regolarmente impressa un'espressione che traduce l'ingenuità di chi si stupisce di fronte all'ovvio.

I gesti, le espressioni, le posture rivelano, infatti, non solo come ci sentiamo ma, attraverso il loro portato, concorrono a un processo di normalizzazione, unitamente alla disposizione attraverso la scena dei valori culturali incarnati.

5. Alterità relegate

Francesca Rigotti nel suo testo *De senectute* a proposito di universale maschile afferma: «l'uomo è l'essere umano omnicomprensivo. È l'universale antropologico. Poi, forse, come sua estensione ed emanazione, di fianco,

9. La rappresentazione delle espressioni del volto, che trova oggi nella categoria delle *trasecolate* un proprio focus, è stata studiata da Goffman. Si veda, in particolare, il testo *Gender advertisements*, anche il *licensed withdrawal*, in cui vengono analizzate le rappresentazioni di stati d'animo come la paura o la risata.

dietro, sotto, da qualche parte, appiattita sulla sua condizione fisica, biologica, corporea, c'è anche la donna» (2018: 14).

Ed è proprio a partire da questa idea di “estensione” ed “emanazione” che voglio introdurre le *alterità relegate* che possiamo riconoscere ogni qual volta ci troviamo di fronte a logiche perseguite, per esempio, nell’ambito del cosiddetto *gendered marketing*. Ossia quando, nell’universo dei prodotti, quelli privi di marcatori specifici vengono implicitamente indirizzati al genere maschile, mentre viene loro affiancata una versione femminile, declinata e tradotta secondo i canoni del cosiddetto “for her” (Bucchetti 2016). Il prodotto progettato per le consumatrici, che non richiederebbe alcun tipo di variazione specifica, né sul piano ergonomico, né funzionale, come nel noto caso della biro *Bic for her*,¹⁰ rappresenta così un *di cui*, una declinazione di quello ideato per gli uomini, facendosi espressione di un androcentrismo che ha in sé la tendenza a marcare il genere femminile più del maschile, anche quando include categorie e gruppi in cui uomini e donne sono equamente rappresentati.

Usando il linguaggio di Bem (1993), si considerano le donne, anche in questo caso, un sesso specifico in rapporto agli uomini che rappresentano invece il neutro.

La declinazione dei prodotti, che spesso si basa sul processo traduttivo affidato alla *pinkification* (Bucchetti 2016: 110), come ricorda Silvia Pizzocarò, in molti casi «esprime anche un abbassamento di livello culturale, di linguaggio. Come se la versione di genere dell’oggetto corrispondesse a una versione più commerciale, a un oggetto di basso livello, di scarsa qualità sino a incanalarsi nella dimensione del kitsch».¹¹ Ma ha a che vedere anche con i contenuti che vengono rielaborati per essere tematizzati secondo le inclinazioni ritenute proprie dell’universo femminile. Un esempio per tutti: un gioco a quiz, catalogato tra i giochi educativi e scientifici,¹² che prevede la declinazione “*bambina*” nella quale cambia il repertorio di oggetti

10. Prodotto che nasce differenziandosi dallo standard attraverso una variazione estetica di finitura e cromia, esplicitata attraverso l’espressione “for her” affiancata al nome e il plus “sleek design” dichiarato sulla confezione.

11. Si riporta un’osservazione emersa durante il dialogo su “culture di genere e design” pubblicato nel volume *Design e dimensione di genere. Un campo di ricerca e riflessione tra culture del progetto e culture di genere* (2015).

12. Si fa riferimento ai giochi educativi e scientifici della linea Sapientino della Clementoni, il *Sapientino parlante* e il *Sapientino “bambina”*.

su cui si articola il gioco, in cui capi di abbigliamento, accessori, calzature di varie fogge prendono il posto degli elementi naturali, dei dolci e dei giochi che accompagnano invece la versione maschile.

6. Alterità silenziate

Con l'ultima categoria, quella delle alterità silenziate, la prospettiva si rovescia. Si dà infatti conto di una lacuna: dell'assenza di figure di donne mature, anziane, vecchie (Moretti 2012; Casnati 2022) che, nell'universo della rappresentazione mediatica, vengono ignorate e dunque messe a tacere.

Un'assenza che porta l'attenzione sul fenomeno dell'*ageism*, termine con il quale si descrivono, più in generale, gli atteggiamenti discriminatori basati sull'età di un gruppo di individui (maturi e anziani), e che ci pone di fronte a quella che Rigotti (2018: 13-14) – rifacendosi a quanto scritto da Susan Sontag – definisce la “doppia discriminazione”, per la quale la donna vecchia subisce il “doppio standard dell'invecchiare”: se l'invecchiamento è difficile per tutti, per le donne lo è un po' di più.

Si tratta di una questione alimentata dalle forme di rappresentazione veicolate dai media, che sostengono e accrescono l'ossessione per la giovinezza e la negazione dell'invecchiamento; una questione che rende quasi comprensibile:

[...] l'accanimento estetico di alcune donne su loro stesse: donne che preferiscono sforzarsi di mantenere l'immagine della bellezza giovanile, piuttosto che rassegnarsi a entrare in quel mondo svalutato. Donne che non sopportano l'idea di diventare invisibili, ostracizzate o commiserate. (Rigotti 2018: 64)

Un fenomeno che si manifesta anche in altre forme. Per esempio, nel *Teenile* (termine che nasce dalla crasi tra *teenager* e *senile*) o in quello spiccatamente commerciale delle *Quinq'ados*, le “cinquantenni adolescenti” per le quali, nel campo dell'abbigliamento, taglie e forme da adolescenti vengono adattate alla conformazione della donna, rispondendo all'idea che le cinquantenni debbano essere sempre alla ricerca di una età che ormai è alle loro spalle.¹³

13. Vedi il lavoro di Francesca Casnati dal titolo *Anti-ageism. I media e l'età: un'ossessione di genere* (Tesi di laurea magistrale, relatrice prof.ssa Valeria Bucchetti, Corso di Laurea Magistrale in Design della comunicazione, Politecnico di Milano, a.a. 2015-2016).

In una società che pone al centro del discorso femminile il corpo e l'avvenenza fisica, la donna, quando perde i tratti caratteristici della giovinezza, perde anche il proprio ruolo diventando pertanto invisibile. Emblematico fu il caso relativo alla corsa di Hillary Clinton alle presidenziali per la Casa Bianca. Quando, in seguito alla diffusione sul web di alcuni suoi primi piani del volto *candid*, ossia non “posati” né ritoccati, la candidata fu ferocemente attaccata da violente critiche perché appariva troppo anziana.¹⁴ Risvegliando offese che riaffermano principi discriminatori e lesivi basati sulle “naturali” qualità che l'invecchiamento dell'uomo implica – serietà, autorevolezza, saggezza, credibilità, fascino, ecc. –, confrontati con la sciagura che colpisce invece la donna a cui sono associati disfacimento, disprezzo, degradazione, prosciugamento (Caputo 2009; Murgia 2011; Rigotti 2018; Cantarella 2019).

Secondo uno studio sulla rappresentazione mediatica della figura femminile, verrebbero privilegiati (sebbene ciò non avvenga solamente nei media) gli individui di sesso maschile e i giovani, a scapito della donna che ha superato la giovinezza (Lipperini 2010).

L'invisibilità della donna non più giovane¹⁵ viene perpetrata, con alcune sole eccezioni che sembrano costituire gli unici modelli in cui è ammissibile la sua presenza:¹⁶ da un lato le narrazioni in cui viene chiamata a promuovere prodotti o servizi per la terza età (peraltro attraverso l'interpretazione di donne decisamente più giovani rispetto alla fascia d'età alla quale si rivolgono), dall'altro quando è chiamata a giocare il ruolo della *nonna* o della *vecchia svalvolata*, rispondendo, in questo caso, a *cliché* che ridicolizzano le figure delle donne anziane trasformandole in vere e proprie macchiette.

7. Spazio mediatico e spazio pubblico

Diverse, come ho argomentato, sono le forme discriminatorie veicolate dalle immagini, rappresentazioni dell'alterità che, in vario modo, non ne riconoscono ma ne violano o ne annullano le specificità.

14. Vedi quanto riportato sul caso dal quotidiano *la Repubblica* dalla penna di Vittorio Zucconi: <<https://www.repubblica.it/2007/12/sezioni/esteri/usa-hillary-rughe/usa-hillary-rughe/usa-hillary-rughe.html>>, (15 agosto 2021).

15. Ho scelto volutamente l'espressione “non più giovane” per comprendere tutte le diverse fasce di età, sino ad arrivare alla vecchiaia.

16. Vedi quanto pubblicato da Kite, Deaux e Miele (1991).

Ognuna di esse costituisce un atto iconico che agisce nei confronti dei soggetti a cui è destinato, incidendo con il proprio enunciato affinché possa acquisire un certo abito di comportamento (Bredekamp 2010) e, dunque, concorrendo a diffondere e a promuovere modelli distorti, incapaci di restituire la pluralità della realtà.

Lo spazio mediatico propone modelli; le immagini che percepiamo, ciò che vediamo, strutturano la nostra esperienza del mondo contribuendo alla costruzione della memoria collettiva, ma anche influenzando sui modi dell'incontro, della messa in contatto con l'altro. Gli spazi mediatici che abitiamo esprimono pertanto la nostra esperienza dell'alterità.

Allo spazio pubblico viene riconosciuto il valore di consentire agli individui di interagire mediante la discussione (Arendt 1958), di favorire l'incontro con l'altro e, dunque, di spazio che mi permette di scoprire chi sono. Ma se ammettiamo il parallelismo tra spazio pubblico e spazio mediatico i limiti del quadro esaminato si manifestano nella loro evidenza. Nel momento in cui lo spazio mediatico agisce attraverso la reiterazione di modelli parziali e cristallizzati va a negare uno spazio pubblico plurale, capace di garantire il riconoscimento delle alterità e, di conseguenza, di essere funzionale all'incontro con l'altro.

Il tema del riconoscimento (Honneth 1992) e il tema delle forme di rappresentazione della donna si legano in uno spazio mediatico che deve potersi fare spazio della conoscenza, della negoziazione, ma anche della costruzione del *noi*, della pluralità, delle alterità.

Quanto finora considerato porta ad affermare l'importanza del lavoro di osservazione ancora da compiere intorno alle "matrici escludenti", a indagare ogni forma di enunciato visivo che contribuisce ad alimentare la disparità e le disuguaglianze di genere, a porre, pertanto, al centro di questo ragionamento il ruolo del design della comunicazione che deve saper rafforzare disciplinarmente i processi che lo caratterizzano, innalzando la consapevolezza dei progettisti e delle progettiste nei confronti della funzione *normativa* di cui le immagini si fanno portatrici.

Bibliografia

Arendt, Annah

1958 *Vita activa. La condizione umana*, Milano, Bompiani, 1964.

Bailey, April H.; LaFrance, Marianne; Dovidio, John F.

2019 “Is Man the Measure of All Things? A Social Cognitive Account of Androcentrism”, *Personality and Social Psychology Review*, 2019, 23, 4, 307-331.

Baule, Giovanni; Bucchetti, Valeria (a cura di)

2012 *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, Milano, FrancoAngeli.

Bem, Sandra L.

1993 *The Lenses of Gender: Transforming the Debate on Sexual Inequality*, New Haven, CT, Yale University Press.

Bourdieu, Pierre

1998 *Il dominio maschile*, Milano, Feltrinelli, 2009.

Bredekamp, Horst

2010 *Immagini che ci guardano*, Milano, Raffaello Cortina, 2015.

Bucchetti, Valeria

2012 “Modelli quotidiani, stereotipi diffusi. Parametri progettuali e insidie silenziose”, in Baule, G. e Bucchetti, V. (a cura di), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, Milano, FrancoAngeli, 79-93.

2016 “Il genere tra declinazione e traduzione. Stereotipi, grammatiche comunicative e modelli sociali”, in Baule, G. e Caratti, E. (a cura di), *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto. “Design e Traduzione: un manifesto”*, Milano, FrancoAngeli, 95-121.

2021 *Cattive immagini. Design della comunicazione, grammatiche e parità di genere*, Milano, FrancoAngeli.

Bucchetti, Valeria (a cura di)

2015 *Design e dimensione di genere, Un campo di ricerca e riflessione tra culture del progetto e culture di genere*, Milano, FrancoAngeli.

Cantarella, Eva

2019 *Gli inganni di Pandora. L'origine delle discriminazioni di genere nella Grecia antica*, Milano, Feltrinelli.

Capecchi, Saveria

2018 *La comunicazione di genere. Prospettive teoriche e buone pratiche*, Roma, Carocci.

Caputo, Iaia

2009 *Le donne non invecchiano mai*, Milano, Feltrinelli.

Casnati, Francesca

2022 “Maturità negate. Un vuoto mediatico generazionale”, in Bucchetti, V. e Casnati, F. (a cura di), *Tracce di iper-in-visibilità. Rappresentazione e disparità di genere: uno sguardo sulla quotidianità*, Milano, FrancoAngeli.

Costa, Vincenzo

2011 *Alterità*, Bologna, il Mulino.

D'Amico, Marilisa

2020 *Una parità ambigua*, Milano, Raffaello Cortina.

de Beauvoir, Simone

1949 *Le deuxième sexe*, Paris, Gallimard.

Demaria, Cristina con Tiralongo, Aura

2019 *Teorie di genere. Femminismi e semiotica* [2003], Milano, Bompiani.

Ghisleni, Maurizio

2004 *Sociologia della quotidianità. Il vissuto giornaliero*, Roma, Carocci.

Giomi, Elisa; Magaraggia, Sveva

2017 *Relazioni brutali. Genere e violenza nella cultura mediale*, Bologna, il Mulino.

Goffman, Erving

1976 *Gender Advertisements*, New York, Harper & Row Publishers, 1987.

Heller, Ágnes

2017 *La memoria autobiografica*, Roma, Castelvecchi.

Honneth, Axel

1992 *La lotta per il riconoscimento*, Milano, il Saggiatore, 2002.

Kite, Mary E.; Deaux, Kay; Miele, Margaret

1991 “Stereotypes of young and old: Does age outweigh gender?”, *Psychology and Aging*, 6, 1, 19-27.

Kotthoff, Helga; Wodak, Ruth

1997 *Communicating Gender in Context*, Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.

Lipperini, Loredana

2010 *Non è un paese per vecchie*, Milano, Feltrinelli.

McNair, Brian

2013 *Porno? Chic! How Pornography Changed the World and Made it a Better Place*, New York, Routledge.

Migliucci, Debora (a cura di)

2013 *Verso un'immagine differente. Storia di un progetto di legge*, Milano, Unicopli.

Moretti, Anna

2012 “Armonia e disarmonia. Rappresentazione e comunicazione femminile nel tempo”, in Baule, G. e Bucchetti, V. (a cura di), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, Milano, FrancoAngeli, 45-55.

Murgia, Michela

2011 *Ave Mary. E la chiesa inventò la donna*, Torino, Einaudi.

Nadotti, Maria

2015 *Necrologhi. Pamphlet sull'arte di consumare*, Milano, il Saggiatore.

Papanek, Victor

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

Pinotti, Andrea; Somaini, Antonio

2016 *Cultura visuale. Immagini sguardi media dispositivi*, Torino, Einaudi.

Resnick, Elizabeth (a cura di)

2019 *The Social Design Reader*, London, Bloomsbury Visual Arts.

Rigotti, Francesca

2018 *De senectute*, Torino, Einaudi.

Robustelli, Cecilia

2012 *Linee guida per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo*, Creative Commons Attribuzione – Non opere derivate 3.0 Italia (<https://www.uniss.it/sites/default/files/documentazione/c_robustelli_linee_guida_uso_del_genere_nel_linguaggio_amministrativo.pdf>).

Sabatini, Alma

1987 *Il sessismo nella lingua italiana*, Commissione Nazionale per la parità e le pari opportunità tra uomo e donna, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per l'informazione e l'editoria, Roma.

Sartre, Jean-Paul

1943 *L'essere e il nulla*, Milano, Net, 2002.

Scanu, Claudia

2012 “Impressioni maschili su pagine femminili. Lo sguardo maschile nella rappresentazione pubblicitaria della donna”, in Baule, G. e Bucchetti, V. (a cura di), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, Milano, FrancoAngeli, 207-220.

Sontag, Susan

1972 “The double standard of aging”, *The Saturday Review of the Society*, 23 settembre 1972, 34.

Violi, Patrizia

1986 *L'infinito singolare. Considerazioni sulla differenza sessuale nel linguaggio*, Verona, Essedue Edizioni.

Zanardo, Lorella

2010 *Il corpo delle donne*, Milano, Feltrinelli.

Il riuso come approccio ecologico al design dell'alterità

1. Introduzione

La recente pandemia da Covid-19 può essere vista come un sintomo acuto di un comportamento emergente più generale e il suo effetto sul pensiero contemporaneo si estende su diverse sfere. Le condizioni di esistenza di un modello liberista di crescita economica si sono dimostrate non più compatibili non solo con il benessere delle persone ma anche con la loro salute individuale. Quest'ultima non può essere garantita indipendentemente dalla salute della comunità e del pianeta, per cui è indispensabile un cambio radicale di paradigma. In questo saggio presentiamo una prospettiva ecologica, corrispondente all'assunzione di una postura culturale consapevole della dimensione dell'alterità: si tratta di un tentativo di concentrarsi non sugli individui come se fossero separati gli uni dagli altri, ma piuttosto sulla natura dei confini vitali tra persone e comunità, tra scala locale e globale, infine tra esseri umani, oggetti e luoghi. Verrà quindi messo a fuoco il riuso come categoria transdisciplinare. Infatti, le buone pratiche di riuso possono aiutare a generare o aumentare la fiducia tra gli esseri umani, e tra questi e il loro ambiente. Come strategia di risignificazione e reinvenzione nel processo di progettazione (Giuliani 2020; Schinco 2020) il riuso può essere visto come uno strumento per evitare il consumo di suolo e di patrimonio costruito, promuovendo la rigenerazione urbana e l'innovazione sociale (Caramel 2020), così come un approccio adatto per valorizzare il significato simbolico dei luoghi e coinvolgere le persone in atmosfere attraenti.

2. Conoscenza, relazioni e alterità

Lo psicoanalista inglese Wilfred R. Bion, nella sua opera seminale *Apprendere dall'Esperienza* (Bion 1972) ha formulato la propria teoria del pensiero e della conoscenza a partire dal suo lavoro clinico con pazienti psicotici e in altri contesti estremi, come i gruppi terapeutici per veterani di guerra. Egli

sottolineava fortemente che la sua teoria aveva valore all'interno della relazione viva con i pazienti, cioè in un processo relazionale fortemente caratterizzato a livello emotivo, affettivo ed esistenziale. Era uno strumento per trovarsi nella relazione, come ogni teoria dovrebbe essere. Se una teoria è avulsa dalla relazione e dal processo vitale in cui ha senso, si ipostatizza in un insieme indebitamente meccanicistico in cui il soggetto umano rimane imprigionato insieme al falso sapere che genera. Lo studioso si è espresso come segue:

Noi ci fondiamo su un assunto: che le limitazioni dello psicotico siano dovute a una malattia e che invece quelle dello scienziato non lo siano. Se esaminiamo questo assunto potremo farci un'idea più esatta e della malattia e del metodo scientifico: ci si renderà infatti chiaro che il nostro rudimentale equipaggiamento per "pensare" i pensieri è adeguato soltanto se trattiamo problemi connessi con l'inanimato mentre non lo è più quando è il fenomeno della vita stessa ad essere oggetto di indagine. Dovendo trattare con la complessità della mente umana, l'analista deve diffidare di ogni metodo scientifico anche nei casi in cui esso sia accettato da tutti; può darsi infatti che la debolezza di esso sia molto più vicina alla debolezza del pensiero psicotico, di quanto non sembrerebbe a un esame superficiale. (Bion 1962)

Ciò che qui ci interessa è l'irriverente analogia che l'autore stabilisce tra il modo di pensare psicotico e quello della comunità scientifica. Ad un approccio superficiale, può sembrare che Bion rifiuti il pensiero scientifico: tutt'altro. Non solo nello sviluppo di un suo originale metodo di monitoraggio del processo analitico ricorre a strumenti di tipo logico-matematico, ma a più riprese l'Autore chiarisce che cosa intende con "debolezza" del pensiero: essa, come già sopra evidenziato, consiste nel non riuscire a reggere l'impatto con la verità. L'epistemologia che sottende il pensiero di Bion è orientata alla verità e al rapporto con la realtà. La critica di Bion al pensiero scientifico consiste nell'evidenziare l'inadeguatezza di quest'ultimo a reggere l'impatto con la verità di ciò che è vivo e animato, imprigionandolo in una logica riduzionista e meccanicista. Non si tratta solamente di rivalutare gli aspetti emotivi del pensiero, bensì di restituire alla relazione il ruolo centrale che le spetta qualora ci si voglia occupare della realtà della vita. Solo nella cornice della relazione, e non se vengono trattati come "oggetti", emozioni e intenzioni acquisiscono senso e pertinenza. Dal pun-

to di vista della costruzione del sé, il senso di sé e il senso dell'altro emergono insieme, sempre che i genitori, in particolare la madre con l'infante, siano in grado di riconoscere il bambino come un altro, portatore di istanze, bisogni e stati emotivi indipendenti dai propri. La pratica e la costanza di questo riconoscimento permettono all'infante di concepirsi non solo come un essere, ma come un soggetto, di esistere in quanto altro. *Sé come un altro*, nella suggestiva definizione del filosofo Paul Ricoeur (1990).

La psicoanalisi ha evidenziato come il riconoscimento dell'altro sia la condizione necessaria per il buon funzionamento del pensiero. Questa acquisizione, poiché riguarda gli stadi originari del pensiero umano, ha un potere euristico straripante e supera presto i confini della psicologia clinica, influenzando profondamente il pensiero filosofico.

Per Emmanuel Lévinas (1905-1995) l'etica, cioè l'interrogarsi sul bene e sul male nell'agire, prevale sull'ontologia, che è l'interrogarsi sulla natura dell'essere. Ciò perché la conoscenza, a partire dalla percezione, si sviluppa sempre in relazione, e protagonisti della relazione sono i volti che si incontrano e si guardano. Nel guardarsi reciproco emerge l'irriducibilità di ogni soggetto umano ai tentativi di conoscenza e di categorizzazione da parte del suo interlocutore. In ogni incontro che non sia violento o falsificante si manifesta la tensione verso l'infinito: si impone il fatto che ogni altro è "totalmente altro" da me e da ogni esperienza che possiamo avere in comune. «Noi chiamiamo volto il modo in cui si presenta l'Altro. Questo modo non consiste nel mostrarsi come un insieme di qualità che formano un'immagine. Il volto d'Altri distrugge ad ogni istante e oltrepassa l'immagine plastica che mi lascia» (Lévinas 1961). Pertanto, l'unica possibilità di vera conoscenza è subordinata al rispetto di questa alterità, che è in definitiva l'amore.

Una posizione analoga nelle conclusioni ma differente nel livello di radicalità è quella di Gabriel Marcel (1889-1973). Ciò che condividiamo con gli altri, secondo Marcel, è la corporeità: "abbiamo" un corpo e anche siamo quel corpo. L'esperienza della nostra realtà corporea ci tenta a trattare il corpo come "una cosa", cioè ci invita ad abbandonarci ad un pensiero reificante, che riduce l'essere a "cosa" controllabile e il "mistero" dell'essere, di ogni essere, a "problema" solubile o insolubile che sia; in questo modo, conoscenza e relazione si fanno prevaricatori, violenti e falsificanti. Il mistero dell'essere deve essere viceversa costantemente attraversato, cioè vissuto in tutte

le sue implicazioni mondane e materiali, ma l'atto stesso dell'attraversarlo qualifica il pensiero come trascendente. Come in Lévinas, questa trascendenza è manifestazione di una alterità e originalità irriducibili; al contempo però, la corporeità è manifestazione di una esistenza radicalmente comunitaria. Entrambi gli autori, pur nella diversità, condividono la posizione per cui, se vogliamo preservare la comunità, dobbiamo riconoscere la differenza implicita in ogni soggettività e averne cura. Riconoscere la differenza e averne cura garantiscono la possibilità di dare senso all'esistenza, senso che altrimenti si deteriorerebbe fino a perdersi del tutto.

Indagando il legame tra relazioni e creatività attraverso la lente della valorizzazione della vita di sogno, Schinco (2011) ha fatto propria una posizione che riecheggia quella di Lévinas e Marcel (Marcel 1935). L'esistenza umana, più che un "esserci" nel senso postulato da Martin Heidegger, cioè un essere impersonalmente "gettato" nelle circostanze e nelle vicissitudini che situano e caratterizzano ogni singola esistenza, è un "essere con qualcuno". Infatti, il semplice "esserci", caratterizzato dalla solitudine verso l'ambiente, a livello esistenziale è caratterizzato dalla disperazione e dalla sfiducia di fondo. Come ci mostra la psicologia clinica, questo avviene perché la solitudine non è una condizione fondamentale dell'esistenza, ma piuttosto un'assenza che risucchia il senso nel nulla, getta nella disperazione e invita a impegnarsi in relazioni volte a dominare l'altro. Heidegger era appassionato del tema dell'abitare: ebbene, non si abita da soli, ma insieme. Inoltre, Schinco (2015 e 2019) ha affrontato la realtà di "essere con qualcuno" con una connotazione etica, quella della manifestazione o "emergenza" del bene e del male a seconda del modo in cui gli individui, le famiglie e le comunità si relazionano quotidianamente. Il pensare consapevolmente o inconsapevolmente gli altri oggettivandoli, reificandoli e strumentalizzandoli non solo genera ingiustizia, ma erode lentamente il senso di esistenza, vitalità e appartenenza. Infine, col tempo, costituisce la premessa di vere e proprie "emergenze sistemiche" o "epifanie" del male sociale e interiore. Al contrario, la pratica di un pensiero che rispetti l'irriducibile unicità di ogni altro, e quindi l'intrinseca soggettività di tutto ciò che non è "io", rende possibile un'autentica empatia (Stein 1917), e il naturale riconoscimento che siamo tutti diversi e letteralmente inestimabili, poiché non esiste una metrica per categorizzare, confrontare e misurare le dimensioni valoriali di ciascuno.

3. Una prospettiva ecologica

Di fronte a popolazioni divorate dalle guerre, all'estrazione sconsiderata di risorse, a migrazioni per cause climatiche e povertà, agli effetti della pandemia amplificati in nome di un profitto finanziario e globalizzato, molti studiosi si stanno occupando della condizione del nostro pianeta, descrivendo la nostra epoca come *Antropocene*. Donna J. Haraway (2016), studiosa di spicco nel campo della scienza, della tecnologia e degli studi socialisti-femministi, ha introdotto il termine *Chthulucene*, formato dall'associazione di due radici greche (*khthôn* e *kainos*), che indica una tipologia di spazio-tempo necessaria per stare responsabilmente in contatto con il vivere e il morire su una Terra danneggiata e ferita. Il significato di *kainos* è *ora*, il tempo degli inizi, per l'esistere e il progredire, il tempo per la novità. *Khthôn* si riferisce ai processi ctoni, che appartengono alla Terra, sono antichi e nuovi nello stesso momento, dimostrano e realizzano l'importanza materiale delle attività terrestri e di tutte le creature. Secondo Haraway, l'individualismo nelle sue diverse forme – biologica, filosofica, politica – non è più una risorsa; è diventato impensabile e dovrebbe essere sostituito da un pensiero tentacolare, che può essere applicato in diversi campi dalla scienza all'antropologia fino alla narrativa.

Diversi ricercatori, appartenenti a diversi campi disciplinari, ritengono necessario assumere una prospettiva ecologica che permetta all'uomo di tener conto dell'alterità costituita dalla natura, cioè dalle altre specie viventi. Nicolas Bourriaud (2021), curatore e critico d'arte attivo in tutto il mondo, nel suo *Inclusions* traccia un viaggio erudito ed eclettico attraverso la storia, la filosofia, l'antropologia e le arti visive, evidenziando la necessità di una svolta nel pensiero e nella pratica che rinnovi le categorie tradizionali dell'umanesimo e aiuti a interpretare l'attuale era del *Capitalocene*. Puntando a includere le categorie emarginate dall'ideologia occidentale e capitalista, si concentra sulle minoranze, i popoli considerati "primitivi", gli animali, le piante e persino le molecole: insomma, il vivente, nel suo senso più ampio.

Stefano Mancuso va anche oltre, sostenendo che per migliorare la nostra vita non possiamo non ispirarci alle piante, poiché le piante sono organismi sociali sofisticati ed evoluti che offrono la soluzione a molti problemi tecnologici, e sono anche molto più resistenti degli animali. Le piante hanno straordinarie capacità di adattamento, possono vivere in ambienti estremi,

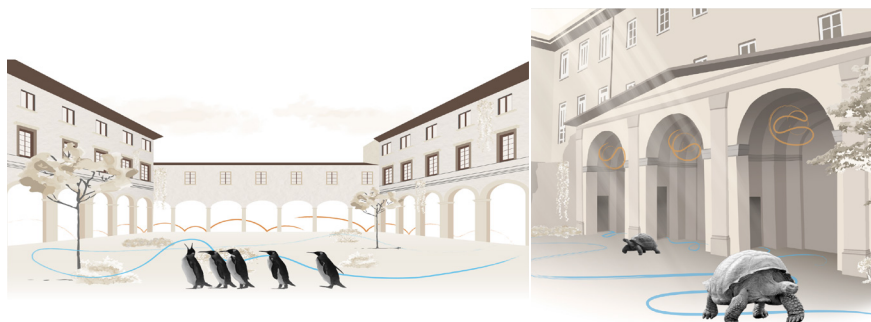


Figura 1. Il 2020 ha posto i sapiens di fronte a una realtà in rivolta, allontanandoli dalle proprie abitudini, minandone le certezze di invincibilità e costringendoli a riflettere sul proprio ruolo negli ecosistemi naturali. Sviluppandosi come paesaggi, gli ambienti si offrono alla fantasia degli utenti consentendo di eludere i consueti pattern comportamentali. Solo sperimentando punti di vista inusuali si potrà riscoprire ciò che le consolidate abitudini hanno per lungo tempo nascosto. *Anumani*, Caselli C., Ciliberti E., D'Aleo G., Paggi M., Picasso G., Reati M., Vettoretti I.: progetto di riuso di un edificio storico di Milano, Laboratorio di Interior Design, Scuola di Design, Politecnico di Milano, 2020.

mimetizzarsi per sfuggire ai predatori, muoversi senza consumare energia, produrre molecole chimiche con cui manipolare il comportamento di animali e uomini.

Concettualmente, considerare la natura come *altro dall'essere umano* è il risultato di una cultura antropocentrica. In realtà, l'uomo è la natura e la natura è l'uomo (Bonardi e Marini 2020). Il riscaldamento globale, il consumo di suolo e l'innalzamento dei mari non sono fenomeni naturali, né antropogenici; sono qualcosa che ha a che fare con l'intero sistema di cui la natura e l'uomo fanno parte. È necessario superare il dualismo e, soprattutto, pensare all'ambiente considerando l'uomo non separato da esso, ma come parte di un sistema complesso e dinamico. I luoghi diventano elementi emblematici dell'abitare umano sulla Terra; creando alcuni luoghi, l'uomo ha spesso abbandonato, distrutto, dimenticato, sommerso, soppiantato, sradicato e rigenerato altri luoghi. Sono punti di una rete che coesistono in spazi e tempi diversi, assumono forme e significati diversi a seconda della prospettiva culturale che li legge e interpreta.

Nel quadro di una prospettiva ecologica, è importante menzionare il contributo di Gregory Bateson (1904-1980), antropologo e pioniere del pensiero cibernetico, che si è anche concentrato sul significato e la differenza attraverso la qualità delle relazioni, la cui importanza è stata menzionata sopra. Bateson (1972) ha fatto un'affermazione molto chiara: non solo la comunità, ma l'ecosistema deve essere preservato; questo è possibile solo

valorizzando radicalmente la differenza, evitando le confusioni – logiche o che coinvolgono il confine tra il sé e l'altro – senza una mentalità reificante e strumentale che sottopone la vastità dell'essere alle pretese del sé, sia esso individuo, gruppo o società. Come individui siamo distinti, ci avverte Bateson, non separati. Così, il ragionamento di Bateson, in linea con l'epistemologia sistemica e cibernetica che lo sottende, è di natura circolare: preservare la comunità e l'ecosistema a sua volta promuove e protegge la differenza, innescando e facilitando lo sviluppo in chiave epigenetica. Vale la pena ricordare che il significato originario di *epigenesi* consiste proprio nella differenziazione e nella crescita organizzativa.

4. Riuso e alterità

Se in passato il riuso degli edifici era dettato da ragioni pratiche, come l'approvvigionamento di materiali da costruzione, oggi il riuso degli edifici esistenti è spesso sostenuto da ragioni etiche, come il tentativo di limitare il consumo di suolo e il desiderio di mantenere vivo un legame con il passato (Anzani e Caramel 2020).

Infatti, l'evoluzione umana non si svolge solo attraverso il recupero e la valorizzazione di ciò che è già in rovina. Se guidato da un pensiero realista e orientato alla natura, il recupero riscatta e rivitalizza anche ciò che è stato generato dal male o ne è profondamente impregnato. Poiché nessuno dei luoghi o delle città che abbiamo generato nel tempo è caratterizzato da una completa innocenza, questa prospettiva è uno stato di necessità che ci impone di reagire in modo responsabile. L'epigenesi assume anche un nuovo aspetto. Avere a che fare con edifici abbandonati e decaduti trasmette esperienze di alterità, legate a una distanza temporale, alle tecniche costruttive e alla funzione rispetto alle esigenze e al gusto contemporaneo. Il progetto di interior design in contesti storici deve confrontarsi con il significato riconosciuto agli edifici esistenti. Infatti, il delicato rapporto tra il nuovo e l'antico può sfociare nella reciproca valorizzazione delle parti o, al contrario, nella prevalenza dell'uno sull'altro, dove la struttura esistente viene spesso messa in secondo piano e interpretata esclusivamente come sfondo scenografico. Il riuso di un edificio esistente dovrebbe essere sostenuto dal riconoscimento del valore aggiunto che esso è in grado di offrire rispetto a una costruzione nuova, grazie alla sua stratificazione storica e materiale.

4.1. Rigenerazione urbana e innovazione sociale

L'industrializzazione dei paesi occidentali, con l'illusione di una possibilità di crescita apparentemente illimitata (Latouche 2012), ha introdotto il concetto di obsolescenza e sostituzione, in contrasto con la riparazione, che si riflette in un costante processo di urbanizzazione e cementificazione degli ambienti naturali. Ancora pervase dal concetto illuminista di ordine, le nostre città stanno liquidando ciò che non risponde a un imperativo economico, basato sul valore dei terreni e dei beni costruiti (Guglielmi 2021). Le città post-industriali sono quindi segnate dalla presenza di complessi sottoutilizzati, caratterizzati da palinsesti di memoria e valori che spesso non vengono identificati, né diventano un patrimonio comunitario condiviso.

La necessità di spazi dove svolgere le proprie attività ha sempre posto l'essere umano di fronte a un complesso rapporto con le architetture esistenti. In passato, il riuso degli edifici era un naturale processo di "aggiornamento" funzionale e spaziale (Sette 2001); dopo il XIX secolo il riconoscimento di un valore storico e culturale del patrimonio esistente ha progressivamente ridefinito questa pratica.

Negli ultimi anni, il patrimonio culturale è stato considerato un motore per la rigenerazione urbana in molti centri storici, non solo attraverso il riuso funzionale di siti storici, ma anche come mezzo per migliorare il senso di identità locale, l'inclusione sociale e il benessere pubblico. Dopo la Dichiarazione ICOMOS di Amsterdam del 1975, che ha introdotto la nozione di "conservazione integrata", altre Carte internazionali hanno successivamente evidenziato e riaffermato l'importanza della conservazione del patrimonio ai fini dell'identità locale.

In relazione al patrimonio mondiale, è stata messa a fuoco l'idea di una conservazione dei valori materiali delle città storiche – che sono la morfologia, l'aspetto formale, la relazione tra la città e il suo ambiente circostante – e delle loro funzionalità, ed è stata introdotta la nozione di "paesaggio urbano storico". Negli ultimi decenni, utilizzare il patrimonio come catalizzatore per la rigenerazione urbana è diventata una pratica comune nelle città storiche di tutto il mondo ed è stata rivolta un'attenzione specifica ai valori immateriali, al paesaggio naturale e alla topografia in relazione al tessuto costruito, allo sviluppo sostenibile e al coinvolgimento delle comunità locali (Plevoets e Van Cleempoel 2019).

Approcci progettuali incentrati sull'esperienza emotiva e multisensoriale potrebbero dare valore non solo a un uso funzionale, ma anche esperienziale dei luoghi. La sfida è restituire aree dismesse a nuove possibilità d'uso, affidandosi a strategie temporanee e reversibili, coerenti con la natura e l'anima del luogo, volte alla loro reintegrazione nel vivo del tessuto sociale e alla valorizzazione del loro significato simbolico.

Gli edifici dismessi, non più considerati come fatti casuali o isolati, possono costituire un punto di partenza per superare l'ormai insostenibile logica binaria che divide il territorio in urbanizzato e non urbanizzato. Le peculiarità delle aree urbane dismesse, il più delle volte "sfilacciate" rispetto alla regolare estensione urbana e distribuite sul territorio apparentemente senza regole, a seguito del loro abbandono, diventano possibili modelli capaci di ricreare nuove aggregazioni fisiche e sociali, partendo proprio dal loro grado di disomogeneità. L'utilizzo di regole di auto-similarità, ovvero la ricorrenza di forme simili a scale diverse, derivate dalla matematica frattale presente in natura, nell'arte, nell'architettura e nel territorio, può essere visto come un nuovo approccio alla progettazione in edifici dismessi, recuperando valori identitari, storia collettiva come memoria e in molti casi anche il "Genius loci" dimenticato (Guglielmi 2021).

Diverse città sperimentano processi di riqualificazione di edifici produttivi dismessi. Uno dei progetti di riconversione urbana più significativi in Europa è BASE, a Milano, una ex fabbrica elettromeccanica di 12.000 metri quadrati, oggi trasformata in un luogo di produzione culturale adibito a laboratori, mostre, conferenze, bistrot, sale studio e residenze per artisti (Di Prete 2020). Un altro esempio significativo, sempre in Italia, è il Farm Cultural Park di Favara, una piccola città della Sicilia, dove alcuni edifici abbandonati sono stati ridisegnati attraverso un'estetica pop e contemporanea, ospitando designer di tutte le nazionalità per conferenze, eventi, lezioni, invertendo la crisi economica e la mancanza di risorse umane (Invernizzi 2020).

Riusiamo l'Italia è un road book basato su ricerche di buone pratiche di riuso degli spazi. L'Italia è "piena di spazi vuoti" che, se riutilizzati da start up culturali e sociali, potrebbero diventare una leva a basso costo per promuovere l'occupazione giovanile. Questo tipo di azione dal basso potrebbe contribuire allo sviluppo del Paese, ripartendo da quelle "vocazioni" artistiche, creative, culturali e artigianali che hanno fatto apprezzare l'Italia

nel mondo e che interessano i giovani di oggi, sempre più capaci di reinterpretarle sulla base dei paradigmi contemporanei.

Un altro esempio interessante è la rigenerazione dell'ex sito minerario di Winterslag a Genk in un hub creativo che ospita una scuola di arte e design, un incubatore per giovani imprenditori, un cinema, un centro culturale, una galleria d'arte e un museo. Genk è una città industriale che si è sviluppata all'inizio del ventesimo secolo grazie alla sua industria mineraria. Dopo la chiusura delle miniere negli anni Ottanta, la città si è confrontata con una grande disoccupazione ma anche con la questione di come trattare i reperti costruiti dell'industria mineraria e il loro paesaggio circostante. Ancora più che un motore per lo sviluppo economico di Genk, l'intervento è destinato a diventare un nuovo centro per la città e un elemento chiave nella formazione della sua rinnovata identità (Plevoets e Van Cleempoel 2019).

La rigenerazione può essere attuata non solo attraverso il riuso di edifici storici, ma anche attraverso la conservazione e la riattivazione di aspetti immateriali, come le tradizioni, l'artigianato o le narrazioni locali, e attraverso il restauro e la riqualificazione del paesaggio naturale. Inoltre, il riuso adattivo come strumento per rafforzare il senso di continuità e l'identità locale si applica non solo agli edifici del patrimonio, ma anche a tutti i tipi di edifici che attualmente non sono considerati di alcun valore architettonico o storico, ma che vengono mantenuti per ragioni sociali, ecologiche o pragmatiche (Plevoets e Van Cleempoel 2019).

4.2. Attaccamento al luogo

Secondo Franco La Cecla (1988), percepire uno scarto tra noi e l'ambiente circostante, una soluzione di continuità, una discrepanza, un equilibrio alterato tra il nostro corpo e lo spazio, equivale a sentirsi persi, può provocare una "vertigine". Ci si trova presi tra un'aspettativa di familiarità, un'aderenza o comprensione affettiva con un luogo, e un input contrario proveniente dal luogo stesso. L'alterità in questo caso corrisponde a un disagio legato a un luogo che non possiamo sentire o fare nostro: il nostro corpo si aspetta un'affinità con le presenze fisiche circostanti, ma questa viene negata, il mondo intorno a noi diventa ambiguo e insopportabile, pericoloso e insignificante. Come il corpo, luogo individuale della memoria, può essere sede di blocchi e sofferenze, così la città, luogo collettivo della memoria, può essere sede di disorientamento (Anzani e Caramel 2015).

L'attaccamento al luogo sembra essere un fenomeno universale. Secondo la filosofa francese Simone Weil «Il radicamento è forse il bisogno più importante e più misconosciuto dell'anima umana» (Weil 1954). Di conseguenza, l'interruzione dell'attaccamento attraverso il trasferimento forzato può avere gravi conseguenze sulla salute fisica e su quella psichica (Lewicka 2014).

Crescenti studi empirici e concettuali sulla cognizione incarnata stanno sostenendo l'idea che il modo in cui percepiamo, sperimentiamo, impariamo e pensiamo dipende dal tipo di corpo che abbiamo e dai modi in cui interagiamo con i nostri ambienti fisici e sociali e, quindi, con gli spazi architettonici e urbani (Mallgrave 2013). Gli ambienti costruiti non sono semplicemente prodotti architettonici o manufatti estetici, sono parte delle relazioni sociali affettive e della cognizione incarnata, possono produrre un senso di orientamento e di appartenenza (Mallgrave 2013).

In un'epoca in cui i continui spostamenti e cambiamenti producono un crescente stato di alienazione, i luoghi storici possono creare un senso di continuità con il passato, incarnare le tradizioni del gruppo e facilitare l'attaccamento al luogo, intensificato dalla consapevolezza della storia del luogo (Lewicka 2008). Noi ipotizziamo che questo fenomeno possa essere ricondotto al tema più ampio del senso di fiducia. Buone pratiche di riuso possono aiutare a generare o aumentare la fiducia tra gli esseri umani, e tra questi e il loro ambiente. Il riuso di edifici esistenti può essere visto come un'opportunità per abitare uno spazio precedentemente abitato e per ripristinare un senso di appartenenza a una comunità.

5. Conclusioni

Il concetto di obsolescenza e sostituzione, introdotto dall'industrializzazione in contrapposizione alla riparazione, e riflesso da un costante processo di urbanizzazione e cementificazione degli ambienti, dovrebbe essere superato come espressione anacronistica della crescita solo apparentemente illimitata dei paesi occidentali (Latouche 2012), imperniata sulla centralità di singoli consumatori bloccati in una competizione incessante con gli altri e nello sforzo di controllarli. Si dovrebbe adottare una prospettiva ecologica, corrispondente all'assunzione di una postura culturale consapevole della dimensione dell'alterità: si tratta di tentare di concentrarsi non sugli individui come se fossero separati gli uni dagli altri, bensì sulla

natura dei confini vitali tra persone e comunità, tra scala locale e globale, infine tra gli esseri umani, gli oggetti e i luoghi.

Il riuso di edifici esistenti e il mantenimento del carattere storico di una comunità, così come l'adozione di criteri di minimo intervento, ibridazione e approcci reversibili, possono valorizzare l'identità locale, portare alla riqualificazione, al turismo culturale, ripristinare il senso di appartenenza a una comunità e favorire il comfort fisico e psicologico.

Bibliografia

Anzani, Anna (a cura di)

- 2020 *Mente e luoghi. Un approccio multidisciplinare al design della città contemporanea*, Milano, Postmedia Books.

Anzani, Anna; Caramel, Claudia

- 2015 *Abitare la bellezza*, in Piselli (2015), 95-113.
2020 “Design and Restoration. An Ecological Approach”, in Crespi (2020), 68-84.

Bateson, Gregory

- 1972 *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology*, Chicago, University of Chicago Press.

Bion, Wilfred R.

- 1962 *Learning from experience*, London, William Heinemann. Tr. it. *Apprendere dall'esperienza*, Roma, Armando, 1972.

Bonardi, Luca; Marini, Andrea

- 2020 “Identità. Oltre i luoghi, oltre le identità, per una ridefinizione culturale del rapporto tra uomo e natura”, in Anzani (2020), 371-387.

Bourriaud, Nicolas

- 2021 *Inclusions. Esthétique du capitalocène*, Paris, Presses Universitaires de France.

Caramel, Claudia

- 2020 “Riuso. Riuso urbano e vivibilità”, in Anzani (2020), 155-166.

Crespi, Luciano (a cura di)

- 2020 *Cultural, Theoretical, and Innovative Approaches to Contemporary Interior Design*, Hershey, Pennsylvania, IGI Global.
2021 *Design of the unfinished. A new way of designing leftovers regeneration*, Cham, Springer Nature.

Crisci, Giorgia

- 2012 *Specchi del design. Una ricerca sull'empatia fra teorie estetiche e neuroscienze*, Tesi magistrale, Scuola del Design, Politecnico di Milano, tutor Salvatore Zingale.

Di Prete, Barbara

2020 “Sogni. La riconversione di edifici dismessi in chiave culturale e creativa come motore di rigenerazione urbana”, in Anzani (2020), 57-72.

Giuliani, Massimo

2020 “Riuso. Ricontestualizzazione e risignificazione nell’arte e nella cura”, in Anzani (2020), 343-355.

Guglielmi, Eugenio

2021 “Nature and Anti-Nature. The fractals of the unfinished”, in Crespi (2021), 175-193.

Haraway, Donna J.

2016 *Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene*, Durham, North Carolina, Duke University Press. Tr. it. *Chthulucene. Sopravvivere su un pianeta infetto*, Roma, Produzioni Nero, 2019.

Invernizzi, Fiamma C.

2020 *Memoria. Abitare gli avanzi*, in Anzani (2020), 91-119.

La Cecla, Franco

1988 *Perdersi. L'uomo senza ambiente*, Roma-Bari, Laterza.

Latouche, Serge

2012 *Bon pour la casse! Les dérasons de l'obsolescence programmée*, Paris, Les Liens Qui Libèrent Editions.

Lévinas, Emmanuel

1961 *Totalité et infini. Essai sur l'exteriorité*, Leida, Martinus Nijhoff. Tr. it. *Totalità e Infinito. Saggio sull'esteriorità*, Milano, Jaca Book, 1980.

Lewicka, Maria

2008 “Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past”, *Journal of Environmental Psychology*, 28, 209-231.

2014 “In search of Roots. Memory as enabler of place attachment”, in Manzo, L.C. e Devine-Wright, P., *Place attachment. Advances in theory, methods and applications*, London and New York, Routledge, 49-60.

Mallgrave, Harry F.

2013 *Architecture and Embodiment. The Implications of the New Sciences and Humanities for Design*, London, Routledge. Tr. it. *L'empatia degli spazi. Architettura e neuroscienze*, Milano, Raffaello Cortina, 2015.

Marcel, Gabriel

1935 *Être et avoir*, Paris, Aubier.

Piselli, Ada (a cura di)

2015 *Alteridentità. Luoghi narrati, luoghi taciuti, luoghi comuni*, Manerbio, Durango Edizioni.

Plevoets, Bie; Van Cleempoel, Koenraad

2019 *Adaptive reuse of the Built Heritage*, London and New York, Routledge.

Ricoeur, Paul

1990 *Sé come un altro*, Milano, Jaca Book, 1993.

Schinco, Massimo

2011 *The Composer's Dream: Essays on Dreams, Creativity and Change*, Pari Publishing, Pari.

2015 *Epiphanies of Right, Epiphanies of Evil: eleogenetic practices as an alternative to a “problem based” reality*. Disponibile in: <<http://www.slideshare.net/beinetter/krakow-eleogenetic-2015-online>>.

2017 “Pensiero onirico e decisioni orientate al futuro”, in Anzani, A. e Guglielmi, E. (a cura di), *Memoria, bellezza e transdisciplinarietà. Riflessioni sull'attualità di Roberto Pane*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli, 183-193.

2019 “Immaginazione e affetti al servizio della persona. Aspetti eleogenetici della relazione”, *Caleidoscopio Relazionale*, 9/2019, Roma, Scione Editore, 1-16.

2020 “Dreams. The relational link between nocturnal and diurnal creativity”, in Anzani (2020), 39-53.

Sette, Maria Piera

2001 *Il restauro in architettura. Quadro storico*, Torino, Utet.

Stein, Edith

1917 *Zum Problem der Einfühlung* (dissertazione), Halle. Tr. it. *Il problema dell'empatia*, Roma, Edizioni Studium, 1985.

Weil, Simone

1954 *La prima radice. Preludio a una dichiarazione dei doveri verso la creatura umana*, traduzione di Franco Fortini, Milano, Edizioni di Comunità.

Traduzioni editoriali, forme dell'alterità

Il design della comunicazione come scrittura dell'Altro. La svolta culturale dei magazine indipendenti

1. Traduzione e alterità

Il design della comunicazione in quanto atto traduttivo si muove pienamente e costitutivamente all'interno degli scenari dell'alterità. Fa i conti con nuclei di alterità che ne segnano a fondo lo statuto disciplinare. Se in generale, come principale carattere distintivo, il design della comunicazione appare finalizzato alla continua edificazione di postazioni dialogiche tramite gli artefatti che gli sono propri, vi sono tuttavia aspetti che restituiscono in termini di maggiore complessità il suo rapporto con le dimensioni dell'alterità. Uno di questi è, appunto, la stretta relazione che intercorre tra design e traduzione.

Il *paradigma traduttivo* e le sue declinazioni calati nel campo del design hanno infatti messo in luce aspetti di consapevolezza teorica ormai chiaramente affermatasi anche in termini applicativi (Baule e Caratti 2016a, 2016b).

Per due motivi principali. In primo luogo, perché la comunicazione progettata, la *traduzione comunicativa*, è già per sé stessa una piattaforma che mette a sintesi linguaggi *altri*, diversi tra loro, tramite una sorta di ininterrotta traduzione "interna": quello che possiamo considerare un esercizio di alterità di primo livello.

In secondo luogo, perché la comunicazione, nella missione che le è conaturata di proiezione verso l'esterno, generando i dispositivi che le sono propri si fa *altro* per raggiungere *l'altro* e/o per parlare *dell'altro* – o *con l'altro*. A questo duplice livello, il punto di vista dell'alterità pone di continuo l'accento sull'asimmetria insita nel processo comunicativo e lo marca strutturalmente. La tensione traduttiva della comunicazione di progetto conferma allora il comunicare come un articolato sistema delle alterità nelle più diverse accezioni. E se la comunicazione si fonda su questa rete fittissima di tensioni nel campo dell'alterità, a ben guardare è proprio questo sistema delle alterità a renderla flessibile e disponibile alla sua funzio-

ne primaria, alla *conversazione* con l'*altro* più che alla pura trasmissione.¹ In questa luce, si può riconsiderare il design della comunicazione secondo una doppia linea di indagine, in più parti convergente, che in questa sede proviamo a enunciare. La prima è relativa alla struttura stessa del discorso comunicativo; la seconda, di tipo tematico, esemplifica *dove* e *come* la linea del design dell'alterità si esprime esemplarmente sul piano dei contenuti, com'è il caso dei magazine indipendenti, medium storicamente privilegiato nel campo delle culture *altre*.

2. Per una mappa delle alterità comunicative

Per quanto riguarda gli aspetti strutturali e di processo, se la comunicazione in sé si presenta come luogo di intersezione tra linguaggi *altri* che devono incontrarsi – loro destino è l'*incontro* –, le tecniche comunicative in quanto tali si confermano come un campo propriamente traduttivo. Pensiamo, a questo proposito, alla natura dei *mixed media* (Mitchell 2018: 135): essa fa i conti in modo imprescindibile con il piano intersemiotico a partire dalla dialettica testo-immagine – oggetto degli studi sull'*imagetext* (*ibidem*) –; è conferma del principio di “tensione coerente degli opposti”, quella forma di «transizione continua tra i contrari» dove «gli opposti non cessano mai di “comunicare” tra loro in un'unità strutturale» (Jullien 2018: 49). Proprio la natura intermediale della comunicazione, che la digitalizzazione ha portato decisamente in primo piano, acquista particolare evidenza nei dispositivi ibridi oggi dominanti.

Gli artefatti comunicativi, in quanto appartenenti al circuito intermediale² e risultante di processi di *rimediazione* (Bolter e Grusin 1999) – *media altri* che confliggono, si citano, si incontrano –, a loro volta non fanno che rimandare all'intrinseca natura traduttiva e al gioco delle alterità implicito nei processi di produzione della comunicazione. Testimoniano di quella

1. «[...] comunicare non è trasmettere. A dispetto dei dizionari che in modo monotono, perché prigionieri dello stesso pregiudizio, definiscono la comunicazione come trasmissione, nell'etimologia della parola comunicare non c'è riferimento al trasmettere, c'è invece il *cum*, il *communis*, il comune e la comunità, e c'è soprattutto il *munus*, il dono e/o l'obbligo reciproco che concerne i soggetti che condividono un luogo comune» (Ronchi 2008: 200).

2. «[...] il paradigma audiovisivo a cui penso poggia sul presupposto che, solo muovendo da un confronto attivo tra i diversi formati tecnici dell'immagine (l'ottico e il digitale, per esempio), si possa rendere giustizia all'alterità irriducibile del mondo reale e alla testimonianza dei fatti, mediatici e non, che vi accadono» (Montani 2010: XII).

«forma di vita dei media» (Montani 2010: 13) che vede un medium all'interno di un altro, fino agli effetti di fusione e di immediatezza dell'esperienza immersiva definita *ipermediazione* (Bolter e Grusin 1999: 99).

Anche il piano dell'atto iconico spinge oggi, in pieno regime digitale, a indagare le conseguenze dell'infinita manipolabilità delle immagini come a una sorta di cortocircuito intrasemiotico; fino a toccare l'ipotetica caduta della «prestazione referenziale delle immagini» (Montani 2010: 20) che incide necessariamente sullo stesso statuto delle immagini, sul loro potere di rimandare ad *altro*, come risulta palese nel dibattito sul *fotografico* (Marra 2006; Fontcuberta 2018).

O ancora. I confini dell'immagine relativi al *fuoricampo* (Guerra 2020) e, più in generale, il *fuoricampo comunicativo*, funzionano al tempo stesso come occultamento ma anche come disvelamento dell'*altro* tramite *la pressione del fuoricampo* (*ibidem*). L'*altro*, estromesso dalla cornice, senza mostrarsi ci parla con la sua assenza.

Se la questione dell'alterità, intesa come distanza o distacco dal *reale*, mette in discussione il patto referenziale delle immagini e della comunicazione *tout court*, quindi la loro consistenza documentale, può anche suggerire esiti comunicativi quali l'interdipendenza tra finzione e documentazione (Martinengo 2021) nei format info-narrativi. Ma soprattutto spinge a interrogarci su quel *debito di testimonianza* di cui ci rammenta Ricoeur (1985: 214), ossia dell'«impegno testimoniale (il debito dell'immagine nei confronti del suo altro)» (Montani 2010: XIV).

Oppure: nel design dell'identità (*identity design, naming, ecc.*), quando il dispositivo comunicativo nomina l'*altro* imponendo un nome, anche nelle versioni strettamente funzionali come la *brand identity*, tende a risolvere aspetti di alterità omologandoli. Peraltro, per esempio in campo toponomastico, sarebbe «di grande valore conoscitivo per la teoria della globalizzazione terrestre se potessimo disporre di una storia dettagliata della politica di denominazione geografica degli ultimi cinque secoli. [...] Essa potrebbe rappresentare anche il modo in cui si è dispiegato nella storia dei nomi del mondo il versante semantico di quel dis-allontanamento del mondo che gli europei avevano istintivamente praticato insieme alla denominazione» (Sloterdijk 2014: 854).

Anche l'assunto teorico del *design dell'interfaccia* (Anceschi 1993) evidenzia la comunicazione come dispositivo diaframmatico, un sistema che mette

in collegamento, mantenendone la separatezza, due ambiti, due mondi tra di loro *altri*. Il progetto comunicativo si insinua nell'interstizio tra questi due ambiti connettendoli nella loro distinzione. A conferma che i *dispositivi dell'alterità*, per loro natura costitutiva e per tensione referenziale, presentano una forte potenzialità di soglia. È il design dell'interfaccia, inoltre, che ci introduce agli aspetti propri dell'interazione comunicativa.

Il design della comunicazione si mostra nel suo insieme, almeno sul piano metodologico, come un sapere *tattico*, dove «la tattica ha come luogo solo quello dell'altro» (De Certeau 1980: 72 e segg. tr. it.), dove il rapporto con l'altro è vocazione allo sdoppiamento, comportando un accento ubiquo.

Si può leggere lo stesso processo progettuale del design della comunicazione come un continuo dialogo con l'*altro*, e in una duplice forma: l'*altro dentro di sé* del progettista che, come primo destinatario, si interroga sull'efficacia dei linguaggi e dei dispositivi che mette in opera; poi, con la simulazione di un destinatario *altro*, l'ipotizzazione di un target *altro da sé*. Se *target* è, per chi progetta comunicazione, l'inquadramento di un obiettivo fuori da sé, lo sguardo che prende la mira verso un ben identificabile *altro*, si impone tuttavia una critica del *target* come costruzione standardizzata dell'altro, inseguimento dell'altro tramite stereotipizzazione (cfr. ad esempio Bassetti 2008). Ne discende anche un'auspicabile formazione del designer della comunicazione: quella orientata al costante esercizio dell'andare *oltre da sé* – la peculiare sensibilità che lo distingue dalla pura pratica artistica –, orientata al riconoscimento e alla decostruzione di un *sé comunicativo* spesso contrabbandato come espressione del diritto all'autorialità, votato all'autoreferenzialità dove il senso dell'*altro* decade.

La progettazione di artefatti e sistemi comunicativi è dunque una pratica che costitutivamente e in modo incessante si confronta con la dimensione dell'*altro*, si misura di necessità con il *debito originario*, la *frattura*, lo *scarto* (Jullien 2018). Assunta questa prospettiva, il design della comunicazione è chiamato a progettare *dispositivi per l'alterità*. Presuppone dunque, nei suoi processi, un continuo esercizio sul piano delle alterità, a proposito del quale si potrebbe tracciare una mappa ancorché provvisoria, una *mappa delle alterità comunicative*.

Nello statuto del design della comunicazione, alterità non è solo il possibile oggetto della comunicazione ma è il soggetto che ne radica la struttura profonda. Se non si coglie questa intrinseca interrelazione tra progetto

della comunicazione e alterità, si rischia un esclusivo appiattimento sul piano del contenuto. È invece nel profondo del dispositivo stesso della comunicazione, nella struttura dei singoli artefatti, che già opera la dialettica dell'alterità, rappresentando a sua volta la spinta a una continua negoziazione dei limiti della comunicazione.

Sul piano generale, il design della comunicazione può allora essere assimilato alle forme di *scrittura dell'altro* (De Certeau 2005); di conseguenza, con la traduzione comunicativa si attua un rapporto con l'*altro* in un patto di reciproca comprensione. La *traduzione editoriale*, come messa in forma dei contenuti, e dunque parte integrante del design della comunicazione, va allora intesa come atto di ospitalità (Jabès 1991): un linguaggio che si fa *altro* per raggiungere e riconoscere l'*altro*. Così come l'*altra comunicazione e l'editoria altra*, come tutte le forme di contro-comunicazione, si sono poste da oltre mezzo secolo quale espressione del pensiero dissidente votato a contenuti altri – o 'controculture' (cfr. Eco 1972). A partire da queste considerazioni, nell'ambito dei prodotti del design editoriale appaiono emblematici quegli artefatti appartenenti all'area dei magazine indipendenti che fanno dell'alterità il proprio asse comunicativo. Dove, come si è detto, l'*altro* non viene soltanto "descritto" o prefigurato ma si trova "inscritto" nell'atto comunicativo stesso.

3. Contesto di riferimento e criteri di classificazione

Che le riviste indipendenti rappresentino il principio di alterità rispetto a una cultura dominante è un fatto assodato. La sperimentality dei formati, la qualità dei supporti (la dimensione cartacea è uno degli elementi più caratterizzanti), la ricercatezza dei linguaggi verbo-visivi, accanto a una trattazione di argomenti curata, critica e riflessiva, sono gli elementi caratterizzanti che qualificano un settore editoriale molto vitale a livello internazionale.

Le riviste indipendenti rappresentano un'alternativa da un punto di vista temporale: non vivono la compressione dei tempi delle riviste mainstream, possono scegliere di operare a differenti velocità (le uscite possono addirittura trascendere da tempi rigidi di programmazione) e su scala diversa. Non presentano limitazioni neppure da un punto di vista spaziale, sia nella forma materiale che immateriale. In quest'ultimo decennio, non solo sono nate e nascono quotidianamente nuove testate nelle aree più disparate del mondo, ma si sono anche moltiplicati i luoghi fisici e i punti vendita on line.

Si è ampliato il bacino di riviste a cui fare riferimento ed è aumentata la visibilità di progetti di piccola tiratura. Le redazioni possono avere una collocazione legata a un contesto geografico specifico, o possono essere costituite da soggetti che interagiscono a distanza con contenuti e finalità di interesse comune. I temi trattati e gli ambiti di riferimento sono variegati, ma più focalizzati, e spesso confluiscono in un programma culturale dichiarato in forma di manifesto; gli stessi lettori costituiscono piccole comunità definite tematicamente e interessate a contenuti specialistici (Marcadent 2020: 57).

All'interno del ricco panorama di proposte editoriali indipendenti, abbiamo individuato alcune riviste che provengono da realtà o da paesi generalmente sottorappresentati o che non si autorappresentano. Questo presupposto ci ha permesso di cogliere diverse modalità traduttive, oltre i limiti dell'immaginario occidentale e oltre qualsiasi tipo di pregiudizio di tipo razziale.

In questo contributo riportiamo in sintesi una serie di progetti editoriali volti ad affermare il concetto di identità o diversità culturale, mossi da un desiderio di riscatto e come alternativa a una visione limitante in cui «l'altro è una pluralità distinta da sé» (Arduini 2020: 42).

I criteri con cui abbiamo analizzato le riviste sono legati a quattro percorsi possibili di interazione culturale (Burke 2008) in termini di: *omogeneizzazione culturale, resistenza, biculturalità e ibridazione*. Queste categorie discendono da una differente visione del mondo e da una diversa modalità di essere sé, attraverso il dialogo o in contrapposizione con l'idea di un *altro da sé*.

Nel panorama delle riviste analizzate abbiamo riscontrato da un lato riviste fortemente etnocentriche (associate a fenomeni di resistenza culturale), dall'altro riviste riconducibili a fenomeni di creolizzazione e ibridazione culturale (etnorelative). Si sono rilevate anche situazioni intermedie, in corrispondenza di riviste che rappresentano l'esito di processi di omogeneizzazione culturale.

Precisiamo che con "etnocentrico" si intende una visione che vede la centralità della propria esperienza in contrapposizione a quella degli altri; con "etnorelativo" una posizione in cui la propria cultura è sperimentata nel contesto di altre culture (Castiglioni 2005: 14-15).

L'assunto principale è che più l'esperienza della differenza culturale è aperta al dialogo e all'interazione con l'altro, più sono possibili nuove sintesi culturali e nuovi modi di concepire il progetto editoriale stesso.

4. Omogeneizzazione culturale

L'India, in relazione al proprio passato di colonia britannica, è stata, insieme a molte altre colonie inglesi, per lungo tempo relegata a occupare una posizione geografica e culturale marginale rispetto al Regno Unito (Buonanno 2009: 119). Rientrava insieme ad altri paesi all'interno di un crogiuolo di culture diverse definite con una connotazione dispregiativa *black culture* per via del colore della pelle.

Negli ultimi cinquant'anni il termine *black* è diventato un termine-ombrello finalizzato a dare un senso di unità, di condivisione a pratiche culturali messe in atto da giovani che si sono formati e specializzati in Gran Bretagna e sono in seguito rientrati nel loro paese d'origine. In molti casi artisti, scrittori, musicisti hanno dato l'avvio a una serie di pratiche culturali volte a superare le discriminazioni, ma soprattutto a offrire una nuova percezione del proprio paese.

È il caso del primo magazine preso in considerazione, «Cocoa & Jasmine», il cui nome deriva dai profumi dei campi di cacao di Coonoor e dal gelsomino di Madurai. Si tratta di una rivista annuale indipendente indiana, nata nel 2018 all'interno di un'agenzia di comunicazione (<www.cocoaandjasmine.com>) su iniziativa di Sayali Goyal, una giovane designer della moda formata a Londra.

Il magazine nasce da una serie di esperienze e documentazioni di viaggio della stessa Sayali in India e in altri paesi del mondo, con lo scopo di cambiare il modo in cui le persone vedono e vivono l'India, ma, allo stesso tempo, di creare possibili connessioni con altre culture (<www.frabsmagazines.com/products/cocoa-jasmine-n-2>, 17 agosto 2021).

Il numero 3 della rivista del 2021 (di dimensioni rettangolari, mm 210 x 280) è dedicato al Messico, al Marocco e all'India (un terzo della rivista tratta le culture dei paesi stranieri, mentre due terzi riguardano l'India stessa).

Il fine è quello di mettere in evidenza le similarità tra i tre paesi a partire dalle simbologie rilevate all'interno della loro cultura materiale (nei tessuti, nelle decorazioni degli oggetti, nell'architettura). I contenuti in forma testuale e le fotografie, realizzate in gran parte dalla stessa Sayali, nascono da una serie di interviste con artigiani o artisti del luogo; sono presenti anche brevi esperienze biografiche scritte da artisti emergenti.

L'impianto generale della rivista ha una struttura semplice (un unico carattere tipografico graziato per l'intero numero). Sono presenti fotografie

a colori (una sola illustrazione) che si affiancano a un testo su una o due colonne. Gran parte delle foto riproducono dettagli di oggetti o tessuti, o elementi architettonici. Raramente compaiono persone del luogo, se presenti, riprese mentre lavorano artigianalmente. Le uniche figure intere frontali sono riferite a persone intervistate che godono di una posizione sociale di rilievo.

La copertina è stata stampata su una carta di cotone riciclato e la rivista ha un numero complessivo di 128 pagine interne (il valore della sostenibilità ambientale caratterizza le attività dell'agenzia stessa).

Questa rivista, interamente in inglese, si inserisce nel filone delle riviste di viaggio che traggono ispirazione dalle ricerche di antropologia culturale. La rivista non esprime ancora un'immagine coordinata consolidata (i numeri precedenti sono completamente diversi), e appare decisamente ancorata a una visione del mondo omogeneizzante e stereotipata che non valorizza appieno le differenze culturali ma piuttosto le appiattisce.

Per quanto la rivista sia finalizzata a tradurre testualmente, e in gran parte fotograficamente, le specificità dell'India o di paesi ritenuti affini, non emergono tratti caratterizzanti di nessun paese; è come se essa cristallizzasse idealmente persone, luoghi e tradizioni locali secondo un modello standardizzato, per luoghi comuni (solo la bellezza, solo il benessere, solo la leggerezza).

In estrema sintesi, è come se fra le pagine della rivista fosse ancora presente quella *Englishness* che tutto modella a propria somiglianza, rinunciando a mostrare l'alterità dei paesi rappresentati; infatti, la rivista non esprime in modo incisivo una propria specificità, ma si uniforma nei contenuti e nei linguaggi espressivi ad altre riviste di viaggio che ritroviamo in occidente.

5. Resistenza e difesa culturale

Secondo Paul Ricoeur (2004) non esiste un criterio assoluto per una buona traduzione:

affinché un simile criterio sia disponibile, si dovrebbe poter comparare il testo di partenza e il testo di arrivo ad un terzo testo che portasse il senso identico che si presuppone circoli dal primo al secondo. La stessa cosa detta da una parte e dall'altra. [...] Da qui il paradosso, prima ancora del dilemma: una buona traduzione non può mirare che ad una *equivalenza* presunta, non fondata su una *identità* di senso

dimostrabile. [...] Questa equivalenza può essere solo ricercata, lavorata, presunta. E l'unico modo di criticare una traduzione – ciò che si può sempre fare – è quello di proporre un'altra, presunta, pretesa migliore o differente. (Ricoeur 2004: 40 tr. it.)

«Kajet Journal» rappresenta, nei suoi intenti, il terzo testo, uno spazio di rinegoziazione culturale e riscrittura. Ci riferiamo a una rivista internazionale in lingua inglese, nata, progettata e stampata a Bucarest dal 2017, grazie all'iniziativa di Petrică Mogoș e Laura Naum.

Attualmente sono stati stampati quattro numeri e fin dalla prima uscita i loro intenti sono espressamente dichiarati: ribaltare i pregiudizi, gli stereotipi e le rappresentazioni aneddotiche dell'Est Europa e costruire nuovi ponti aprendosi agli altri.

Il primo numero (dimensioni mm 165 x 230), stampato in mille copie, contiene un vero e proprio manifesto, che viene riproposto sul corrispondente sito (<kajetjournal.squarespace.com>).

«Kajet» sfida l'eurocentrismo culturale con una pubblicazione ben progettata, sia nei contenuti sia nella forma. Il primo numero contiene una lettera introduttiva rivolta ai lettori in cui si specificano il senso e gli obiettivi della rivista; a seguire sono riportati 18 saggi accompagnati da 18 progetti visivi realizzati da 40 scrittori e artisti, per un totale di 240 pagine.

L'impianto grafico si rifà al formato libro, diviso in cinque sezioni principali; le redattrici dichiarano che il nome della testata – *Kajet* – sia una versione orientalizzata del francese *Cahier*.

Nel complesso si rileva una estrema ricercatezza sia nell'impaginazione dei testi (a una o due colonne), sia nell'apparato iconografico, il quale include: illustrazioni, un collage, foto documentaristiche o foto storiche d'archivio, con segni grafici aggiuntivi a contrasto (come appare sulla prima di copertina).

Da un lato la rivista riconosce i tratti significativi e le contraddizioni che caratterizzano l'Est Europeo: «Un calderone in ebollizione, un crogiolo, una costellazione in fusione con le proprie lotte di potere, un mondo guidato da dinamiche sociali interne viziate da corruzione congenita, così come da ricordi ostinati che rifiutano di svanire»; ma allo stesso tempo rivendica il diritto di divulgare la propria cultura in tutte le sue componenti al di là di pregiudizi. Solo in questi termini è possibile abbattere ogni barriera sostenendo una visione più ampia, aperta al dialogo e al rispetto reciproco.

6. Biculturalità

È ormai questione abbastanza diffusa l'essere biculturali, fare cioè riferimento a una lingua locale e allo stesso tempo comunicare attraverso un'altra lingua (si veda il termine EFL, *English as a Foreign Language*), per partecipare alla cultura su scala globale (Burke 2008: 97).

Ci sono casi in cui le due lingue non si trovano su un piano di parità, e allora parliamo di “diglossia culturale” (coesistenza di due codici linguistici, di cui uno è considerato inferiore all'altro). Ma ci sono casi in cui, a seguito dell'esposizione a una seconda cultura oltre quella di appartenenza, due registri linguistici vengono usati paritariamente e in modo indifferenziato, in altre parole si riconosce loro pari dignità. È il caso della rivista indipendente «Safar», progettata nel 2014 dall'omonimo studio grafico libanese.

Si tratta di una rivista biennale e bilingue, inglese e arabo, pubblicata a Beirut, che tratta di design e cultura visiva. Così recita infatti il sottotitolo: *flirt with, flee from, and fall for graphic design and visual culture*.

Il termine *Safar* in lingua araba significa “viaggio” e la rivista stessa vuole rappresentare un percorso di viaggio attorno a un tema prescelto, attraverso i confini disciplinari, culturali e linguistici. Secondo gli autori è stata progettata per rimediare alla scarsità di contributi critici sul design nel sud globale e per dare voce ai designer ritenuti agenti attivi della produzione culturale. Uno degli aspetti più interessanti di questo progetto è la stretta integrazione tra cultura libanese e cultura occidentale. Questa compresenza di due culture è messa in evidenza dalla presenza di una doppia copertina, in inglese sul fronte (per una lettura progressiva del testo da sinistra verso destra), in arabo sul retro (secondo una lettura che procede da destra verso sinistra a partire dall'ultima pagina).

Questa compresenza di culture caratterizza la rivista anche da un punto di vista concettuale e politico. Essendo la cultura del design nata e codificata in Occidente, la rivista persegue l'obiettivo di costituire per il Libano un'occasione di approfondimento culturale dell'ambito del design, con la possibilità di creare neologismi o nuove interpretazioni linguistiche (<www.stackmagazines.com/magazine/safar-issue-5>). Complessivamente la rivista è di 208 pagine, con un formato rettangolare di mm 275 x 210.

I suoi lettori sono rappresentati da una ricca comunità di designer, architetti e ricercatori, o più semplicemente da persone interessate all'arte e alla cultura dell'Asia occidentale e del Nord Africa.

Il numero cinque della rivista, ad esempio, ha come tema centrale le migrazioni; più in particolare, la storia di copertina consiste in un'intervista a Tsigereda Brihanu e Mekdes Yilma, due donne etiopi, attiviste e collaboratrici domestiche, che condividono le loro esperienze relative al "Kafala", il sistema di sponsorizzazione utilizzato per sfruttare molti lavoratori migranti vulnerabili in Libano.

Le storie di queste donne sono enfatizzate nella rappresentazione fotografica sulla doppia copertina: in primo piano, la prima donna (Mekdes) mostra un'espressione dubbiosa sul fronte di copertina inglese, mentre la seconda (Tsigereda) sorride sul retro copertina arabo.

Le pagine interne sono stampate in una combinazione di colori che richiama la doppia copertina: il giallo, il verde, il rosa scuro e il bianco. Il testo è stampato a contrasto sullo sfondo colorato: verde su giallo, pagine fotografiche su sfondo rosa o colori indefiniti, verde su bianco per riquadri di approfondimento, infografiche o illustrazioni al tratto su fondo bianco, rosa o grigio per creare un ritmo ed evitare la monotonia nel progredire delle immagini prive di testo.

Fotografie a piena pagina sono finalizzate a contestualizzare le interviste o a restituire il ritratto dell'intervistatore e dell'intervistato. Il testo di tre brevi racconti assume colorazioni diverse su fondo bianco ma è affiancato da illustrazioni al tratto in bianco e nero. Una carrellata di immagini relative a una mostra internazionale per la Palestina scorre su un fondo omogeneo verde con le doppie didascalie in giallo. L'articolo di punta compare alla fine della rivista (progressione di lettura in inglese) o all'inizio della rivista (progressione di lettura in arabo). Accanto all'intervista tradotta in doppia colonna in inglese e arabo compaiono una serie di fotografie a piena pagina che rappresentano in modo realistico o evocativo i soggetti e il contesto di riferimento.

Nonostante molteplici difficoltà locali (Beirut sta attraversando una grave crisi economica, politica e sociale), la rivista continua a operare nell'ottica di promuovere il confronto tra Oriente e Occidente attraverso una serie di iniziative interculturali online e offline.

7. Ibridazione culturale

Quando due universi culturali vengono a contatto nasce l'*intercultura*, che presuppone una contiguità dinamica tra due culture in cui interazione e

scambio reciproco sono centrali («Safar» ne è un esempio paradigmatico). Un passaggio successivo, la *transculturalità* o, in altri termini, l'ibridazione culturale, si inserisce in una prospettiva più ampia che presuppone un lavoro comune tra persone di diverse culture mosse da obiettivi comuni. Ne nascono nuove sintesi culturali e il conseguente emergere di nuove forme di collaborazione creativa.

Ne è un esempio il progetto editoriale pluripremiato «Migrant», che rientra tra le riviste indipendenti che si occupano del fenomeno della migrazione. Il punto di vista innovativo è che il progetto, che include sei numeri (dal 2016 al 2019), nasce come iniziativa collettiva all'interno di un gruppo di lavoro formato da migranti provenienti da diverse aree geografiche: un portoghese che vive in Norvegia, un tedesco e un austriaco con sede in Svizzera, un francese che vive a Londra; e in seguito (dal numero 3) uno spagnolo che vive a Londra, e una tedesca che lavora a Mosca. Il progetto è stato inizialmente lanciato su Kickstarter, l'obiettivo era realizzare una rivista cartacea da distribuire nelle librerie.

Come affermano gli stessi fondatori della rivista:

Migrant's issues are incredibly multifaceted in content, with each issue handling one specific theme. The first, Across Country, looks at the countryside as a space of migration; the second, Wired Capital, is about the movement of information, money and human labour; Flowing Grounds moves to the sea and sky as migratory spaces; Dark Matters looks at migration that happens by night, or in illegal or invisible contexts; Micro Odysseys is about movement in small scales, like bacteria or sand; while the final issue, the newly released Foreign Agents, examines the movement of culture. (<www.itsnicethat.com/features/migrant-journal-publication-graphic-design-100619>, consultato il 20 agosto 2021)

Contenuti e progetto grafico sono stati sviluppati in modo integrato, ogni numero della rivista è contraddistinto da due colori che assumono un valore simbolico in relazione al tema trattato; i due colori li ritroviamo in copertina (che a sua volta ha una carta di differente tessitura), ma anche all'interno delle immagini e delle illustrazioni:

So for us, it was important to have the right paper, especially for the cover. Because we're creating this experience, affecting how people remember things with a

special touch or a metallic colour. It's not about being a luxury product, though, but more about conveying the stories in a way that is different from online. (Isabel Seiffert, <www.itsnicethat.com/features/migrant-journal-publication-graphic-design-100619>, consultato il 20 agosto 2021).

In tutti i numeri della rivista è presente il carattere tipografico Migrant Grotesk (progettato da Cristoph Miler e Isabel Seiffert) e l'Akzidenz Grotesk per i testi di servizio.

Da notare che il carattere Migrant Grotesk costituisce un'evoluzione dell'Akzidenz Grotesk, progettato per enfatizzare l'idea della migrazione tra paesi e continenti:

“It is movement that is defined by constant stops and goes”, says Christoph. “You move organically through the landscape, following your own path, but then you encounter a checkpoint, a border, a visa office, and your movement comes to an abrupt stop. We wanted to reflect these ambiguous ways of movement within a journey and this is why Migrant Grotesk has smooth curves but also hard edges that contrast in a weird way”. (Christoph Miller, <www.itsnicethat.com/features/migrant-journal-publication-graphic-design-100619>, consultato il 20 agosto 2021).

Accanto alle illustrazioni e alle fotografie trattate cromaticamente, ritroviamo numerose mappe e infografiche, componenti visive che caratterizzano fortemente ogni migrazione. Il risguardo della prima di copertina presenta un geoschema delle Nazioni Unite che divide i paesi del mondo in regioni e subregioni, raggruppate su basi statistiche; questa configurazione costituisce una sorta di indice visivo di sintesi che indica i paesi presi in considerazione negli articoli interni. La rivista ha visto una stretta collaborazione tra redattori e designer, ruoli che si sovrappongono e si rafforzano a vicenda sul piano della ricerca di contenuti e ricerca di linguaggi espressivi sofisticati. Lo si nota dalla stretta correlazione tra la molteplicità dei contenuti (il fenomeno della migrazione sottende diverse narrazioni) e la traduzione visiva della rivista curata in ogni dettaglio.

Riconducendoci al tema dell'alterità, «Migrant» rappresenta un caso esemplare di ibridazione culturale, dove l'apertura all'*altro*, nella sua differenza, si conferma una risorsa e un incentivo a produrre nuove sintesi creative di valore.

8. Conclusioni

A partire da una ridefinizione del design della comunicazione come *scrittura dell'altro*, sia sul piano strutturale del processo di produzione della comunicazione sia sul piano degli artefatti progettati, abbiamo messo l'accento su quattro forme distinte di magazine indipendenti contemporanei che costituiscono l'esito di una serie di processi traduttivi in ambito editoriale, ma allo stesso tempo una sintesi delle forme di autorappresentazione di culture ritenute "altre" rispetto all'Occidente.

Se, come sostengono Di Giovanni e Bollettieri Bosinelli (2009), l'Occidente in passato ha tentato a più riprese e su più fronti di forgiare l'alterità a propria immagine e (dis)somiglianza, condizionando le voci degli altri e adattandole al proprio universo di valori, attraverso l'editoria indipendente sembra aprirsi la possibilità di portare alla luce gli scritti, le immagini e le esperienze di coloro che dovremmo ormai definire gli *ex altri*.

In questi termini, la traduzione editoriale come *messa in forma di contenuti* evidenzia una serie di passaggi di natura operativo-processuale (i modi della traduzione e le sue possibili declinazioni), ma anche la versatilità sul piano delle opzioni culturali, linguistiche e ideologiche connesse al contesto culturale di riferimento, al bisogno di autorappresentazione o all'intento di istituire nuove forme di ibridazione culturale nel rapporto con l'altro da sé.

Bibliografia

Anceschi, Giovanni (a cura di)

1993 *Il progetto delle interfacce. Oggetti colloquiali e protesi virtuali*, Milano, Domus Academy.

Arduini, Stefano

2020 *Con gli occhi dell'altro. Tradurre*, Milano, Jaca Book.

Bassetti, Remo

2008 *Contro il target*, Torino, Bollati Boringhieri.

Baule, Giovanni; Caratti, Elena

2016a *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto*, Milano, FrancoAngeli.

2016b “Design e Traduzione: un manifesto”, in Baule e Caratti (2016).

Bolter, Jay D.; Grusin, Richard

1999 *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano, Guerini e Associati, 2002.

Buonanno, Giovanna

2009 “(Alcune considerazioni su) La scrittura della black Britain tra ibridazione e traduzione culturale”, in Nasi, F. e Silver, M. (a cura di), *Per una fenomenologia del tradurre*, Roma, Officina Edizioni.

Burke, Peter

2008 *Ibridismo, scambio, traduzione culturale. Riflessioni sulla globalizzazione della cultura in una prospettiva storica*, Verona, QuiEdit, 2009.

Castiglioni, Ida

2005 *La comunicazione interculturale: competenze e pratiche*, Roma, Carocci.

De Certeau, Michel

1980 *L'invenzione del quotidiano*, Roma, Edizioni Lavoro, 2009.

2005 *La scrittura dell'altro*, Milano, Raffaello Cortina.

Di Giovanni, Elena; Bollettieri Bosinelli, Rosa Maria

2009 “L'altrove della traduzione”, in Id. (a cura di), *Oltre l'Occidente. Traduzione e alterità culturale*, Milano, Bompiani.

Eco, Umberto

1972 “Il ‘Che’ sauroctono e gli Apolli del Malvedere”, in Cirio, R. e Favari, P. (a cura di), *L'altra grafica. Almanacco Bompiani 1973*, Milano, Bompiani.

Fontcuberta, Joan

2017 *La furia delle immagini. Note sulla postfotografia*, Torino, Einaudi, 2018.

Guerra, Michele

2020 *Il limite dello sguardo. Oltre i confini delle immagini*, Milano, Raffaello Cortina.

Jabès, Edmond

1991 *Il libro dell'ospitalità*, Milano, Raffaello Cortina, 2017.

Jullien François

2018 *L'apparizione dell'altro. Lo scarto e l'incontro*, Milano, Feltrinelli, 2020.

Marcadent, Saul

2020 *Editoria come curatela. Progetto e immaginario nelle riviste di moda contemporanee*, Venezia, Marsilio.

Marra, Claudio

2006 *L'immagine infedele. La falsa rivoluzione dell'immagine digitale*, Milano, Bruno Mondadori.

Martinengo, Alberto

2021 *Prospettive sull'ermeneutica dell'immagine*, Macerata, Quodlibet.

Mitchell, W. J. Thomas

2015 *Scienza delle immagini. Iconologia, cultura visuale ed estetica dei media*, Monza, Joan & Levi editore, 2018.

Montani, Pietro

2010 *L'immaginazione intermediale. Perlustrare, rifigurare, testimoniare il mondo visibile*, Bari, Laterza.

Ricoeur, Paul

1985 *Temps et récit III. Le temps raconté*, Paris, Éditions du Seuil. Tr. it. *Tempo e racconto III. Il tempo raccontato*, Milano, Jaca Book, 1988.

2004 *Tradurre l'intraducibile. Sulla traduzione*, Roma, Urbaniana Univ. Press, 2008.

Ronchi, Rocco

2008 *Filosofia della comunicazione*, Torino, Bollati Boringhieri.

Sloterdijk, Peter

1999 *Sfere II. Globi*, Milano, Raffaello Cortina, 2014.

Progettare con l'Altro

Collaborazione e pluralità come potenziale di crescita per i designer

1. Introduzione

Il design richiede una grande capacità di collaborare con l'Altro. Infatti, i designer sono tenuti a gestire efficacemente compiti relazionali e collaborativi mentre progettano con soggetti plurali (Christensen et al. 2017; Gautam 2012; Lee 2016; McAra e Ross 2020; Murdoch-Kitt e Emans 2020; Voûte et al. 2020), perché ogni progettista ha il compito di trovare soluzioni che derivano dall'integrazione di diverse competenze. Per chi progetta è fondamentale gestire il rapporto interpersonale con collaboratori, informatori, dirigenti, tecnici e così via. Pertanto, le abilità collaborative potrebbero costituire per i designer un'abilità da apprendere, e diventa importante riflettere sull'acquisizione di questa competenza nella formazione del designer. Inoltre, man mano che le società attuali diventano sempre più interconnesse, l'Altro diventa spesso molto diverso dal Sé. In questo scenario, tutte le competenze legate alla dimensione interculturale vengono sempre più riconosciute come obiettivi prioritari per l'istruzione formale e l'apprendimento permanente. Secondo Janet M. Bennet (2015) esiste un consenso diffuso tra i ricercatori e le organizzazioni internazionali nel sostenere che la "competenza globale" sia una capacità chiave per lavorare e vivere con persone di culture diverse, fondamentale per raggiungere l'inclusione, essenziale per ridurre l'etnocentrismo e i pregiudizi tra le persone e, infine, centrale per costruire relazioni produttive e positive sia all'interno della propria cultura sia a livello internazionale. La competenza globale è così definita dall'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE, in inglese OECD):

[...] a multidimensional, life-long learning goal. Globally competent individuals can examine local, global and intercultural issues, understand and appreciate different perspectives and worldviews, interact successfully and respectfully with

others, and take responsible action toward sustainability and collective well-being. (OECD 2019: 166)

Questa competenza viene identificata attraverso molti nomi diversi (vale a dire: competenza globale, sensibilità interculturale, efficacia interculturale, abilità interculturali, adattamento interculturale, competenza multicultural, relazioni interculturali, competenza culturale, agilità interculturale, intelligenza culturale) ed è indicata come una delle prime dieci competenze necessarie per leader e dipendenti nel XXI secolo (Bennett 2015). Diversi organismi internazionali hanno intrapreso studi volti a fornire riferimenti per lo sviluppo delle competenze globali. Tra gli altri, il Consiglio d'Europa ha pubblicato nel 2017 un influente documento intitolato *Competenze per una cultura della democrazia*, in cui viene fornito un quadro generale della competenza globale (Consiglio d'Europa 2017). Questa concettualizzazione è stata sviluppata attraverso una verifica ad ampio raggio degli schemi concettuali esistenti, la quale ha portato all'identificazione delle competenze generali divise nei quattro gruppi. Il risultato è stato poi rivisto e finalizzato attraverso il coinvolgimento di esperti accademici, professionisti dell'istruzione e responsabili politici e formalizzato con la pubblicazione intitolata *Quadro di riferimento delle competenze per una cultura della democrazia* (Consiglio d'Europa 2021). La competenza si articola dunque in 20 competenze suddivise in quattro gruppi: valori, atteggiamenti, abilità, conoscenze e comprensioni critiche (tab. 1). La concettualizzazione fornita si intreccia con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'UNESCO ed è stata adottata anche dall'OCSE come riferimento principale per costruire la strategia di valutazione per l'acquisizione di competenze globali per studenti di quindici anni in diversi paesi (OECD 2019).

Tutto ciò ha suggerito che anche i designer del XXI secolo devono attrezzarsi per collaborare con gli altri al di là delle culture e oltre i confini disciplinari. In effetti, essere in grado di lavorare con l'alterità plurale è fondamentale per i futuri professionisti, poiché il design è sempre più riconosciuto come una disciplina che collega diversi domini di conoscenza, una professione che ha il ruolo di facilitare il dialogo tra diversi *stakeholder*. La speranza è che, insieme alla società, anche la formazione superiore al design diventi sempre più plurale, fornendo agli studenti un contesto adeguato a sperimentare sé stessi nell'interrelazione con l'Altro plurale e a di-

Tabella 1. Il quadro della competenza globale o interculturale proposto dal Consiglio d'Europa. Tratto da “Quadro di riferimento delle competenze per una cultura della democrazia. Volume 1: contesto, concetti e modello” (2021).

Valori	Atteggiamenti	Abilità	Conoscenze e comprensioni critiche
Valorizzare la dignità umana e i diritti umani	Apertura all'alterità culturale e ad altre cre-	Abilità di apprendimento autonomo	Conoscenza e comprensione critica del sé
Valorizzare la diversità culturale	denze, visioni del mondo e pratiche	Abilità di pensiero analitico e critico	Conoscenza e comprensione critica della lingua e della comunicazione
Valorizzare la democrazia, la giustizia, l'equità, l'uguaglianza e il primato del diritto	Rispetto	Abilità di ascolto e di osservazione	Conoscenza e comprensione critica del mondo: politica, diritto, diritti umani, cultura, culture, religioni, storia, media, economia, ambiente, sostenibilità
	Senso civico	Empatia	
	Responsabilità	Flessibilità e adattabilità	
	Autoefficacia	Abilità linguistiche, comunicative e plurilingui	
	Tolleranza dell'ambiguità	Abilità di cooperazione	
		Abilità di risoluzione dei conflitti	

ventare globalmente competenti. In ambito accademico la pluralità viene spesso sperimentata è sostenuta dalle politiche di internazionalizzazione e dallo sviluppo di percorsi interdisciplinari.

Un'altra caratteristica rilevante della formazione al design è l'approccio dell'*imparare facendo* (Tracey e Boling 2014). Gli studenti vengono coinvolti in progetti didattici attraverso i quali imparano a progettare artefatti. Questo approccio appartiene al più ampio quadro pedagogico dell'apprendimento basato sulla risoluzione di problemi, dove l'apprendimento viene impartito chiedendo di affrontare attivamente un problema inizialmente posto dai docenti (Sancassani et al. 2019; Savin-Baden, Howell Maggiore 2004). Il design ha ereditato questo approccio dalla didattica in campo architettonico e nell'artigianato, in cui era storicamente radicato nella pedagogia dei laboratori progettuali.

Some proclaim that as a pedagogical method the design studio has no comparable model relative to its intensity and involvement [...]. Certainly, compared to typical classroom scenarios, studios are active sites where students are engaged intellectually and socially, shifting between analytic, synthetic, and evaluative models of thinking in different sets of activities (drawing, conversing, model-making). That these attributes characterize many studios is clear and attests the uniqueness of the studio as a vehicle for student education. (Dutton 1987: 16)

Dalle parole di Dutton emerge che attraverso la didattica laboratoriale gli studenti, quando sono impegnati nella risoluzione di un problema di progettazione realistico, si muovono tra numerosi e differenti modelli di pensiero, attività e tipi di interazione. Centrale nella formazione del designer, la didattica impostata sull'imparare facendo (il *learning-by-doing*) è oggi impiegata in diversi corsi – workshop, atelier, hackathon, ecc. – che condividono un quadro pedagogico che potrebbe essere chiamato *design-based learning* e definito come quello che «impegna gli studenti a risolvere problemi di design della vita reale nel tempo in cui riflettono sul processo di apprendimento» (Gómez Puente 2014). Ciò che è particolarmente rilevante è che il *design-based learning* spesso richiede agli studenti di intraprendere qualche tipo di attività collaborativa per sviluppare i loro progetti (Barkley et al. 2014), come ad esempio il lavoro di gruppo, le revisioni tra pari con i compagni di corso o le discussioni in classe. Queste attività, che già esistono nelle pratiche di didattica progettuale, potrebbero fornire una preziosa opportunità per gli studenti di relazionarsi con *altri plurali* in un contesto didattico.

Varie pedagogie incentrate sullo studente sono in grado di aiutare a sviluppare un pensiero critico riguardo alle questioni globali, alla comunicazione rispettosa, alle capacità di gestire i conflitti, all'assunzione di punti di vista e all'adattabilità. Il lavoro di progetto cooperativo di gruppo può migliorare le capacità di ragionamento e di collaborazione. Si tratta di compiti basati su argomenti o temi adatti a vari livelli ed età, in cui obiettivi e contenuti sono negoziati da tutti i partecipanti e che permettono agli studenti di creare i propri materiali di apprendimento, presentati e valutati insieme (OECD 2019: 174).

Le attività di gruppo sono uno dei contesti più appropriati per gli studenti per sviluppare competenze globali, a partire dall'assunto secondo cui le collaborazioni nella didattica del design fornirebbero anche un'occasione per conoscere l'Altro. Diversi autori hanno sostenuto che seppur ci siano numerose attività didattiche nel design basate sull'apprendimento collaborativo, c'è ancora poca ricerca sulla comprensione del fenomeno dell'apprendimento collaborativo del design in contesti plurali (Poggenpohl 2004; Poggenpohl e Sato 2009; Wilson e Zamberlan 2015). Tra gli altri, Bulone (2016) ha mostrato come la competenza globale sia strettamente legata al pensiero progettuale in termini di attitudini e abilità. La sua ricer-

ca ha infatti evidenziato come in letteratura esistano competenze indicate come tipiche del *design thinking* che si sovrappongono con le dimensioni della competenza globale (Bulone 2016). Atteggiamenti ed abilità quali l'empatia, l'apertura mentale o l'essere a proprio agio in situazione ambigue e non familiari sono esempi di dimensioni di competenza riconosciute come fondamentali per i designer, ma allo stesso tempo sono competenze necessarie per relazionarsi con gli altri in contesti plurali. Possiamo quindi sostenere che chi pratica un pensiero progettuale e chi presenta una competenza globale hanno molto in comune; la competenza globale sembra quindi essere sia un possibile risultato rilevante della didattica del design, che un risultato atteso. Il presupposto da cui partiamo è che, così come per le competenze *hard*, gli studenti possano migliorare e sviluppare questa serie di competenze *soft* o *trasversali* nei loro percorsi di apprendimento e che i docenti abbiano un ruolo nel favorire questo processo.

2. Imparare il design con l'altro: luci e ombre

La competenza globale potrebbe quindi essere identificata come un risultato previsto dell'apprendimento collaborativo basato sul design (*design-based learning*). Dal momento in cui i docenti di design nei loro corsi propongono una qualsiasi forma di attività collaborativa, essi producono l'opportunità per gli studenti di sperimentare la pluralità e la visione di diversi punti di vista, e quindi una particolare sensibilità alla cultura collaborativa con gli altri. Tuttavia, può essere fuorviante pensare che questo sia un processo automatico e prevedibile. Immaginiamo di essere all'inizio di un laboratorio di progettazione al primo anno di un Corso di Laurea Magistrale in design: la classe è composta da studenti di diverse nazionalità, provenienti da diversi corsi di laurea, di età diverse, con differenti esperienze lavorative e capacità di parlare in inglese (quando questa sia la lingua franca accademica).

Questo esempio, molto simile a quello che sperimentiamo nella nostra vita quotidiana di docenti, ci aiuta a definire il contesto di questa ricerca. Il compito degli studenti durante il semestre sarà quello di progettare, attraverso il lavoro di gruppo e in modo collaborativo, un artefatto a partire da un brief di progetto. Seppur immaginando che ci siano in ogni gruppo individui con competenze diverse legate al design, potremmo dare per scontato che tutti gli studenti, essendo adulti, siano in grado di collaborare

con gli altri. Questo assunto necessita però di essere analizzato alla luce del contesto specifico, che risulta essere fortemente caratterizzato dalla pluralità culturale.

Prima di tutto, il modo in cui ogni persona agisce mentre coopera e si relaziona con gli altri è fortemente influenzato dal proprio modo di vedere il mondo, radicato nei *contesti culturali* che conosce o che ha vissuto. Quando si parla di contesti culturali, la scelta consapevole della forma plurale è orientata a evidenziare che la cultura di ogni individuo è modellata e costruita attraverso l'esperienza in molteplici comunità, dalle quali impara il "proprio modo di fare le cose". La definizione di cultura è un percorso complesso e scivoloso, esplorato da filosofi, antropologi, sociologi e studiosi in diversi campi. L'ampiezza delle possibili definizioni di cultura è ben illustrata dal lavoro svolto nel 1952 dagli antropologi Kroeber e Kluckhohn (1952), i quali hanno raccolto, organizzato e analizzato 164 definizioni del termine "cultura" formulate da studiosi di scienze sociali. Senza cercare una definizione, ma piuttosto con l'intento di fornire l'idea generale di cultura che emerge, il risultato della ricerca è la seguente formula:

Culture consists of patterns, explicit and implicit, of and for behavior acquired and transmitted by symbols, constituting the distinctive achievement of human groups, including their embodiments in artifacts; the essential core of culture consists of traditional (i.e. historically derived and selected) ideas and especially their attached values; culture systems may, on the one hand, be considered as products of action, on the other as conditioning elements of further action. (Kroeber e Kluckhohn 1952: 181)

Kroeber e Kluckhohn continuano prevedendo la variabilità individuale della cultura come una delle possibili modificazioni che questa formula potrebbe subire dagli studiosi. Gli individui modellano inconsciamente i loro comportamenti attraverso forme e logiche culturali specifiche, che non possono essere spiegate attraverso principi generali, poiché sono legate al continuum cultura-personalità (Kroeber e Kluckhohn 1952).

Tornando all'esempio dei gruppi di studenti, questo significa che ogni persona del gruppo avrà differenti modi di lavorare con gli altri e differenti punti di vista. Questi punti di vista non solo influenzano i comportamenti delle singole persone, ma anche il modo in cui ciascuna di loro vede e giu-

dica i comportamenti delle altre. Se gli studenti non sono consapevoli del fatto che attraverso le loro esperienze di vita hanno imparato “il proprio modo di fare le cose”, potrebbero semplicemente presumere che il loro modo di agire sia quello corretto e che gli altri si comportino in modo errato o strano.

Siamo tutti limitati dai nostri occhiali culturali (nessuno di noi vede il mondo reale) e la percezione degli altri serve a definire noi stessi. Per cogliere i *significati più profondi* di quello che sembra un modo strano e alieno di “fare le cose”, ci viene richiesto di superare le nostre percezioni negative, di cambiare prospettiva e di interpretare l’azione degli altri nei loro termini invece che nei nostri. Il punto di innesco è una situazione non familiare o “strana”, e questo significa che il primo passo verso la consapevolezza interculturale sta nel non lasciare che una situazione del genere passi inosservata, come spesso accade (Mahadevan 2017).

Ciò che risuona nelle parole di Mahadevan è l’idea *di cogliere i significati più profondi* sotto i modi di agire, perché tale processo ci riporta ancora una volta alla professione del design. Nel rifondare il design attraverso la semantica, Klaus Krippendorff (2006) suggerisce che i designer dovrebbero essere capaci di far emergere il significato dal dialogo con gli altri, e questo è necessario perché il loro ruolo di progettista è dare un senso alle cose. A tal proposito egli dovrebbe quindi essere in grado di interrogare, ascoltare e comprendere il modo in cui l’Altro comprende.

Le domande sul significato generano storie in cui gli artefatti giocano i ruoli che i loro narratori danno loro, coerenti con le esperienze che intrattengono con loro. Mentre le storie non riescono mai a cogliere tutti i significati che i narratori immettono in una narrazione, in particolare i loro sentimenti e le tacite intese, i dialoghi forniscono un’apertura sulla comprensione che gli altri hanno e che i designer devono comprendere. La chiave di questa comprensione è ascoltare senza pregiudizi, mettere da parte le proprie categorie e riarticolare con cautela queste storie nei propri termini (Krippendorff 2006: 55).

L’ascolto non pregiudizievole dell’Altro presuppone che la persona sia consapevole delle proprie visioni del mondo (o pregiudizi), che sia capace di sospendere il giudizio e che dedichi del tempo ad ascoltare attivamente i discorsi degli altri. Tornando al nostro esempio, qualora si desse per scontato che tutti gli studenti siano in grado di collaborare con gli altri, potrem-

mo non preoccuparci di monitorare gli aspetti cooperativi che regolano il processo di progettazione. In questo caso come docenti non sapremmo come i gruppi di studenti stiano effettivamente lavorando insieme e tanto meno se lo facciano con sensibilità culturale.

Quello che sappiamo è che se le persone non posseggono una consapevolezza culturale nelle interazioni interculturali, ciò potrebbe portare ad alcune implicazioni negative come l'etnocentrismo, il realismo ingenuo, la categorizzazione (Mahadevan 2017) e gli stereotipi. L'etnocentrismo è descritto come una delle principali barriere a relazioni interculturali salutarie, perché significa considerare la propria cultura come unico riferimento e quindi usarla come misura per valutare la cultura degli altri. Stereotipi e categorizzazioni sono strettamente legati all'etnocentrismo e costituiscono un ostacolo allo sviluppo della consapevolezza del fatto che le proprie pratiche potrebbero non essere né l'unico né il miglior modo di fare le cose (Bennett 2015).

Avendo ciò in mente, possiamo ora osservare i gruppi delle nostre classi e notare comportamenti che denotano un certo grado di mancanza di sensibilità alla pluralità: ad esempio potrebbero esserci studenti che tendono a presumere che il loro modo di organizzare il lavoro e di gestire il compito di progettazione sia superiore o in qualche modo migliore rispetto a quello di persone con altre affiliazioni culturali. Oppure, può accadere di osservare che uno studente consideri poco capace un compagno di gruppo solo perché poco loquace, perché non esprime la propria opinione durante le riunioni di gruppo. Entrambi questi atteggiamenti potrebbero essere il risultato del giudizio sul modo in cui gli altri agiscono in base alla propria prospettiva culturale, assumendo che "il modo in cui io agirei" sia necessariamente il migliore.

Correlato all'etnocentrismo, il realismo ingenuo concerne l'inevitabile assunto iniziale secondo cui la percezione soggettiva corrisponde alla realtà oggettiva e questo viene messo in pratica quando una persona cerca di collegare le interazioni con gli altri, con le esperienze, gli oggetti e gli eventi (Ross et al. 2010). Se si dà per scontato che il modo in cui percepiamo il mondo sia come il mondo effettivamente è, sorgeranno ancora una volta stereotipi e categorizzazioni che derivano da presupposti culturali (Mahadevan 2017). Osservando talvolta nella nostra esperienza modi di relazionarsi tra gli studenti che celano questo tipo di stereotipi e categorizzazioni,

ci siamo chieste come creare una maggiore consapevolezza nelle relazioni fra gli studenti che collaborano su progetti di design in contesti culturalmente plurali.

3. Aiutare gli studenti a prepararsi a collaborare con l'Altro: la nostra esperienza

Sebbene la presenza di individui culturalmente plurali crei una condizione potenzialmente favorevole, la pluralità culturale non è sufficiente a garantire l'inclusione o la consapevolezza, e deve essere necessariamente seguita nelle pratiche didattiche (Spiro 2014). Un primo fondamentale passo è aiutare ogni studente a prepararsi a collaborare e a non dare per acquisito che siano tutti ugualmente preparati alla relazione con l'Altro.

Few students come to higher education with well-developed team skills and to function in teams, they will need a range of skills and abilities that include interpersonal skills, active learning, team building and management, inquiry skills, conflict skills and presentation skills. (Savin-Baden e Howell Major 2004: 78).

Come abbiamo visto, se si presume che gli studenti siano già educati o preparati al lavoro in gruppo, potrebbe accadere che lavoreranno insieme senza avere il giusto set di abilità o strumenti e forse daranno per scontato che “il loro modo di collaborare” sia giusto o, peggio ancora, il migliore. Inoltre, se questi studenti sperimentano anche collaborazioni plurali, ma privi di consapevolezza culturale, è molto probabile che cadranno nell'etnocentrismo, nel realismo ingenuo, nella categorizzazione e negli stereotipi. Prendendo come esempio principale il contesto in cui insegniamo – Design del prodotto al Politecnico di Milano – sappiamo che dal secondo anno di laurea triennale fino all'ultimo di laurea magistrale gli studenti sono impegnati con lavori di gruppo nella maggior parte della didattica basata sul design. Anche se questo tipo di corsi collaborativi è molto frequente – almeno uno a semestre – manca ancora una formazione strutturata sul lavoro di gruppo e sulle capacità collaborative. Questa osservazione trova conferma nella nostra ricerca sul campo condotta con gli studenti nel loro ultimo anno di laurea magistrale in Design and Engineering (Mattioli e Ferraris 2021). La ricerca consisteva nella strutturazione di un percorso di tutorato sul lavoro di gruppo (T4T) per un gruppo di 51 studenti lungo l'intero Corso di Laurea

Magistrale, tra il 2019 e il 2021. L'idea fondamentale alla base del progetto T4T era quella di fornire tutoraggio per gli studenti impegnati nel lavoro di gruppo nei laboratori di design. Alla fine del percorso, sei studenti hanno partecipato ad un focus group per valutare il percorso proposto, condividendo anche le loro impressioni generali sulle collaborazioni durante il loro processo di apprendimento. Il gruppo ha riferito di aver sperimentato una mancanza di preparazione alla collaborazione nella propria carriera accademica, nonostante abbia sempre dovuto seguire corsi basati sul design e lavorato in gruppi. Inoltre, gli studenti hanno riferito che prima del T4T si percepivano come “molto esperti nel lavoro di gruppo” e, dopo aver partecipato al percorso, gli studenti si sono resi conto dei propri limiti e dei margini di miglioramento. Ad esempio, hanno riconosciuto di non essere abituati a parlare di lavoro di gruppo, a considerarlo come qualcosa che può essere dibattuto, messo in discussione e migliorato. Il percorso li ha aiutati a rendere esplicite regole e ruoli e ha fornito momenti strutturati per condividere le proprie percezioni individuali sul lavoro di gruppo e il contributo di ogni membro. Solo l'aver iniziato a parlare del lavoro di gruppo come parte del loro apprendimento è stato considerato dagli studenti un'attività di sensibilizzazione che ha contribuito a ottenere risultati di gruppo migliori, a migliorare le dinamiche e la comunicazione fra i componenti (vedi Mattioli e Ferraris 2021).

«Iniziare a parlare del lavoro di gruppo, penso sia la parte più importante del percorso», ha dichiarato uno studente durante il focus group (in Mattioli e Ferraris 2021).

Nel paragrafo precedente abbiamo affrontato le conseguenze negative delle interazioni culturalmente non consapevoli e suggerito l'ascolto senza pregiudizi dell'Altro come loro antidoto. Il nostro discorso qui inizia a intrecciare ancor più strettamente il tema delle competenze globali con quello delle competenze collaborative. Dalle parole degli studenti emerge che la questione è forse anche più profonda rispetto a quella della consapevolezza culturale, in quanto hanno dimostrato una mancanza di riflessione e di autocoscienza sulla loro capacità di relazionarsi con l'Altro in modo collaborativo. O, almeno, hanno affermato che non era mai stato chiesto loro di riflettere, parlare o riferire sul lavoro di gruppo. I risultati del focus group hanno dimostrato che, con un piccolo sforzo, i docenti di design possono cambiare radicalmente la percezione degli studenti, creare una

maggior consapevolezza collaborativa, promuovere una interazione più sensibile con l'Altro.

Questo risultato trova conferma sia nella letteratura sull'apprendimento collaborativo sia in quella sull'apprendimento interculturale. In particolare Barkley et al. (2014) suggeriscono che orientare gli studenti prima e durante le attività di apprendimento collaborativo aiuta, specialmente quelli che sono resistenti al lavoro di gruppo, a comprendere e apprezzare il valore del lavoro con gli altri. Allo stesso tempo, gli educatori possono integrare pratiche per favorire l'atteggiamento sensibile di uno studente verso le collaborazioni interculturali. Il libro *Intercultural Collaboration by Design* (2020), pubblicato da Kelly M. Murdoch-Kitt e Denielle J. Emans, sembra essere particolarmente perspicace. Essendo esperte docenti di design, le due autrici propongono nel manuale una serie di esercizi basati sul pensiero visivo per promuovere collaborazioni sensibili alla cultura in gruppi di designer e studenti di design. La cosa più interessante è che questo lavoro mette in evidenza come la cultura visiva e il design possano supportare efficacemente i docenti nel sensibilizzare gli studenti sulla pluralità e allo stesso tempo promuovere buone pratiche per lavorare con l'Altro. Per realizzare ciò, le loro attività «consistono principalmente nella creazione, condivisione, modifica e interpretazione di diversi *oggetti tangibili* come manifestazioni del pensiero visivo» (Murdoch-Kitt ed Emans 2020: 5). L'idea è che creare oggetti e condividerli con gli altri sia un processo che facilita l'apprendimento e la comprensione dell'Altro (Murdoch-Kitt ed Emans 2020).

Come docenti di design crediamo anche che “il fare” sia un modo potente per costruire e condividere la conoscenza sui modi per rimodellare le nostre pratiche e incoraggiare gli studenti a diventare globalmente competenti nella collaborazione con l'Altro. Per questo motivo, la ricerca-azione è stata adottata come approccio privilegiato nello svolgimento di questa ricerca. In ambito didattico, la ricerca-azione è infatti indicata come uno degli approcci più appropriati per sviluppare e valutare strategie di insegnamento e per questo motivo è ampiamente utilizzata nel campo dell'istruzione come *pratica che cambia la pratica* (Efron e Ravid 2019; Kemmis et al. 2014; Stringer 2013), essendo definita come «un'indagine condotta dagli educatori nei propri contesti al fine di far progredire la loro pratica e migliorare l'apprendimento dei loro studenti» (Efron e Ravid 2019). La ricerca-azione contribuisce infatti a costruire un corpus di conoscenze per

stabilire pratiche efficaci (Stringer 2013). Essendo rilevante per le pratiche didattiche avanzate, la ricerca-azione è anche uno degli approcci fondamentali della ricerca progettuale, dove la conoscenza è spesso costruita a partire da casi e soluzioni specifiche, passando dalla pratica alla teoria e dal particolare al generale (Buchanan 2001). Attraverso la ricerca-azione abbiamo sviluppato tre semplici esercizi caratterizzati dal design e che vengono forniti con il supporto di diversi oggetti tangibili. Questi oggetti tangibili, insieme all'esercizio a cui sono associati, vengono qui presentati e discussi come risultato delle numerose iterazioni di ricerca-azione condotte negli ultimi tre anni nella nostra didattica al Politecnico di Milano. L'intenzione è duplice: da un lato fornire ai docenti di progettazione alcuni esempi di attività per sviluppare la consapevolezza sulla collaborazione e, allo stesso tempo, supportare gli studenti nello sviluppo di una maggiore sensibilità culturale verso l'Altro.

4. Tre esercizi per far familiarizzare gli studenti con l'Altro nelle collaborazioni plurali

Presentiamo qui tre semplici esercizi che abbiamo ideato e consegnato agli studenti per impegnarsi nell'ascolto senza pregiudizi dell'Altro. Tutte le attività condividono una struttura generale e alcune caratteristiche. La struttura prevede quattro passaggi ricorrenti per ciascuna attività, ovvero: (i) preparare il terreno; (ii) Sé stessi – riflettere e rappresentare il proprio punto di vista; (iii) condividere e ascoltare gli altri; e (iv) agire insieme. Dopo l'agire in modo congiunto l'attività successiva riparte con la riflessione sull'azione (Schön 1987). Oltre a commentare questi passaggi, nei paragrafi seguenti forniremo anche una panoramica delle caratteristiche condivise delle attività, la quale è stata progettata seguendo alcuni principi identificati nel nostro lavoro precedente (Mattioli et al. 2018).

(i) Il primo passo – *preparare il terreno* – è fondamentale per informare gli studenti, orientarli sugli obiettivi dell'attività. Queste informazioni vengono fornite in forma orale e scritta, per consentire a tutti di tornare all'introduzione e alle istruzioni e di rivederle: questo assicura che tutti si sentano sicuri e inclusi, nonostante il loro livello di competenza linguistica. Inoltre, le attività, e quindi le istruzioni, sono progettate per essere facili e semplici, ancora una volta per consentire a chiunque di partecipare senza un ca-

rico cognitivo elevato. Durante lo svolgimento degli esercizi gli studenti dovrebbero essere rilassati, poiché un'atmosfera distesa tra i partecipanti dovrebbe favorire il processo di costruzione della comprensione reciproca (Mattioli et al. 2018).

(ii) Nella seconda fase a ogni studente viene fornito il tempo adeguato per riflettere sulla propria percezione e sui propri sentimenti, per poi rappresentarli su un pannello (*canvas*) condiviso. Questi fogli costituiscono un formato standard, che ogni studente riempie con contenuti relativi alle esperienze, ai punti di vista e alle percezioni personali. Questo passaggio è fondamentale per ogni studente, al fine di dedicare tempo all'autoriflessione e per rappresentare ciò che viene sentito o percepito, decidendo che cosa e come vuole condividerlo con gli altri e prendendosi il tempo necessario per scegliere le parole adatte e trascriverle. Lo storytelling è molto importante, perché porta a costruire connessioni profonde tra i partecipanti e i loro discorsi e gesti, che sono un passo fondamentale per costruire una comprensione condivisa (Wardak 2016). Assumendo l'inglese come *lingua franca*, la lingua è un problema critico nelle collaborazioni plurali, poiché il gruppo comunica utilizzando una determinata lingua con diversi livelli di competenza, e questo potrebbe determinare problemi di potere e squilibri tra i membri del gruppo (Mahadevan 2017). Inoltre, usare l'inglese come *lingua franca* non significa che tutte le persone impegnate in una conversazione parlino inglese dialogando, se non in base ai propri presupposti culturali. Fornire tempo per pensare e selezionare le parole più appropriate aiuta sia i non madrelingua che i madrelingua a rappresentare il proprio sentire in modo più adeguato e completo. Poiché l'obiettivo è quello di costruire una comprensione reciproca, è importante dare ai membri del gruppo il tempo di pensare alle parole da usare e lasciare che spieghino "che cosa intendono con quelle parole" per comunicare in modo più efficace.

(iii) La terza fase della struttura delle attività generali richiede agli studenti di condividere con gli altri i propri punti di vista, rappresentati attraverso il pannello, e anche di ascoltare durante la condivisione. Questo passaggio è il più decisivo, perché avviene quando gli studenti sono attivamente impegnati nell'ascolto attivo dell'Altro. Durante la preparazione del terreno, le informazioni e le linee guida potrebbero aiutarli ad ascoltare con un at-

teggiamento non giudicante e cercare di mettersi nei panni degli altri. Il formato standard ha delle conseguenze importanti in questa fase, poiché tutti possono conoscere il pannello e pervenire così a una migliore comprensione degli altri durante la fase di condivisione. Un layout standard promuove anche l'equità dei punti di vista, poiché ogni soggetto ha lo stesso spazio per esprimere le proprie idee: gli studenti più loquaci avranno dei limiti nel condividere i propri punti di vista, tanto quanto i meno loquaci una volta che saranno spinti a fornire i propri. Inoltre, il modo in cui ogni studente rappresenta il suo punto di vista rivela differenze e somiglianze, mostrando come persone diverse possano creare connessioni e avere più visioni del mondo.

(iv) Dopo tutto questo, agli studenti viene richiesto di agire con gli altri e quindi di impegnarsi in attività collaborative o di identificare soluzioni per cambiare in meglio la loro collaborazione. Dedicare del tempo per dare un senso insieme a ciò che emerge dalla condivisione è importante per gli studenti per tradurre in modo collaborativo le loro idee, preoccupazioni e risultati in azioni individuali o collaborative appropriate e responsabili per migliorarne le condizioni (Center for Global Education 2013).

Per riassumere, le caratteristiche principali di ogni esercizio sono: (a) fornire un formato standard da riempire con punti di vista personali; (b) fornire tempo per pensare, trovare le parole, comunicare in modo efficace; (c) fornire tempo per ascoltare e parlare dei punti di vista individuali; (d) fornire tempo per discutere, trovare un senso comune e migliorare le azioni; e (e) dare esercizi e istruzioni semplici e facili.

5. Prima attività: *Presentati!*

Riflettere su sé stessi e conoscere gli altri

Quando una classe plurale è stata appena formata e un'attività collaborativa sta per iniziare in un corso basato sul design, potrebbe essere efficace creare uno spazio formale in cui gli studenti possano presentarsi agli altri prima di chiedere loro di iniziare a impegnarsi con il lavoro collaborativo. Il presupposto alla base di questa prima attività è che tutte le persone sono diverse, tutti abbiamo molteplici esperienze che modellano il proprio modo di essere e di comportarsi. Riflettere su chi siamo e quali sono le no-

	GIVEN NAME & SURNAME	NICKNAME	HOMETOWN & COUNTRY	LANGUAGES SPOKEN
	Qais Hassan Suhail	Qais	Karachi, Pakistan	English (Fluent) Urdu (Native)
OTHER PLACES WHERE I LIVED		MY MOTTO		MY ACADEMIC PATH (INSTITUTION & PROGRAMME)
Islamabad, Pakistan		<i>It's going to happen, because I am going to make it happen. - Harvey Specter</i>		Bachelor's in Mechanical Engineering (Gold Medallist) NUST, Pakistan 1 year experience as a Maintenance Engineer and +6 months as a Planning & Projects Engineer
STRENGTHS I BRING TO THE TEAM (3-5 SOFT & HARD SKILLS)			WEAKNESSES I WOULD LIKE TO IMPROVE (3-5 SOFT & HARD SKILLS)	
Team Management and Leadership Skills			Research (get too much involved in intricacies)	
Technical drawings & 3D Models			Rendering (knows only SolidWorks renderer)	
Mechanical Design and analysis knowledge			Believing in other's work (this is horrible I know :p)	
Presentation & Public Speaking Skills				
Keeping the team on track				

Figura 1. *Presentati!* Il pannello.

stre capacità è un passo fondamentale per prepararci a relazionarci con gli altri mentre svolgiamo un determinato compito. Vedere che gli altri sono in un certo modo simili o diversi da noi stessi fa comprendere che esistono modi di essere e punti di vista differenti. Abbiamo ideato questa prima attività rompighiaccio, *Presentati!*, che ha lo scopo di riflettere su sé stessi e conoscere gli altri, ma anche di aiutare a svelare la complessità che ogni persona incarna e di supportare la classe (studenti e docenti) nella fase di raggruppamento.

Preparare il terreno

In primo luogo, rendiamo esplicito agli studenti che lavoreranno in gruppo e che la collaborazione fornirà loro un'importante opportunità per sviluppare sia *hard* che *soft skills* legate al design. Nell'introdurre l'esercizio, elencheremo diversi esempi di entrambe le competenze, sottolineando anche come tanto le *hard* quanto le *soft skills* siano altamente rilevanti per i designer.

Sé stessi – riflettere e rappresentare il proprio punto di vista

Ogni studente riempie un dato di tela per questa attività (fig. 1) che contiene diverse sezioni per gli studenti per presentarsi. Nella parte superiore lo studente inserisce una serie di informazioni personali da condividere con

i compagni che forniscono un supporto per descrivere il suo background personale (nome e cognome, soprannome, provenienza, lingua parlata), esperienze (luoghi in cui ha vissuto, percorso accademico) e visioni del mondo (ossia un motto). Nella parte inferiore viene chiesto allo studente di presentarsi basandosi sui punti di forza personali e sulle cose che vorrebbe migliorare collaborando con altri a partire da compiti progettuali. Il pannello viene fornito agli studenti nel formato standard mostrato in figura 1.

Condividere e ascoltare gli altri

Durante la lezione ogni studente ha il tempo di presentarsi illustrando il pannello agli altri. Alcune persone potrebbero semplicemente preferire leggere il pannello, altri si sentono di aggiungere commenti e ulteriori spiegazioni durante la presentazione. Hanno la possibilità di mostrare le loro abilità, indicando sia i punti di forza sia le competenze che vorrebbero migliorare. Fintanto che uno studente espone, gli altri dovrebbero ascoltare e individuare i compagni con cui vorrebbe lavorare, tenendo anche conto delle persone che posseggono competenze complementari alle proprie.

Agire insieme

Nei nostri corsi, in alcuni casi lasciamo gli studenti liberi di formare i gruppi mentre in altri, come docenti, siamo noi a decidere i gruppi (Mattioli et al. 2020). L'attività potrebbe supportare entrambe le modalità di raggruppamento degli studenti, poiché aiuta sia gli studenti sia i docenti a conoscere meglio gli altri. Nelle occasioni in cui abbiamo formato i gruppi, abbiamo lasciato una possibilità di azione agli studenti includendo nell'attività una parte, precedente alla formazione del gruppo, in cui ognuno è libero di suggerire le persone che considera complementari a sé in base alle presentazioni.

6. Seconda attività: il *Team Agreement* per condividere aspettative, concordare regole e ruoli

Una volta formati i gruppi, proponiamo questa attività per fare in modo che i membri del gruppo condividano le aspettative e si accordino su regole e ruoli da seguire. I contratti e gli accordi di gruppo sono ampiamente utilizzati prima delle collaborazioni per assicurarsi che tutti i membri del gruppo siano d'accordo e che tutti approvino il modo in cui sarà organizzato il

TO IMPROVE THE TEAMWORK EXPERIENCE, I...	
OFFER TO TEAMMATES	EXPECT FROM TEAMMATES
<ul style="list-style-type: none">- TO BE TRUSTFUL- PUNCTUALITY- SUPPORT- TO STAY POSITIVE	<ul style="list-style-type: none">- RESPECT- TO BE HEARD- HARD WORK- TO LEARN FROM THEM

Figura 2. Esempio di come gli studenti sono tenuti a elencare offerte e aspettative personali.

lavoro (Barkley et al. 2014). Di conseguenza, abbiamo progettato l'attività di *Team Agreement* per supportare i gruppi di lavoro appena formati per guidarli nel rendere esplicito ciò che ciascun membro offre e chiede al gruppo, ma anche per decidere collettivamente le regole per collaborare tra di loro.

Preparare il terreno

Spieghiamo innanzitutto che è importante rendere esplicite le aspettative personali, poiché aiuta tutti a condividere ciò che ciascuna persona sente di poter offrire al gruppo (ad esempio *hard e soft skills*, attitudini, conoscenze di base), ma anche ciò che si aspetta dagli altri. Quindi, chiariamo che concordare ruoli e regole nel gruppo aiuta ogni membro a non dare le cose per scontate. Creando insieme e firmando l'accordo ogni studente si assume la responsabilità di rispettare e pretendere il rispetto delle regole decise. Il *Team Agreement* diventa il documento fondativo della collaborazione che sta per iniziare.

Sé stessi – riflettere e rappresentare il proprio punto di vista

Nella primissima parte ogni studente ha tempo per riflettere e scrivere offerte e aspettative personali, come nell'esempio (fig. 2).

TEAM AGREEMENT

Team number _____
Team members _____

Name	Offers	Expectations

TEAM RULES

TEAM ROLES

SIGNATURES

Team Number: 1
Team Members: Rhea, Giovanni, Raman, Alejandra

EXPECTATIONS:
Patience with limits, constructive criticism (consideration and respect),
Speak up if something bothers you, commitment (getting work done, prioritizing the work), Making each other better, keep each other informed.

OFFERS:
Rhea offers to be the middle man if something is wrong
Ale offers to be flexible regarding decisions
Raman offers to give constructive criticisms.
Giovanni offers to be a channel of communication with professors.
EVERYONE offers to be responsible and have good communication between everyone.

FOR WHOLE CLASS:
Share ideas if you have
No Overlapping

TEAM RULES:
How to communicate: WhatsApp, zoom calls for meetings
How to share documents/materials: Google drive/emails
Where and when to meet: next meeting will be decided at the end of every meeting (deadline)
How to divide work: equally, who can do the best work, if same level, who has more time
How and when to verify: We can keep each other informed whenever we finish a certain task and discuss it, go over everything in the meetings.
How to deal with issues: calmly, respectfully, with the whole group
How to take decisions: voting, if same number, discuss some more and vote, or try to find something the majority agrees on.
How to organize folders: Per date, per subject

TEAM ROLES:
Facilitator: Giovanni (Subject to change)
Recorder: Rotates by session (all will take basic notes)
Reporter: Rhea (Subject to change)
Timekeeper: Rhea and Alejandra
Materials Manager: Alejandra and Raman
Wildcard: Depends on the subject/task, on timing
Feedback: At the end of every session, respectfully rate and discuss the work done (constructive criticism, and what we did well), decide if a change is needed

SIGNATURES:

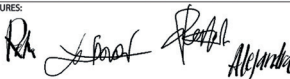


Figura 3. A sinistra, lo schema fornito per creare l'accordo di gruppo; a destra, un esempio di accordo creato da un gruppo di studenti.

Condividere e ascoltare gli altri

Gli studenti iniziano a creare il Team Agreement (fig. 3) condividendo con i compagni del gruppo offerte e aspettative e mettendoli su un foglio. Suggeriamo agli studenti di non aver paura di chiedere spiegazioni agli altri se qualcosa non è chiaro, per assicurarsi che nulla rimanga implicito o non detto.

Agire insieme

Questa attività è fortemente incardinata nell'agire insieme, poiché il gruppo crea letteralmente il Team Agreement. Come primo passo, ogni gruppo dovrebbe decidere le proprie regole seguendo le seguenti domande-guida:

- Come comunicheremo?
- Come condivideremo documenti e materiali (aggiornamento, denominazione dei file, piattaforma di condivisione)?
- Dove e quando ci incontreremo?
- Come faremo a prendere decisioni?
- Come ci divideremo il lavoro da fare?
- Come e quando potremo discutere di come sta andando?
- Come affronteremo problemi o argomenti?

Queste sono regole che ci aspettiamo che gli studenti decidano, ma li lasciamo liberi di aggiungerne altre oltre a queste. Forniamo loro anche suggerimenti su possibili strumenti per condividere file, organizzarli (cioè decidere un metodo condiviso per raccogliere documenti in cartelle o nominarli), organizzare la comunicazione attraverso una piattaforma condivisa e organizzare le varie attività progettuali.

Infine, gli studenti devono concordare i ruoli all'interno del gruppo, fattore che dà a tutti una forma di partecipazione e garantisce che i vari aspetti del compito di progettazione siano affrontati (Barkley et al. 2014). Invece di dividere i ruoli in base ai vari aspetti del progetto, suggeriamo agli studenti di assegnare ruoli legati agli aspetti organizzativi, come i sei ruoli suggeriti da Mills e Cattel (in Barkley et al. 2014) ovvero il *facilitatore*, il *registratore*, il *reporter*, il *cronometrista*, il *responsabile dei materiali*, il *jolly* (tab. 2). Ogni gruppo è libero di decidere quali ruoli assegnare, ma anche di non assegnarne nessuno di questi. I ruoli vengono decisi all'inizio e dovrebbero ruotare durante lo sviluppo dell'attività di progetto. Dopo aver deciso i ruoli, tutti i membri del gruppo dovrebbero firmare il Team Agreement: ora il gruppo è pronto per iniziare la collaborazione.

Tabella 2. I sei ruoli comuni di gruppo (Mills e Cattel 1998 in Barkley et al. 2014: 86).

Facilitatore	Modera tutte le discussioni del gruppo, mantiene il gruppo impegnato per ogni incarico e si assicura che tutti si assumano la propria parte di lavoro. I facilitatori si sforzano di assicurarsi che tutti i membri del gruppo abbiano l'opportunità di apprendere, partecipare e guadagnarsi il rispetto degli altri membri.
Registratore	Registra tutte le attività del gruppo assegnate. I registratori prendono appunti che riassumono la discussione, conservano tutti i registri necessari (inclusi i fogli di presenza e verifica dei compiti a casa) e completano fogli di lavoro o compiti scritti da inviare all'istruttore.
Reporter	Funge da portavoce del gruppo e riassume oralmente le attività o le conclusioni del gruppo. I reporter aiutano anche il registratore nella preparazione di rapporti e fogli di lavoro.
Cronometrista	Mantiene il gruppo consapevole dei limiti di tempo, lavora con il facilitatore per mantenere il gruppo impegnato e può anche assumere il ruolo di qualsiasi membro del gruppo indeciso. Il cronometrista è anche responsabile di qualsiasi impostazione e di garantire che l'area di lavoro del gruppo sia in buone condizioni al termine della sessione.
Responsabile dei materiali	[...] I responsabili dei materiali si assicurano che tutti i materiali pertinenti della classe siano nella cartella alla fine della sessione della classe.
Jolly	Assume il ruolo di qualsiasi membro mancante e se necessario lo sostituisce.

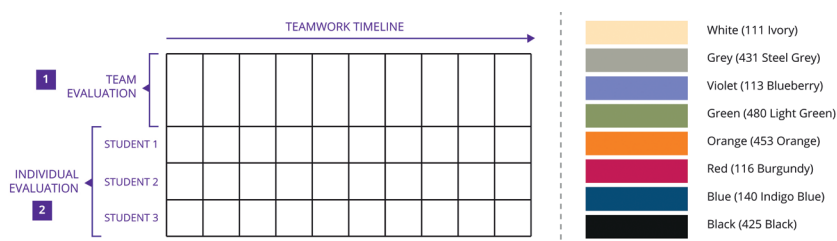


Figura 4. Teamwork Color Matrix e la palette di colori selezionata (Mattioli e Calvo Ivanovic 2021).

7. Terza attività: Teamwork Color Matrix per valutare il fare e il miglioramento comune

Dopo aver lavorato insieme per un periodo di tempo, proponiamo un’autovalutazione tra pari e di gruppo, con lo scopo di aiutare gli studenti e il gruppo a migliorare il modo in cui la collaborazione viene affrontata. Questo tipo di valutazioni aiuta gli studenti a riflettere sul loro modo di collaborare ed eventualmente a parlare di problemi e a trovare soluzioni collettivamente (Mattioli e Ferraris 2019). Questa attività è stata progettata con l’aiuto di un ricercatore del colore ed è stata presentata in precedenti pubblicazioni (Calvo Ivanovic e Mattioli 2021; Mattioli e Calvo Ivanovic 2021).

Preparare il terreno

Spieghiamo che l’attività è finalizzata a:

- riflettere e rendere espliciti pensieri e sentimenti personali sul lavoro di gruppo;
- identificare che cosa ha funzionato e cosa può essere migliorato nel lavoro di gruppo e nell’interazione;
- fornire uno strumento condiviso che dia a ciascuno lo spazio per esprimere la propria esperienza;
- verificare il Team Agreement e aggiornarlo alla luce della loro esperienza;
- migliorare il lavoro di gruppo nelle attività successive.

Viene ricordato a tutti gli studenti di essere costruttivi e assertivi nel fornire feedback e di ascoltare attivamente gli altri. Abbiamo poi introdotto il lavoro Teamwork Colour Matrix (TCM), costituito da una griglia ortogonale vuota progettata per essere il pannello da riempire con uno o più colori, tratti da una palette predefinita di 8 colori (Calvo Ivanovic e Mattioli 2021).

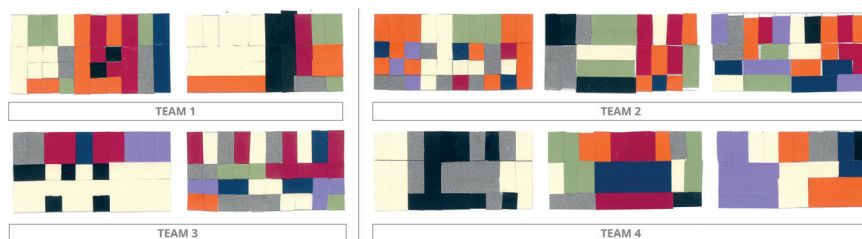


Figura 5. Esempio di Teamwork Color Matrix realizzato dagli studenti (Calvo Ivanovic e Mattioli 2021).

La diversità della tavolozza cromatica (tonalità, luminosità, saturazione) è studiata per fornire una varietà di colori per rappresentare visivamente diversi stati d'animo, momenti o significati quando si rappresenta l'esperienza di lavoro di gruppo. All'interno della TCM l'esperienza del lavoro di gruppo potrebbe essere suddivisa nei diversi momenti sull'asse orizzontale (fig. 4, *teamwork timeline*) che gli studenti decidono liberamente di associare a uno dei colori. La TCM permette di rappresentare visivamente ogni parte del processo.

Sé stessi – riflettere e rappresentare il proprio punto di vista

Come primo passo, gli studenti sono tenuti a valutare individualmente l'esperienza collettiva del lavoro di gruppo (fig. 4, *team evaluation*) colorando la riga superiore della griglia. Successivamente, viene chiesto loro di produrre una breve descrizione scritta della rappresentazione visiva. Poi ciascuno studente colora le righe inferiori, valutando le singole prestazioni – di sé e dei suoi pari – di ciascun membro (fig. 4, *individual evaluation*). Viene poi chiesto loro di scrivere note dettagliate sulla composizione cromatica. Alla fine dell'attività, sia le valutazioni di gruppo sia quelle individuali sono espresse all'interno della TCM come comunicazione visiva, sotto forma di una composizione cromatica intuitiva (fig. 5).

Condividere e ascoltare gli altri

Una volta che ogni membro del gruppo ha creato la sua TCM, il gruppo si riunisce e inizia la fase di condivisione. Agli studenti vengono fornite delle semplici regole da seguire in questa fase:

- uno parla, gli altri ascoltano senza interrompere;
- chi parla lo deve fare partendo dai propri bisogni e sentimenti;

- valutare l'esperienza complessiva del lavoro di gruppo presentando la propria TCM;
- quando tutti hanno parlato, si può costruire complessivamente una comprensione condivisa del lavoro di gruppo.

In questa fase noi docenti dichiariamo esplicitamente che siamo disponibili a dare supporto nel caso in cui i gruppi abbiano problemi per i quali non riescono a trovare una soluzione.

Agire insieme

Quando il gruppo termina la fase di condivisione è pronto a rileggere il Team Agreement iniziale e decidere che sono necessari aggiornamenti alla luce di come si è svolta l'esperienza. Il gruppo è libero di cambiare le regole e far ruotare i ruoli.

8. Conclusioni

Imparare il design con consapevolezza e sensibilità verso gli altri: un primo passo lungo il percorso

Queste attività sono un esempio di come i docenti di design possano iniziare con facilità ad aprire un dialogo con gli studenti sui temi della pluralità e della collaborazione con l'Altro. I risultati finora mostrano che questo tipo di corsi può aiutare a sviluppare una maggiore consapevolezza da parte degli studenti e a sviluppare abilità nel relazionarsi con l'Altro. Soprattutto nei percorsi di apprendimento *design based* in cui si chiede agli studenti di collaborare ad un progetto, alcuni semplici accorgimenti possono favorire atteggiamenti inclusivi e aiutare tutti a capire che possono esistere visioni diverse e, soprattutto, che da questa pluralità si può imparare a diventare designer migliori. Chiaramente, non crediamo che queste tre attività da sole possano essere una risposta esauriente a una questione così ampia e complessa. La ricerca che abbiamo svolto finora è solo un passo verso un approccio didattico che consideri il rapporto con l'Altro un aspetto critico da non dare per scontato. In questo senso, ci auguriamo che la discussione sulla struttura e le caratteristiche delle attività presentate possa essere di supporto ad altri educatori, come linee guida progettuali per attività educative volte a promuovere lo sviluppo di competenze globali e collaborative.

Bibliografia

Barkley, Elizabeth F.; Major, Claire H.; Cross, K. Patricia

2014 *Collaborative Learning Techniques: A Handbook for College Faculty*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers.

Bennett, Janet M. (ed.)

2015 *The SAGE Encyclopedia of Intercultural Competence*, New York, Sage Publications.

Buchanan, Richard

2001 “Design Research and the New Learning”, *Design Issues*, 17, 4, 5-23.

Bulone, Philip A.

2016 *Reflections on Global Competence by Four Design Educators*, University of South Florida.

Calvo Ivanovic, Ingrid; Mattioli, Francesca

2021 “A colour is worth a thousand words! A colour-based tool to foster communication in culturally-plural teams”, in Griber, Y.A. and Schindler, V.M. (eds.), *The International Scientific Conference of the Color Society of Russia: Selected papers*, Smolensk State University Press, 25-130.

Center for Global Education

2013 *Global Leadership: 12th Grade*, in «Global Leadership», Asia Society.

Christensen, Bo T.; Ball, Linden J.; Halskov, Kim (eds.)

2017 *Analysing Design Thinking: Studies of Cross-Cultural Co-Creation*, London, CRC Press.

Consiglio d'Europa

2017 *Competenze per una cultura della democrazia. Vivere insieme in condizioni di parità in società democratiche e culturalmente diverse*, Strasburgo, Council of Europe Publishing.

2021 *Quadro di riferimento delle competenze per una cultura della democrazia. Volume 1: contesto, concetti e modello*, Strasburgo, Consiglio d'Europa.

Dutton, Thomas A.

1987 “Design and studio pedagogy”, *Journal of Architectural Education*, 41, 1, 16-25.

Efron, Sara Efrat; Ravid, Ruth

2019 *Action Research in Education. A Practical Guide*, New York, Guilford Publications.

Gautam, Vivek

2012 *Influence of Cultural Characteristics on Designers' Approaches-An Empirical Study*,
Doctoral Thesis, Technische Universität Berlin.

Gómez Puente, Sonia María

2014 *Design-based learning: exploring an educational approach for engineering education*,
Eindhoven, Technische Universiteit Eindhoven.

Kemmis, Stephen; McTaggart, Robin; Nixon, Rhonda

2014 "A New View of Research: Research Within Practice Traditions", in Id. (ed.), *The Action Research Planner: Doing Critical Participatory Action Research*, Singapore, Springer.

Krippendorff, Klaus

2006 *The Semantic Turn. A new Foundation for Design*, Boca Raton, CRC/Taylor & Francis.

Kroeber, Alfred Louis; Kluckhohn, Clyde

1952 "Culture: a critical review of concepts and definitions", *Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University*, 47, 1, 223.

Lee, Dong Yeong

2016 *Interaction of Cultures through Design' Cross-Cultural Design (CCD) Learning Model: The development and implementation of CCD design education in South Korean higher Education*, Doctoral thesis, Goldsmiths, University of London.

Mahadevan, Jasmin

2017 *A Very Short, Fairly Interesting and Reasonably Cheap Book about Cross-Cultural Management*, New York, Sage Publications.

Mattioli, Francesca; Calvo Ivanovic, Ingrid

2021 "Have You Felt Blue or Red? A Colour-Based Tool for Culturally Plural Teams", in Grierson, H.; Bohemia, E.; Buck, L. (eds.), *DS 110: Proceedings of the 23rd International Conference on Engineering and Product Design Education (E&PDE 2021)*, VIA Design, VIA University in Herning, Denmark, 9th-10th September 2021.

Mattioli, Francesca; Ferraris, Silvia

2019 "Self-evaluation and peer evaluation tool for design and engineering teams: experiment conducted in a design studio", *Proceedings of the 21st international conference on engineering and product design education*, 364-369.

2021 "Never Take Teamwork for Granted! A Tutorship Experience on Soft-Skills", in Grierson, H.; Bohemia, E.; Buck, L. (eds.), *DS 110: Proceedings of the 23rd International Conference on Engineering and Product Design Education (E&PDE 2021)*, VIA Design, VIA University in Herning, Denmark, 9th-10th September 2021.

Mattioli, Francesca; Ferraris, Silvia; Ferraro, Venere; Rampino, Lucia

2018 “Mybias: A web-based Tool to Overcome Designers’ Biases in Heterogeneous Design Teams”, in Storni, C.; Leahy, K.; McMahon, M.; Lloyd, P.; Bohemia, E. (eds.), *Design as a catalyst for change - DRS International Conference 2018*, 25-28 June, Limerick, Ireland.

Mattioli, Francesca; Ferraris, Silvia; Rampino, Lucia

2020 “Diverse together: learn by collaborating”, *DIID. Disegno industriale industrial design*, 71/2020, 96-103.

McAra, Marianne; Ross, Kirsty

2020 “Expanding Studio Boundaries: Navigating Tensions in Multidisciplinary Collaboration within and beyond the Higher Education Design Studio”, *International Journal of Art and Design Education*, 39, 2.

Murdoch-Kitt, Kelly M.; Emans, Denielle J.

2020 *Intercultural Collaboration by Design. Drawing from Differences, Distances, and Disciplines Through Visual Thinking*, Abingdon, New York, Routledge.

OECD (OCSE)

2019 “PISA 2018 Global Competence Framework”, in *PISA 2018 Assessment and Analytical Framework*, OECD Publishing, 165-215.

Poggenpohl, Sharon H.

2004 “Practicing Collaboration in Design”, *Visible Language*, 38, 2, 138-157.

Poggenpohl, Sharon H.; Sato, Keiichi (eds.)

2009 *Design Integrations. Research and Collaboration*, Bristol, Intellect Ltd.

Ross, Lee; Lepper, Mark; Ward, Andrew

2010 “History of Social Psychology. Insights, Challenges, and Contributions to Theory and Application”, in Fiske, S.T.; Gilbert, D.T.; Lindzey, G. (eds.), *Handbook of social psychology*, John Wiley & Sons, Inc., 3-50.

Sancassani, Susanna; Brambilla, Federica; Casiraghi, Daniela; Marengi, Paolo

2019 *Progettare l'innovazione didattica*, Milano, Pearson.

Savin-Baden, Maggi; Howell Major, Claire

2004 *Foundations of Problem-based Learning*, Maidenhead, Open University Press.

Schön, Donald A.

1987 *Educating the Reflective Practitioner. Toward a New Design for Teaching and Learning in the Professions*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers.

Spiro, Jane

2014 “Learning Interconnectedness. Internationalisation through Engagement with One Another”, *Higher Education Quarterly*, 68, 1, 65-84.

Stringer, Ernest T.

2013 *Action research*, Thousand Oaks, SAGE Publications, Inc.

Tracey, Monica W.; Boling, Elizabeth

2014 “Preparing instructional designers: Traditional and emerging perspectives”, in Spector, J.M.; Merrill, M.D.; Elen, J.; Bishop, M.J. (eds.), *Handbook of Research on Educational Communications and Technology: Fourth Edition*, New York, Springer Science+Business Media.

Voûte, Ena; Stappers, Pieter J.; Giaccardi, Elisa; Mooij, Sylvia; van Boeijen, Annemiek

2020 “Innovating a Large Design Education Program at a University of Technology”, *She Ji*, 6, 1, 50-66.

Wardak, Dewa

2016 “Gestures Orchestrating the Multimodal Development of Ideas in Educational Design Team Meetings”, *Design Studies*, 47, November, 1-22.

Wilson, Stephanie; Zamberlan, Lisa

2015 “Design for an unknown future: Amplified roles for collaboration, new design knowledge, and creativity”, *Design Issues*, 31, 2, 3-15

Il paesaggio fra identità e alterità

Per un design delle atmosfere

Trovare parole per ciò che si ha dinnanzi agli occhi: quanto può essere difficile. Ma quando esse arrivano, allora è come se battessero con dei piccoli colpi di martello contro la superficie del reale...

Walter Benjamin, *San Gimignano*

1. Il paesaggio come atmosfera

L'*atmosfera* dei paesaggi¹ è legata ai luoghi: in modo più evidente si relaziona alle memorie e alle identità delle comunità che vi hanno condiviso storie e culture. Ma a uno sguardo più attento è facile capire come sia strettamente legata alle "alterità", alle evoluzioni culturali "ibride" e meno evidenti che lasciano segni *differenti* nel territorio. Il primo capitolo di questo intervento propone riflessioni sulle relazioni tra *paesaggio culturale* e *atmosfera*, intesa come soglia di accesso alle identità e alle alterità dei territori. Lo scopo è quello di fornire indicazioni progettuali per il design della comunicazione che si occupa di descrivere i territori, nella loro complessità culturale, attraverso punti di vista percettivi, linguaggi visivi e approfondimenti narrativi differenti. L'approfondimento, nei capitoli successivi, riguarda le atmosfere dei paesaggi che per la loro natura mutevole, impressiva e soggettiva, non evidenziano una prevalente identità territoriale, né un unico punto di vista culturale o emozionale. Piuttosto compongono una variegata galleria di rappresentazioni istantanee, che stabilisce un interessante vocabolario visivo di alterità paesaggistiche, ovvero di relazioni tra spazi emozionali soggettivi e ambiente.

La seconda parte è dedicata allo stato dell'arte e all'analisi dei casi studio. La terza e ultima parte espone una sperimentazione progettuale che usa le immagini di contenuti atmosferici, a partire da descrizioni letterarie, come un sistema di scrittura *ibrido*, che evolve da notazioni illustrate e testo.

1. Council of Europe Landscape Convention: <<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016802f3fb1>>, online il 31 agosto 2021.

In conclusione, la ricerca avvia un possibile inquadramento teorico laddove l'atmosfera si manifesta come *alterità spazializzata* (Deleuze [1966] 2001).

1.1. *Paesaggi*

Sono trascorsi molti anni da quando è stata adottata la *Convenzione Europea del Paesaggio* dal Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa a Strasburgo, il primo trattato internazionale dedicato al paesaggio europeo. Secondo la Convenzione (Cap. 1. Art. 1.a – Definizioni), il

“Paesaggio” designa una determinata parte di territorio, così come percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e/o umani e dalle loro interrelazioni». Il paesaggio è dunque: «componente essenziale del contesto di vita delle popolazioni, espressione della diversità del loro comune patrimonio culturale e naturale e fondamento della loro identità. (Cap. 2. Art. 5.a – Provvedimenti generali)

In generale, l'evoluzione sociale, culturale e politica ha contribuito a definire ulteriormente i paesaggi moderni come contenitori di “super-diversità”; non statici, ma in trasformazione, dal contesto prevalentemente multiculturale. Le diverse radici e tradizioni, compresenti nel patrimonio ambientale collettivo, eludono la possibilità di circoscrivere caratteri socio-ambientali omogenei e costanti, anzi sviluppano *ibridazioni e mutazioni*:

a level and kind of complexity surpassing anything the country has previously experienced. Such a condition is distinguished by a dynamic interplay of variables among an increased number of new, small and scattered, multiple-origin, transnationally connected, socio-economically differentiated and legally stratified immigrants who have arrived over the last decade. (Vertovec 2007)

L'esperienza del paesaggio è dunque influenzata da una moltitudine di punti di vista e pattern culturali; è un «oggetto socio-culturalmente prodotto» (Galasso 2018: 141) nel quale identità storiche sociali e alterità sono espressioni sinergiche tra loro complementari. I *pattern culturali*, proprio per la loro eterogeneità, possono dare origine a un carosello di forme e impressioni che manifestano *atmosfera* a tratti familiari e a tratti estranee

all'“estetica domestica” dominante. Nel loro insieme essi definiscono una sorta di *estetica ambientale*, individuabile e riconoscibile fin dalla prima esplorazione (Lynch [1960] 1969), ma dipendente da variabili culturali e soggettività e quindi mutevole. Chiameremo *alterità atmosferiche* il sistema articolato di rappresentazioni possibili dello stesso luogo.

Associare le alterità culturali dei paesaggi alla sommatoria delle differenti impressioni atmosferiche rimanda al principio percettivo gestaltico che organizza i significati delle singole parti in categorie espressive di insieme. L'atmosfera dei paesaggi esprime qualità impulsive transitorie capaci di *ridefinire* continuamente l'estetica complessiva dei luoghi, seppur tenacemente fondata su *proprietà invarianti*, geografiche, fisiche e simboliche. L'insieme delle atmosfere è il “paesaggio paradigmatico”, sintesi delle tante alterità. Una sintesi che considera ogni parte, ogni istante atmosferico, indispensabile per costituire il significato complessivo. Le atmosfere di un paesaggio hanno, dunque, caratteristiche interessanti; l'insieme dei punti di vista è insieme di alterità e l'insieme delle rappresentazioni atmosferiche definisce l'*estetica delle iconografie culturali*.

L'atmosfera si può percepire a distanza, senza attraversare i luoghi, osservandoli da lontano. Il semplice “abbracciare con lo sguardo” un panorama può immergere nel *senso atmosferico* (Griffero 2013: 129). Ma la percezione è proiettiva e sinestetica, *quasi tattile*, anche quando si osserva un paesaggio pittorico o un'immagine fotografica (Merleau-Ponty [1964] 2003). In una sorta di coinvolgimento sempre più astratto, anche l'immagine “mentale” dei luoghi letterari si forma con attributi “atmosferici” che rimandano ad altri luoghi conosciuti. Si tratta di un effetto di senso, generato dalle descrizioni letterarie, che per formarsi attinge dal ricordo di altri luoghi.

«L'atmosfera di una città sopravviene alla materialità urbana» (Griffero 2014: 21) e i paesaggi si manifestano nella vocazione di «[...] attivatori di memorie, capaci di far riemergere esperienze, relazioni, dinamiche sociali, fatti di rilevanza pubblica e pratiche quotidiane» (Cattunar 2014: 2). L'atmosfera coinvolge infatti principalmente per questa sua dimensione mnemonica e insieme estetica: è definita come un “sentimento spazializzato” in quanto «qualità emozionale specifica di uno “spazio vissuto”» che alcuni luoghi esprimono meglio di altri, o in modo diverso (Griffero [2010] 2017: 43).

Il paesaggio attiva, cioè, un connettivo atmosferico di memorie, di figurezioni simboliche, di caratteri visivi, e questo avviene anche quando si con-

sidera la sua sola descrizione, iconografica o testuale. Anche una descrizione restituisce, infatti, una moltitudine di significati immaginifici rappresentabili, traducibili in linguaggi visivi e condivisibili.

L'epistemologia interessata alla narrativa (Lancioni 2009) evidenzia come la letteratura costituisca, nel suo insieme, una sorta di inconsapevole "atlante dei luoghi immaginati" favorito dalla «figurabilità dei testi» (Bertrand 2002: 99). Luoghi la cui atmosfera conserva i riferimenti espliciti del paesaggio, o impliciti nelle memorie di quel paesaggio, per poi offrirsi come *aria che riempie lo spazio*, immergendo in una soggettività che interpreta.

Secondo Griffero, «... senz'altro atmosferiche possono considerarsi le descrizioni di spazi urbani offerte sia da August Endell nel 1908 sia, più di recente, da Kevin Lynch nelle sue indagini ambientali fondate sulla nozione di "figurabilità" (*imageability*), ossia sulla qualità urbana percepita, indipendentemente dall'oggettività cartografica e risultante dall'incontro tra il soggetto e certe qualità oggettive» (Griffero [2010] 2017: 93). I paesaggi sono perciò sistemi articolati che rinviano ad altre memorie e ad altri spazi: sono *ipertesti viventi* con una struttura superficiale, riferita all'immediatezza dell'immagine di insieme, e una più profonda che intreccia le memorie (Calabi 2009).

La partitura dell'impianto storico del paesaggio (o delle sue lacune *mnesiche* o *amnesie*) nutre le forme dell'atmosfera. Alle identità autoctone che condividono memorie, valori e narrazioni, si giustappongono le alterità delle differenze e delle trasformazioni. Le identità si riconoscono stratificate nell'impianto paesaggistico in quanto, radicate e solide, coincidono coi valori integrati nelle espressioni collettive. Le alterità, invece, rappresentano i valori "superdiversi", le alternanze, le differenze; costruiscono i paesaggi atmosferici e influenzano i sentimenti di chi osserva.

Se identità e alterità sono intese come "dimensioni culturali" sinergiche e in relazione tra loro, con la natura e con la storia dei luoghi, esse appartengono entrambe anche alla dimensione spaziale, geografica e antropica dei paesaggi. Sovrapponendosi, connotano il paesaggio e ne determinano le atmosfere, la loro riconoscibilità, il senso di appartenenza o di estraneità; lo stesso concetto di *dimora* si nutre della relazione tra identità, alterità, spazio e tempo (Leccardi et al. 2011). Per questo il paesaggio si riconosce come "fenomeno percettivo" che appartiene all'ambito delle *esperienze estetiche* (D'Angelo 2001).

La dissintonia tra alterità culturali ha un ruolo storico e ha lasciato segni leggibili nella forma dei paesaggi. Essi ospitano culture con stili, forme, relazioni diverse e le loro *apparenze* coinvolgono oltre le sensazioni corporee. I paesaggi generano infatti un coinvolgimento di *empatia estetica*; una sorta di «situazione affettiva, intendendo con ciò il fatto di sentire in quale ambiente ci si trova» (Böhme 2001: 64 tr. it.).

L'esperienza di un'atmosfera è poi *implicitamente* estetica perché riferita alla coscienza, al vissuto, a emozioni e sensazioni; perché attiva percezioni corporee, aptiche e propriocettive proprie dell'*immersione* in uno spazio (Gander 1999). Il termine «àptico» (Panofsky [1961] 1989) rimanda al significato di “tangibile”, intendendo un tatto esteso sulle forme e nello spazio, sinestetico, che coinvolge l'intero organismo. Il corpo reagisce sintonizzandosi in relazione agli stimoli, come “invaso” dalle percezioni ambientali.

La profondità dell'esperienza atmosferica e il suo valore di strumento emozionale possono ridefinire i linguaggi visivi e le gerarchie di senso nella comunicazione dei caratteri di un luogo. Dissociandosi dalle stereotipie che valorizzano rappresentazioni identitarie con scopi promozionali, il design delle atmosfere può tradurre i diversi punti di vista, le alterità culturali, le diverse versioni narrative.

Si constatano, in sintesi, alcune questioni aperte sul piano progettuale del design della comunicazione delle identità e delle alterità dei paesaggi.

La prima riguarda l'uso delle rappresentazioni atmosferiche nella costruzione di un palinsesto di frammenti di memorie e narrazioni che coincidono con le identità prevalenti. La seconda mette in evidenza il valore dei differenti punti di vista che generano “alterità atmosferiche”. Altre questioni riguardano il valore di un design delle atmosfere, per restituire spazi di significazione e rafforzare il senso di appartenenza e di dimora, oltre le identità condivise prevalenti.

1.2. *Effetti atmosferici*

L'esperienza atmosferica permette di ipotizzare alcune definizioni di *effetto atmosferico*. Esse comprendono: i fenomeni atmosferici che hanno luogo in un dato momento temporale, che modificano il clima e che possono essere oggetto di interpretazioni emozionali; le “identità spazializzate”, che sono riferimenti simbolici, mnestici e culturali disseminati nel paesaggio;

le “alterità” che comprendono le trasformazioni, le commistioni culturali, le divergenze dai riferimenti identitari che generano punti di vista atmosferici dissimili.

Accertato che la percezione di un effetto atmosferico determina “relazioni estetiche” che possono influenzare gli stati emotivi (Catalano 2020), chi ne è coinvolto può accedere, in personale risonanza o dissonanza, alle culture dei luoghi (Jedlowski 1989), alle trasformazioni e alle emozioni suscitate dagli effetti atmosferici. Il paesaggio si offre allora come «uno spazio in cui si entra così come si entra in uno stato d’animo» (Catalano 2020: 44) e diviene un territorio di alterità ossia dell’inatteso, della scoperta, delle relazioni tra sequenze di punti di vista e rappresentazioni. Ciascuno organizza, infatti, i riferimenti diffusi nel paesaggio prediligendo alcune tracce rispetto ad altre e determinando predominanze di senso. Queste predominanze emergono semanticamente dall’insieme, ma al tempo stesso lasciano intravedere altre esperienze e altre realtà rispetto a quelle riconosciute.

Si è accennato a due tipologie di “coinvolgimento atmosferico estetico”: l’una è diretta, in presenza, appartiene allo spazio reale tridimensionale e genera esperienze cognitive ed emozionali sulla base dei processi proprio-corporei. L’altra tipologia è indiretta, cioè avviene tramite rappresentazioni (artistiche, iconografiche, testuali, sonore), attraverso cioè narrazioni “altre” dove il *senso di presenza* (che si realizza raffigurandosi *immersi* in quei luoghi) è dato dalla *figurabilità* del contenuto, cioè dalla sua possibilità di essere immaginato facendo appello alla propria esperienza e per similitudini.

In entrambi i casi tipologici identità e alterità concorrono a definire gli effetti atmosferici, influenzando le reazioni soggettive con naturalezza e inconsapevole immediatezza.

Va chiarito meglio che l’atmosfera non si “genera” dall’atteggiamento di chi osserva. Essa mantiene infatti una struttura che nasce dai caratteri ambientali e che è costante per tutti, nonostante possano cambiare le situazioni e gli sguardi. L’atmosfera porta cioè con sé informazioni “stabili” a partire dagli elementi fisici del paesaggio, che poi assumono significati simbolici e convenzionali che orientano alla comprensione dei segni, come «affordance» (Griffero 2013: 129) per l’interpretazione del paesaggio. Oltre ai segni stabili, nelle rappresentazioni atmosferiche si trovano, ed emer-

gono con forza, le inferenze e le interpretazioni emozionali di chi osserva, così allo stesso tempo partecipano le indefinite relazioni di alterità di cui ogni soggettività è intrisa. Un esempio di interpretazione soggettiva è la ricerca inconsapevole delle sensazioni che in qualche modo rendono familiare l'ambiente, trasmettendo la sicurezza della *domesticità* (concetto strettamente personale e differente per ciascuno). Altro esempio è quello dell'effetto atmosferico di un tramonto in natura in assenza di rimandi culturali; mediamente ispira lo stesso sentimento e coinvolgimento in tutte le persone. In questo caso, la rappresentazione visiva può certamente essere lirica e omaggiare l'immaginario personale, ma non riverbera né identità né alterità: è ciò che l'osservatore si attende. Quando però nell'atmosfera di quel paesaggio naturale si rendessero riconoscibili, anche per un solo elemento, riferimenti artistici, simbolici, tracciati o rimandi culturali, ogni cosa cambia. Allora Cittanova sulla Via Emilia diventa contenitore di *altre* atmosfere (Luigi Ghirri, *Cittanova*, 1985), come la Cathédrales de Rouen (Claude Monet, *Série des Cathédrales de Rouen, Effet du matin/à midi/plein soleil*, 1893-1894, Museo d'Orsay, Parigi) o la Stazione Centrale di Milano (Anna Maria Ortese, *Silenzio a Milano*, 2002). Quei segni culturali di identità e alterità sono indici che identificano una rete di relazioni simboliche e culturali, nella quale il senso di estraneità si mitiga nel familiare e diventa spazio emozionale soggettivo.

«L'identità di un paesaggio è data dalla sua singolare atmosfera e averne esperienza, riuscendo cioè a percepirla nella sua pienezza, significa avere la possibilità di rispettarla nella sua irripetibile unicità» (Catalano 2020: 181). Il carattere dell'atmosfera nasce dalla corrispondenza tra l'ambiente e colui che lo osserva con una precisa e sensibile disponibilità al *coinvolgimento immersivo*, nel paesaggio e nei propri «stati affettivi» (Griffero 2016: 21). Sono sostanzialmente quegli stati affettivi personali a rendere differente per ciascuno l'immagine delle città.

L'esperienza atmosferica di un paesaggio coinvolge immediatamente: la discriminante percettiva; la dimensione cognitiva; il sé individuale. Non si tratta di un processo ma di un'esperienza immaginifica, che interpreta il luogo con reazioni immediate. Le diverse culture, le identità, le trasformazioni stratificate, il tempo atmosferico e le alterità si traducono in impressioni corporee ed emozionali. La genesi della *prima impressione* (Griffero 2009) di un paesaggio è dunque condizionata da *trasmutazioni*: ogni volta

che qualche cosa cambia ed emerge si smarca dall'identità e diventa altro da sé. Cambia il momento, cambia lo stato d'animo, cambia l'impatto e cambiano i significati culturali; costante è il coinvolgimento nelle forme del paesaggio e il processo mnemonico di rimandi alle memorie del proprio vissuto. Alterità che si materializzano via via sullo sfondo delle identità stratificate e in evoluzione, in connotati culturali a partire dai quali si determinano le atmosfere e si sviluppano nuove oscillazioni fra identità e alterità. La percezione è selettiva e perciò non considera allo stesso livello tutte le parti che si offrono allo sguardo, orientandosi piuttosto verso scelte di ordine pratico che possono combinare le impressioni. Perciò l'atmosfera si concretizza come espressione della relazione tra osservatore e paesaggio, tra noto e ignoto, tra identità e alterità e consente un *orientamento esperienziale* tra l'infinito numero di punti di vista. Intanto il paesaggio si configura come "oggetto fenomenico", cioè come il luogo degli *effetti atmosferici*, dove essi si percepiscono e assumono senso.

Il paesaggio «condensa in sé le relazioni del sistema società-spazio-tempo» (Fiorani 2005: 9) ed è definito nella sostanza culturale ed estetica; mentre l'"effetto atmosferico" seleziona i caratteri semantici e li rende emozioni. Riferita alla città, alle sue "superdiversità" (Vertovec 2007) e alterità culturali, l'atmosfera si configura con un insieme di parametri coinvolgenti e significanti di particolare carica attrattiva; i paesaggi multiculturali possiedono, cioè, un'iridata «carica atmosferica» (Griffero [2010] 2017: 91).

I paesaggi sono speciali generatori di significati e per questo le loro rappresentazioni artistiche hanno contribuito alla realizzazione di un'estetica riconoscibile come eredità storica, culturale e simbolica delle civiltà, nelle arti visive come in letteratura.

Mentre il paesaggio si offre in forma atmosferica, l'interpretazione traduce le emergenze simboliche del territorio in espressioni, in linguaggi espressivi, in "testi topografici" (Assmann 1997) dal senso condiviso.

Allora il legame tra persone e luoghi può essere rafforzato, se non concepito e creato, nel momento in cui si rende possibile la traduzione delle compresenti, e differenti, narrazioni atmosferiche del paesaggio, in forme comunicative condivisibili tra identità e alterità culturali.

Gli effetti atmosferici si rivelano strumenti di condivisione culturale.

2. Alterità spazializzate. Casi studio

Il noto elenco dei sette peccati capitali collegava la superbia a Genova, l'avarizia a Firenze (gli antichi tedeschi erano di altro avviso e chiamavano ciò che viene denominato amore greco "Florenzen"), la voluttà a Venezia, l'ira a Bologna, la gola a Milano, l'invidia a Roma e la pigrizia a Napoli.

Walter Benjamin, *Immagini di città*

Si è visto come i paesaggi siano contemporaneamente contenitori di identità e alterità, le quali emergono come elementi significanti dalle atmosfere dei panorami urbani e dai punti di vista. Hanno un ruolo fondamentale nella costruzione di consapevolezze collettive a partire dalle memorie esplicite, che generano consapevolezza e senso di appartenenza. L'assenza di memoria è assenza di identità, così come l'assenza di soggettività è privazione di alterità. Per tale ragione il design che si pone il compito di risemantizzare i luoghi attraverso la comunicazione delle culture e delle memorie, trova modo di rendere disponibili le realtà dimenticate e differenti, raccogliendo nuove visioni e approfondendo l'analisi dei materiali d'archivio. Materiali che costituiscono un patrimonio di punti di vista, attivabili nello spazio geografico. *Spazializzare memorie* significa cioè ricollocarle nel paesaggio affinché possano agire come collettori di identità.

Lo scopo progettuale non si esaurisce nella collocazione di marcatori di coordinate geografiche; la sua funzione è maieutica e permette di immaginare atmosfere in senso predittivo, come una guida turistica lascia presagire la meta: supporta attività di divulgazione, definisce punti di interesse, linguaggi e paradigmi di narrazione. Comunicare oggi significa definire spazi di relazione; il design della comunicazione dei territori svela relazioni altrimenti inaccessibili, per valorizzare le culture. Anche attraverso la rappresentazione atmosferica, lo scopo del design è di agire come strumento pedagogico di diffusione culturale.

Per il designer interfacciarsi con un paesaggio significa innanzitutto farne esperienza; la decodifica dello spazio atmosferico è un ulteriore passo nella direzione conoscitiva. Identità e alterità culturali non sono contrapposte ma sinergiche; la comunicazione dei paesaggi urbani non può limitarsi a una rappresentazione "per contrasti": Io e l'Altro, il soggetto e l'oggetto. Piuttosto si apre alle prospettive di super-diversità, di contaminazione di



Figura 1. Organizzazione dei segni atmosferici nella polarità Paesaggio Urbano/Naturale e Effetti atmosferici naturali/Alterità spazializzate.

segni, multi-scritture verbali e visive che richiedono altrettanti approcci progettuali, coinvolgenti ed esperienziali, capaci di esprimere contenuti accessibili alle compresenze.

A partire da un “punto di accesso” il design avvia una traduzione transmediale (Ciastellardi 2017), una narrazione che seleziona i pattern narrativi originali (memorie e immagini che appartengono alla dimensione reale) per produrre nuovi effetti atmosferici dialogici. Il design è quindi descrittore, è *narrante* e procede restituendo dispositivi esperienziali attraverso la messa in forma di artefatti immersivi, ma anche trasformativi e partecipativi, che prevedono rappresentazioni del paesaggio emozionanti e impresse.

Si tratta di considerare la rappresentazione atmosferica come un ulteriore strumento di scrittura dell’emozione e dell’estetica dei luoghi, la cui caratteristica è di veicolare contenuti con immediatezza.

Sono stati selezionati e analizzati alcuni formati comunicativi orientati alla comunicazione dei caratteri paesaggistici (naturali o urbani), che usa-

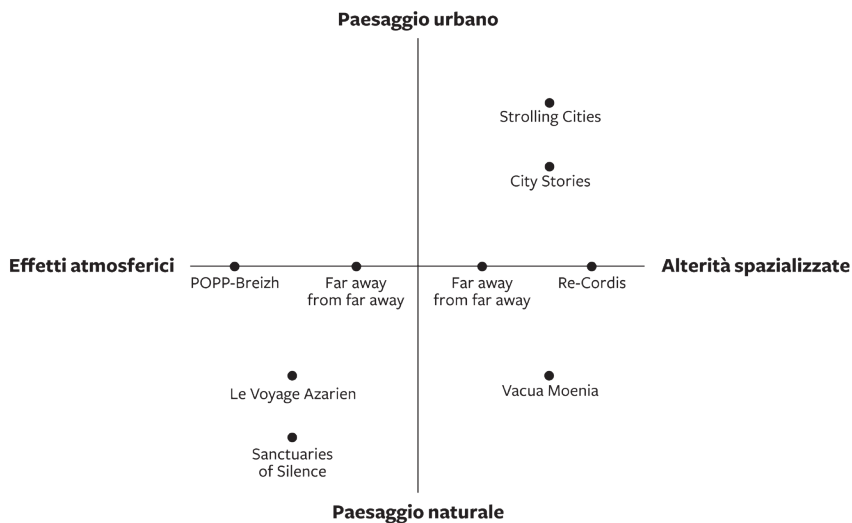


Figura 2. Organizzazione dei casi studio nelle polarità definite.

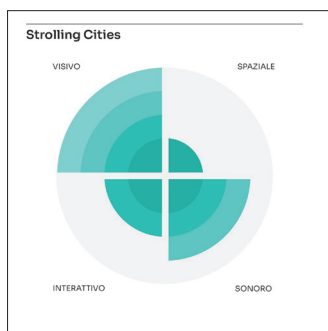
no una rappresentazione visiva efficace per immergere negli effetti atmosferici e comunicare alterità culturali. Tale rappresentazione avviene soprattutto per l'interconnessione tra immagini e suoni e si articola con l'uso di strumenti immersivi interattivi come gallerie di immagini navigabili, video, tour virtuali, animazioni, sonorità ambientali.

I casi studio sono stati analizzati in paesaggi da naturale a urbano, per tipologie di linguaggi utilizzati e contenuti. Da un lato è stato collocato l'“effetto atmosferico naturale” (senza riferimenti simbolici culturali) e dall'altro la presenza di “alterità spazializzate” (con riferimenti simbolici culturali). I caratteri emergenti dai casi studio, collocati in uno spazio cartesiano, sono stati disposti secondo il prevalere estetico di contenuti con marcato effetto atmosferico ambientale, oppure per la presenza di simboli culturali.

2.1. *Strolling Cities*

<https://strollingcities.com/index.html#first>

Strolling Cities – the artificial intelligence that generates urban landscapes from words – si colloca nei formati comunicativi che rappresentano le atmosfere dei paesaggi per valorizzare contenuti mnestici. Il progetto è stato



curato da Mauro Martino, con la collaborazione di ACTLAB (Politecnico di Milano) ed esposto al Padiglione Italia della Biennale di Venezia 2021 come esperimento di *poesia visiva* generato da intelligenza artificiale. Sono illustrate dieci importanti città italiane (Venezia, Como, Milano, Genova, Bergamo, Bologna, Firenze, Roma, Catania, Palermo) con immagini raccolte durante la pandemia del 2020. Le immagini fotografiche originali sono state rielaborate con il

software MindEarth, così da sviluppare un testo visivo atmosferico continuo e immersivo, in cui le vedute urbane si fondono, mentre una voce fuori campo recita un testo letterario.



Valutazione dei fattori atmosferici

Linguaggi e tecnologie: timelapse fotografico, esplorazione 360, VR, effetti sonori, audio.

Restituzione visiva: alta, immagini a pieno schermo in sovrapposizione fluida.

Restituzione spaziale: immagini panoramiche ambientali, non georeferenziate.

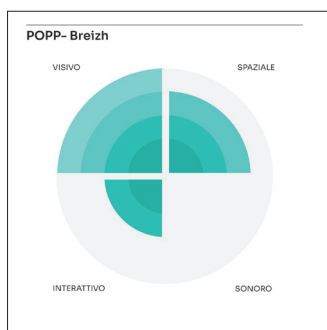
Restituzione sonora: alta, voce narrante, associazione con testi letterari.

Livello di interattività: basso.

Tipologia: sito web.

2.2. POPP-Breizh, Plateforme des Observatoires Photographiques du Paysage de Bretagne

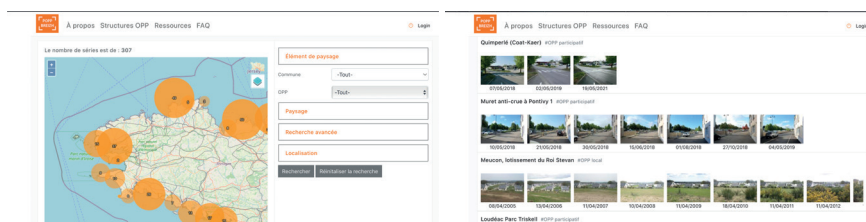
<<http://popp-breizh.fr/public/popp>>



POPP-Breizh si propone di rappresentare fenomeni atmosferici. Si tratta di una ricerca iconografica di panorami e di dettagli ambientali sulle coste bretoni.

La piattaforma cartografica raccoglie immagini istantanee dal medesimo punto di osservazione a intervalli regolari di tempo, costruendo così uno speciale osservatorio di memorie fotografiche. Gli effetti atmosferici ambientali sono in risalto e lo spazio

urbano è riferito tramite rappresentazione su mappa.



Valutazione dei fattori atmosferici

Linguaggi e tecnologie: esplorazione cartografica, gallerie di immagini fotografiche, ripresa fissa.

Restituzione visiva: alta, fotografica.

Restituzione spaziale: riferimenti georeferenziati.

Restituzione sonora: bassa o assente.

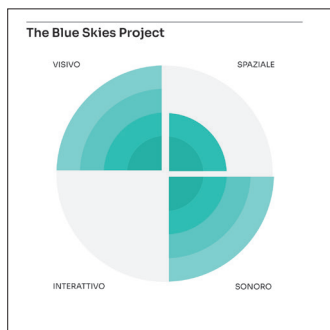
Livello di interattività: basso.

Tipologia: osservatorio digitale in rete.

2.3. *The Blue Skies Project*, Anton Kusters

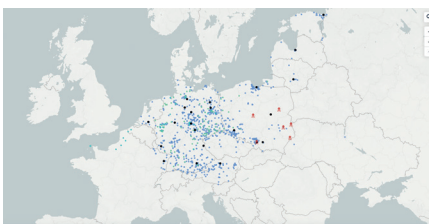
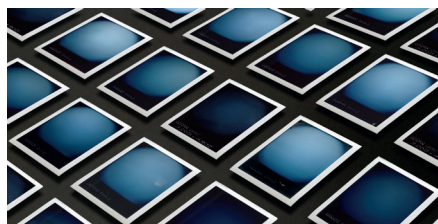
<<https://antonkusters.com/The-Blue-Skies-Project>>

The Blue Skies Project si colloca nei formati comunicativi che si propongono di rappresentare, nello spazio e nel tempo, fenomeni atmosferici naturali.



Si tratta di un'installazione di 1.068 fotografie istantanee, a colori, che inquadrano il cielo. L'autore propone la sequenza atmosferica scollegata da riferimenti visivi riconoscibili ma georeferenziata. Si tratta di rappresentazioni dei cieli sopra i campi di sterminio europei; sono descritti da una voce narrante.

Il progetto astrae i contenuti storici dalla dimensione atmosferica e non li spazializza direttamente, cioè non li ancora visivamente ai luoghi. La retorica comunicativa sposta l'attenzione sugli effetti atmosferici naturali, così che le immagini appaiano separate dal piano dei contenuti mnestici georeferenziati.



Valutazione dei fattori atmosferici

Linguaggi e tecnologie: sequenza di immagini fotografiche.

Restituzione visiva: alta.

Restituzione spaziale: riferimenti georeferenziati.

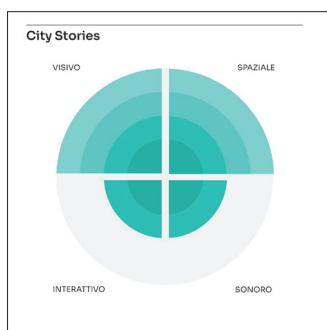
Restituzione sonora: alta, voce narrante.

Livello di interattività: basso.

Tipologia: installazione.

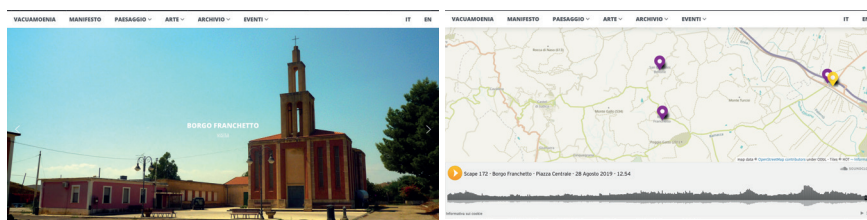
2.4. *Vacua Moenia*

<<https://www.vacuamoenia.net/>>



Vacua Moenia è un archivio di fotografie e suoni che si propone di rappresentare l'atmosfera delle aree rurali dell'entroterra siciliano. Il nome, che significa "mura vuote", si riferisce ai suoni dei luoghi abbandonati. Si tratta di un progetto interdisciplinare (ecologia acustica, storia del paesaggio, valori mnestici, archivi storici). Le atmosfere sono fondamentalmente sonore e visive.

I suoni atmosferici sono georeferenziati e riferiti alle presenze mnestiche: immagini di rovine che documentano lo stato dei luoghi.



Valutazione dei fattori atmosferici

Linguaggi e tecnologie: suoni ambientali, fotografia, esplorazione interattiva.

Restituzione visiva: alta, fotografica.

Restituzione spaziale: riferimenti georeferenziati.

Restituzione sonora: alta, sonorità ambientali.

Livello di interattività: basso.

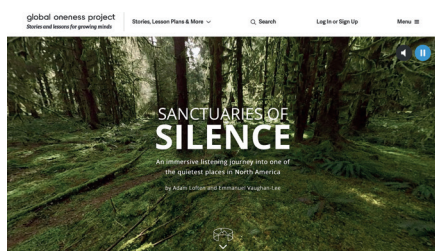
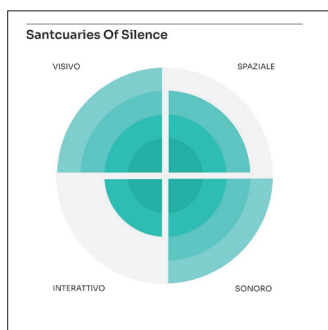
Tipologia: sito web.

2.5. Sanctuaries of Silence

<<https://sanctuariesofsilence.com/>>

Sanctuaries of Silence, 2020 – an immersive listening journey è un progetto che si colloca nei formati comunicativi che rappresentano le atmosfere naturali del paesaggio. Il progetto è di Adam Loften ed Emmanuel Vaughan-Lee.

Si definisce un «contenitore di documentari in realtà virtuale», che consente di esplorare *Hoh Rainforest*, Olympic National Park di Washington. Il percorso di esplorazione si articola tra le “atmosfere silenziose” della natura, con la guida Gordon Hempton, un esperto di ecologia acustica. La contrapposizione dialettica tra suoni ambientali e silenzi immerge nelle atmosfere esplorabili del paesaggio. Le sezioni *Stories* e *Lessons* sviluppano retoriche linguistiche emozionali con video interattivi coinvolgenti.



Valutazione dei fattori atmosferici

Linguaggi e tecnologie: effetti sonori ambientali, esplorazione 360 gradi, VR.

Restituzione visiva: alta, immagini sferiche a 360 gradi.

Restituzione spaziale: immagini panoramiche ambientali non georeferenziate.

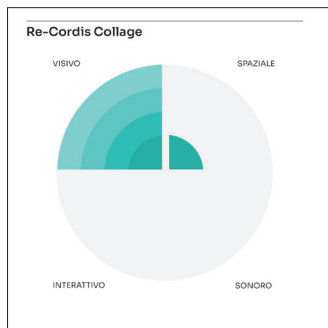
Restituzione sonora: alta, suoni ambientali.

Livello di interattività: alto.

Tipologia: sito web.

2.6. Re-Cordis Collage

<https://futuroarcaico.it/opere/re-cordis-collage>



Re-Cordis Collage si colloca nei formati comunicativi che rappresentano le atmosfere dei paesaggi culturali e naturali, con lo scopo di valorizzare contenuti mnestici. Il progetto compone dialetticamente passato e presente, sovrapponendoli, fino a confonderli, attraverso un collage di immagini. Si slega dalla dimensione del fenomeno atmosferico naturale per costruire una narrazione che procede valorizzando l'atmosfera

domestica, fatta dalle storie e dalle memorie di famiglia.



Valutazione dei fattori atmosferici

Linguaggi e tecnologie: collage fotografico.

Restituzione visiva: alta, composizione di immagini.

Restituzione spaziale: immagini non georeferenziate.

Restituzione sonora: bassa, assente.

Livello di interattività: basso.

Tipologia: sito web.

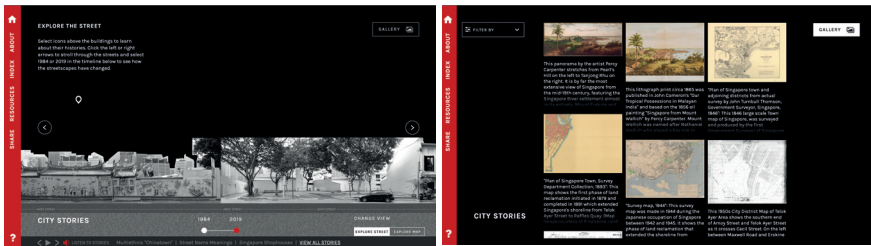
2.7. City Stories: Mapping the Narratives of Singapore's Landscapes

<<http://citystories.sg>>



City Stories si colloca nei formati comunicativi che rappresentano le atmosfere dei paesaggi urbani per valorizzare contenuti mnestici. La piattaforma mostra l'evoluzione multiculturale di due luoghi della città di Singapore (Telok Ayer e Amoy Streets) con alternative di visualizzazione: *street view* (ricostruzione fotografica lineare delle due strade); *map view* (georeferenziata nel tessuto urbano). Un ulteriore livello di approfondimento audio-video procede per fasi storiche.

fondimento audio-video procede per fasi storiche.



Valutazione dei fattori atmosferici

Linguaggi e tecnologie: effetti sonori, fotografia, esplorazione su mappa, video.

Restituzione visiva: alta, ricostruzione fotografica dei percorsi.

Restituzione spaziale: alta, immagini ambientali georeferenziate.

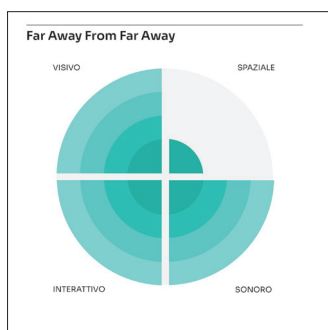
Restituzione sonora: media, tracce audio di approfondimento.

Livello di interattività: medio.

Tipologia: sito web.

2.8. *Far Away From Far Away*

<<https://faraway.nfb.ca>>



Far Away From Far Away si colloca nei formati comunicativi che rappresentano i paesaggi attraverso i fenomeni atmosferici naturali. Il progetto è un percorso di prosa interattiva in trentasei capitoli, realizzato con il contributo degli abitanti di Fogo Island, Newfoundland. La rappresentazione atmosferica delle memorie collettive si avvale di immagini e audio. La particolare scelta narrativa visiva prescinde da qualsiasi collocazione geografica e quindi restituisce prevalentemente l'effetto dei fenomeni atmosferici naturali; al contempo, la voce narrante dettaglia le memorie collettive.



Valutazione dei fattori atmosferici

Linguaggi e tecnologie: video, effetti sonori.

Restituzione visiva: alta, immagini e video controllati dall'utente.

Restituzione spaziale: immagini ambientali non georeferenziate.

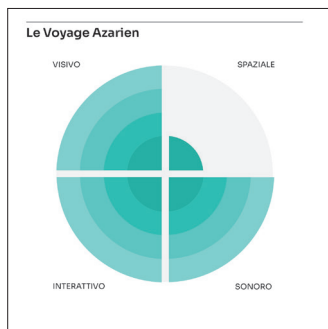
Restituzione sonora: alta, tracce audio di approfondimento, voce narrante.

Livello di interattività: alto.

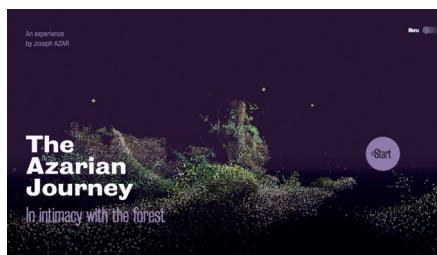
Tipologia: sito web.

2.9. *Le Voyage Azarien*

<<https://le-voyage-azarien.art>>



Questo ultimo caso studio si differenzia sostanzialmente dai precedenti perché i paesaggi sono artificiali, modellati dall'autore Joseph Azar. Il paesaggio è di sfondo alle riflessioni sulla foresta. *Le Voyage Azarien* restituisce un particolare effetto atmosferico, onirico e irreale.



Valutazione dei fattori atmosferici

Linguaggi e tecnologie: 3D lidar technology, effetti sonori.

Restituzione visiva: alta, immersione onirica 3D nello spazio.

Restituzione spaziale: perdita della percezione del paesaggio reale.

Restituzione sonora: alta, tracce audio di approfondimento, voce narrante.

Livello di interattività: alta.

Tipologia: sito web.

3. Narrazioni atmosferiche di Design. Conclusioni

La Stazione, mura, marmi, colonne, volte, scalinate, e ancora volte e saloni come fiumi gelati, sembrava aver perduto ogni peso, ogni gravità, la sua stessa aria cupa: era una delicata e rigida xilografia.

Anna Maria Ortese, “Una notte alla stazione”, in *Silenzio a Milano* (1958)

La comunicazione del paesaggio culturale e le sue rappresentazioni atmosferiche sono un *lavoro estetico*. Riconoscendo l'estetica quale *scienza della conoscenza sensibile*, le atmosfere sono, quindi, un lavoro che spetta al design (Böhme 2001: 27, 64 tr. it.).

Nei design delle alterità dei territori, come nelle rappresentazioni pittoriche, fotografiche, letterarie, sono i caratteri iconografici disposti nell'*inquadratura* a diventar parte delle atmosfere di un paesaggio che, da sfondo, si traduce in spazio immaginario «dotato di caratteri spirituali che gli permettono di interagire con le vicende umane» (Catalano 2020: 185).

Si è visto, in molti casi studio, che l'atmosfera rappresenta paesaggi naturali e fenomeni atmosferici, dove il contenuto visivo e sonoro riproduce l'effetto ambientale. In altri casi, alcuni elementi opportunamente selezionati, come rovine rurali e “strappi” nel tessuto urbano, inventano inquadrature che diventano *punto di accesso atmosferico* alle identità e alle alterità culturali. La “narrazione figurativa” è in grado di rendere immaginabili le *alterità dei luoghi letterari* ma, soprattutto, riesce a farsi soglia per l'immersione esperienziale nel luogo reale.

In conclusione, riporto un esempio di ricerca applicata di design della comunicazione che illustra atmosfere letterarie spazializzate. La sequenza di inquadrature a effetto atmosferico è lo sviluppo di una tesi magistrale in Design della comunicazione al Politecnico di Milano da Elisa Strada (Calabi e Strada 2020). Si tratta di un lavoro di design delle atmosfere, con la realizzazione di una interpretazione audio/visiva (fotografica con voce narrante) dei nodi testuali più *figurabili* tratti dal libro di Anna Maria Ortese: “Una notte alla stazione”, da *Silenzio a Milano*. Un breve testo che è esempio di alterità: è punto di vista “altro”, originale, unico. La Ortese non conferisce un'identità al luogo, ma la propria visione degli spazi.

Si è quindi sfruttata la qualità del testo della Ortese, caratterizzato dalla presenza di una vivida “virtualità iconico-semantic” che evoca immagini emozionali durante la lettura: «nella narrazione gli elementi visivi non

solo vengono descritti ma giudicati, valutati, connotati allo scopo di evocare fatti, storie, ma soprattutto passioni» (Lo Feudo 2013: 58). Il racconto ritrae la Stazione Centrale di Milano degli anni Sessanta. Le descrizioni avvengono in occasione di un sopralluogo dell'autrice, dal quale emergono la storia della stazione e il filo conduttore dei ritmi frenetici tra orari di punta e momenti fermissimi.

Il progetto di ricerca ha definito una metodologia di analisi che procede dalla segmentazione del testo e individuando frazioni di scrittura, distinte per funzione semantica. Le “sequenze” e le “inquadrature” verbali che descrivono “nuclei” di senso atmosferico sono state quindi estrapolate dal testo complessivo. Il risultato finale è un testo tradotto, che allinea i nuclei figurabili del testo per trasformarli in voce narrante di immagini fotografiche, realizzate con evidenza traduttiva intersemiotica: dal testo letterario al testo visivo. Le immagini fotografiche ridefiniscono l'atmosfera in un tempo sincronico, tra il 1960 e il 2020, e sono realizzate con enfasi retorica e selezionate per coerenza atmosferica alla narrazione della Ortese (1998).²

Il design delle atmosfere trascende con evidenza le suggestioni turistiche e gli stereotipi comunicativi e orienta verso punti di vista inediti e inclusivi, considerando che ogni luogo si offre alla percezione e possiede connotati estetici utili alla comprensione delle memorie identitarie e delle alterità. Ognuno «si trova costantemente in una situazione percettiva che impronta in modo decisivo il suo rapporto con il mondo. Le percezioni sono, infatti, primariamente tracce della presenza corporea, ossia tracce di una certa atmosfera» (Gorgone 2018).

Si conclude quindi ricordando che da anni l'industria del turismo ha assunto una prospettiva economica orientata alla fruizione esperienziale dei luoghi (Martelloni 2007). Di conseguenza, la comunicazione che valorizza i beni culturali e paesaggistici ha accolto tale richiesta di esperienza dando risalto, a seconda dei caratteri locali da promuovere, ad aspetti *estetici*, di *evasione*, di *intrattenimento* o *educativi*, definiti in letteratura come “regni dell'esperienza” (Pine e Gilmore 2011). Tra gli aspetti esperienziali maggiormente impiegati e rappresentati nelle narrazioni turistiche, la dimensione estetica

2. Link alla rappresentazione atmosferica tratta dal libro di Anna Maria Ortese *Silenzio a Milano* (1998): “Il design delle atmosfere e le dimensioni della narrazione”: <<https://www.youtube.com/watch?v=05ewveKNWA8&feature=youtu.be>>.



Figura 3. Rappresentazione atmosferica tratta dal libro di Anna Maria Ortese (1998), *Silenzio a Milano*: “Il design delle atmosfere e le dimensioni della narrazione”.

è anche quella che permette di fatto un’esperienza più suggestiva e memorabile. L’esperienza estetica è totalizzante, come un’immersione, si è visto: si è coinvolti da spettatori e la presenza è importante perché l’effetto si realizza (Pine e Gilmore 2011: 53).

L’esperienza estetica si realizza, dunque, immergendosi nell’atmosfera dei luoghi. I due termini – esperienza e immersione – procedono entrambi dall’interazione tra percezione corporea e spazio; inoltre, l’esperienza è una specifica qualità dell’immersione (D’Orazio 2003). Anche l’analisi dei comportamenti dei turisti e la loro risposta partecipata suggeriscono che si tratti di richieste di esperienza immersiva piuttosto che di conoscenza (Ortoleva 2009: 97).

In questa analisi si considera il design della comunicazione dei territori capace di una comunicazione *altra*, inclusiva, che procede per narrazione di micro-identità e contrapposizioni e non per stereotipie identitarie. Strumento elettivo l’insieme delle atmosfere come punti di vista e la loro rappresentazione; così da restituire un vocabolario visivo di alterità atmosferiche come punti di vista “memorabili”.

Bibliografia

Assmann, Jan

1997 *La memoria culturale*, Torino, Einaudi.

Benjamin, Walter

2007 *Immagini di città*, Torino, Einaudi.

Bertrand, Denis

2002 *Basi di semiotica letteraria*, Roma, Meltemi.

Böhme, Gernot

2001 *Atmosfere, estasi, messe in scena. L'estetica come teoria generale della percezione*, Milano, Marinotti, 2010.

2006 “L’atmosfera come concetto fondamentale di una nuova estetica”, in Griffero, T. e Sormani, A. (a cura di), ‘Atmosfere’, fasc. monografico della *Rivista di estetica*, 33 (3/2006), XLVI, 5-24.

Calabi, Daniela

2009 “Design della comunicazione e territorio. Uno strumento strategico di relazione; Communication design and environmental. A strategic instrument of relationship”, *Strategic Design Research Journal*, 2, 1, 7-10, <[revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/view/5148](https://www.unisinos.br/index.php/sdrj/article/view/5148)>, online il 22 novembre 2021.

Calabi, Daniela; Strada, Elisa

2020 “Design of the Atmospheres and Narrative Dimensions. Literary Writing and Visual Writing”, in *From Mega To Nano. The Complexity of a Multiscalar Project*, Open access Publishing Series in *Project Essays and Research* 4, 170-187, <https://www.unipapress.it/it/book/from-mega-to-nano_264/article/87>.

Catalano, Claudio

2020 *Le forme dell’aria. Atmosfere come stati d’animo fra arte, letteratura e architettura*, Milano, Meltemi.

Cattunar, Alessandro

2014 “Memorie di confine. L’archivio multimediale e il museo diffuso dell’Associazione Quarantasettezeroquattro”, *Storia e Futuro. Memorie del quotidiano*, 34, 1-20, <storiaefuturo.eu/memorie-di-confine-larchivio-multimediale-e-il-museo-diffuso-dellassociazione-quarantasettezeroquattro>.

Ciastellardi, Matteo

2017 *Media Culture Design. Introduzione alla cultura dei media per il design della comunicazione*, Milano, FrancoAngeli.

D'Angelo, Paolo

2001 *Estetica della natura: Bellezza naturale, paesaggio, arte ambientale*, Roma-Bari, Laterza.

Deleuze, Gilles

1966 *Il bergsonismo e altri saggi*, a cura di Rovatti, P.A. e Borca, D., Torino, Einaudi, 2001.

D'Orazio, Francesco

2003 "Immersione", in Abbruzzese, A. e Giordano, V., *Lessico della comunicazione*, Roma, Meltemi, 271-275.

Fiorani, Eleonora

2005 *I panorami del contemporaneo*, Milano, Lupetti.

Galasso, Clorinda Sissi

2018 *Zone di memoria. Il design per gli archivi del territorio*, Milano, FrancoAngeli.

Gander, Pierre

1999 *Two myths about immersion in new storytelling media*, Lund University, <pierregander.com/research/two_myths_about_immersion.pdf>.

Gorgone, Sandro

2018 "Per una nuova fenomenologia della natura. La filosofia delle atmosfere di Gernot Böhme", *Bollettino filosofico*, 33, 226-238.

Griffero, Tonino

2009 "Atmosfericità. 'Prima impressione' e spazi emozionali", *Aisthesis*, I, 49-66.

2010 *Atmosferologia. Estetica degli spazi emozionali*, Milano, Mimesis, 2017.

2013 "Sentimenti nello spazio predimensionale. Riflessioni atmosferologiche", *Chaos/Kosmos*, 13, 127-137, <<https://studylibit.com/doc/1571209/il-tema-di-b%40obel>>.

2014 "La pelle della città. Per un'atmosferologia urbana", in De Luca, P. (a cura di), *Visioni metropolitane*, Milano, Guerini e Associati, 21-28, <https://www.academia.edu/10596969/La_pelle_della_citt%C3%A0_Per_un_atmosferologia_urbana>.

2016 *Il pensiero dei sensi. Atmosfere ed estetica patica*, Milano, Guerini e Associati, 2020, <www.yumpu.com/it/document/read/3808645/atmosfericita-aeuroeprima-impressioneaeur-aisthesis-rivista-di-estetica->>.

Jedlowski, Paolo

1989 *Memoria, esperienza e modernità*, Milano, FrancoAngeli.

Lancioni, Tarcisio

2009 *Immagini narrate. Semiotica figurativa e testo letterario*, Milano, Mondadori.

Leccardi, Carmen; Rampazi, Marita; Gambardella, Maria G.

2011 *Sentirsi a casa. I giovani e la riconquista degli spazi-tempi della casa e della metropoli*, Milano, Utet Università.

Lo Feudo, Giorgio

2013 “Dall’iconico al verbale: traduzione intersemiotica e corrispondenze estetiche. Una ricerca empirica”, *Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio*, 7, 1, 58-92, <<http://www.rifl.unical.it/index.php/rifl/article/view/6>>.

Lynch, Kevin

1960 *L'immagine della città*, Padova, Marsilio, 1969.

Martelloni, Rossella

2007 *Nuovi territori: riflessioni e azioni per lo sviluppo e la comunicazione del turismo culturale*, Milano, FrancoAngeli.

Merleau-Ponty, Maurice

1964 *Il visibile e l'invisibile*, Milano, Bompiani, 2003.

Ortese, Anna Maria

1998 *Silenzio a Milano*, Milano, La Tartaruga.

Ortoleva, Peppino

2009 *Il secolo dei media. Riti, abitudini, mitologie*, Milano, il Saggiatore.

Panofsky, Erwin

1961 *La prospettiva come “forma simbolica” e altri scritti*, Milano, Feltrinelli, 1989.

Pine, Joseph B.; Gilmore, James H.

2011 *The Experience Economy*, Boston, Harvard Business Press.

Vertovec, Steven

2007 “Super-diversity and its implications”, *Ethnic and Racial Studies*, 30, 6, New Directions in the Anthropology of Migration and Multiculturalism, 1024-1054, <<https://www.tandfonline.com/doi/10.1080/01419870701599465>>.

Ringraziamenti

Ringrazio la Dott.ssa Alice Maturo per il contributo all’analisi dei casi studio.

Autrici e autori

Autrici e autori

Anna Anzani

È MPhil, PhD, professoressa associata di Architettura degli Interni e Allestimento presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. Attraverso un approccio transdisciplinare si occupa del rapporto tra mente e luoghi, esplorando il contributo di prospettive psicologiche, antropologiche e filosofiche alla progettazione della città contemporanea, con una particolare attenzione al riuso di edifici abbandonati. Autrice di numerose pubblicazioni scientifiche, fra le quali: *Conscious Dwelling for Transdisciplinary Cityscapes* (2022, a cura di); *Mind and Places, A Multidisciplinary Approach to the Design of Contemporary City* (2020, a cura di); “Leftovers reuse: corporeity and empathy of places”, in Luciano Crespi (a cura di), *Design of the unfinished. A new way of designing leftovers regeneration* (2021); “Design and Restoration. An Ecological Approach”, in Luciano Crespi (a cura di), *Cultural, Theoretical, and Innovative Approaches to Contemporary Interior Design* (2020, con Claudia Caramel); “Hybridization and reuse of existing buildings”, in Francesco Scullica, Elena Elgani (a cura di), *Living, Working and Travelling: New Processes of Hybridization for the Spaces of Hospitality and Work* (2019, con Claudia Caramel ed Emilio Leonardo); *Memoria, Bellezza e Transdisciplinarietà. Riflessioni sull'attualità di Roberto Pane* (2017, a cura di, con Eugenio Guglielmi).

Giovanni Baule

È professore ordinario di Disegno industriale presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano dove insegna nel Corso di Laurea in Design della comunicazione e nel Corso di Laurea Magistrale della Scuola del Design. La sua attività di ricerca è orientata in particolare agli ambiti della storia, della critica e dei metodi del progetto dei sistemi di comunicazione. Ha vinto il XIV Compasso d'Oro per “Linea Grafica. Rivista di grafica e comunicazione visiva” (1987). Coestensore della Carta del progetto grafico (1989), è co-curatore di: *Anticorpi comunicativi* (2012), *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto* (2016), *Albe Steiner. Ricerche* (2019). È autore di: *Artefatti di transizione* (2001), *Ilprandi: l'occhio del grafico per la fotografia* (2022) e delle voci “Grafica in Italia” e “Grafica in America” in *Enciclopedia dell'Arte Contemporanea Treccani* (2021).

Valeria Bucchetti

È professoressa ordinaria presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. Insegna Design della comunicazione nel Corso di Laurea in Design della comunicazione, del quale è coordinatrice, e Design della comunicazione e Culture di genere nei corsi di Laurea Magistrale della Scuola del Design. La sua attività di ricerca è orientata in particolare negli

ambiti dell'identità visiva e dell'identità di prodotto, dell'identità di genere e degli stereotipi comunicativi e, più in generale, dei sistemi di comunicazione visuali. Ha vinto il premio Compasso d'Oro (1998) come co-autrice del catalogo multimediale per il Museo Poldi Pezzoli. È curatrice di *Altre figure. Intorno alle figure di argomentazione* (2011), *Anticorpi comunicativi* (2012), *Un'interfaccia per il welfare* (2017), *Progetto e culture visive* (2018) e autrice di *La messa in scena del prodotto* (1999), *Cattive immagini. Design della comunicazione, grammatiche e parità di genere* (2021).

Daniela Calabi

È professoressa associata presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, insegna alla Scuola del Design nei Corsi di Laurea Triennale e Magistrale in Design della Comunicazione. I suoi interessi principali riguardano: le Teorie del design, le Culture visive e i Sistemi di identità territoriale. Ha approfondito gli aspetti percettivi legati ai processi comunicativi e si occupa di design per l'interfacciamento con luoghi e ambienti, di linguaggi e tecniche di rappresentazione, di sistemi multisupporto e format comunicativi. Fra le sue più recenti pubblicazioni: "Education and Memory. Pedagogy of Remembrance and Communication design", *Agathón International Journal of Architecture, Art and Design*, Unipapress (2021, con Clorinda Sissi Galasso e Beatrice Borghi); "Design of the Atmospheres and Narrative Dimensions Literary Writing and Visual Writing", in Scalisi, F. (ed.), *From Mega to Nano. The Complexity of a Multiscalar Project* (2020, con Elisa Strada).

Elena Caratti

È professoressa associata presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. Insegna Elementi di progettazione e Comunicazione visiva, rispettivamente presso il Corso di Laurea Triennale e Magistrale del Corso di Laurea in Design della comunicazione. La sua attività di ricerca è orientata in particolare alle Culture visive e al Design della traduzione editoriale. È autrice di *Rimediazioni Gender Sensitive. Contributi e progetti per la formazione di un immaginario consapevole* (2015) e ha curato, con Giovanni Baule, il volume *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto* (2016), che ha ottenuto una menzione d'onore alla XXV edizione del Compasso d'Oro ADI.

Silvia D. Ferraris

È professoressa associata presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. I suoi interessi sono rivolti al design dei prodotti industriali, con lo studio dei metodi e strumenti per lo sviluppo di nuovi prodotti, dalla fase di ricerca a quella di concettualizzazione, integrando un approccio user-centered agli aspetti di engineering e manufacturing. Inoltre, studia nuovi strumenti di trasferimento ed integrazione di nozioni di percezione visiva al design di prodotto, attraverso i principi di Basic Design. Su questo tema ha pubblicato il libro *Vedere per progettare, Basic Design e percezione visiva per il disegno industriale* (2014). Ha partecipato a progetti di ricerca per il MISE e il MIUR e a progetti per aziende a livello nazionale ed internazionale. Ha lavorato per il settore aerospaziale per ASI ed ESA sul tema della qualità dell'abitare nello spazio in mancanza di gravità, tema della ricerca dottorale.

Per la Scuola del Design si occupa della promozione e sviluppo dei programmi di scambio internazionale e ha sviluppato un interesse per i temi della diversità come tema di ricerca e didattica. È stata membro della commissione paritetica e manager del Corso di Laurea Magistrale in Design Engineering. È stata membro del Consiglio Direttivo SID (Società Italiana Design). È delegata del Rettore per le relazioni internazionali della Scuola del Design.

Francesca Mattioli

PhD in Design al Politecnico di Milano, si occupa dello studio delle pratiche di apprendimento e insegnamento del design attraverso progetti collaborativi in contesti accademici caratterizzati dalla pluralità culturale. I suoi interessi sono rivolti allo sviluppo delle competenze collaborative attraverso l'educazione del design in particolare nei contesti in cui la formazione del designer è veicolata dallo sviluppo di un progetto e dunque incardinata sull'imparare facendo. Collabora all'insegnamento nel Master of Science in Design & Engineering, nel Master di Interaction Design ed è docente nei Master specialistici in Industrial Design Engineering and Innovation e Industrial Design for Architecture a POLI.design. Collabora come ricercatrice nel progetto "Doctoral Courses System 4 Design" (DoCS4Design) cofinanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea al fine di sviluppare un Network di Eccellenza internazionale tra sei programmi di dottorato in design.

Massimo Schinco

Psicologo psicoterapeuta, è professore a contratto presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano, insegna Psicoterapia Sistemica Relazionale presso la scuola di specializzazione del "Centro Studi Eteropoiesi" di Torino e collabora alle attività internazionali del Milton H. Erickson Institute della Bay Area (USA). È membro dell'Associazione Europea di Terapia Familiare. Studioso del cambiamento creativo nell'ambito delle relazioni umane, nel 2014 ha dato vita all'Approccio Eleogenetico al cambiamento e alla crescita. È autore di tre libri, tra cui *The Composer's Dream: Essays on Dreams, Creativity and Change* (2011), e di numerose pubblicazioni nei settori della clinica psicologica, delle relazioni di aiuto e della creatività nella progettazione di spazi abitativi. È musicista amatoriale e suona il violino nell'Orchestra Sinfonica Amatoriale Italiana.

Salvatore Zingale

È professore associato in Filosofia e teoria dei linguaggi presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. Insegna Semiotica del progetto nel Corso di Laurea Magistrale in Design della comunicazione della Scuola del Design e Teorie della comunicazione nei Corsi di Laurea Triennali. È adjunct professor all'Università di Teheran. La sua attività di ricerca è rivolta ai processi cognitivi e inventivi dell'attività progettuale, alla dialogicità nei processi culturali e agli aspetti visuali della scrittura. Redattore della rivista di semiotica *Ocula* (www.ocula.it), è co-curatore dei volumi *La semiotica e il progetto 2. Spazi, oggetti, interfacce* (2010, con Cinzia Bianchi e Federico Montanari), *Su Peirce. Interpretazioni, ricerche, prospettive* (2015, con Massimo Bonfantini e Rossella Fabbrichesi), e autore dei volumi *Gioco dialogo design* (2009) e di *Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva* (2012).

COLLANA DESIGN DELLA COMUNICAZIONE

SAGGI

1. **Erik Ciravegna**
La qualità del packaging. Sistemi per l'accesso comunicativo-informativo dell'imballaggio
2. **Vittorio Marchetta**
Passaggi di Sound Design. Riflessioni, competenze, oggetti-eventi
3. **Valeria Bucchetti (a cura di)**
Altre figure. Intorno alle figure di argomentazione
4. **Marisa Galbiati, Francesca Piredda (a cura di)**
Visioni urbane. Narrazioni per il design della città sostenibile
5. **Marco Quaggiotto**
Cartografie del sapere. Interfacce per l'accesso agli spazi della conoscenza
6. **Giovanni Baule, Valeria Bucchetti (a cura di)**
Anticorpi comunicativi Progettare per la comunicazione di genere
7. **Valeria Bucchetti (a cura di)**
Un'interfaccia per il welfare. Le funzioni sociali del design della comunicazione
8. **Clorinda Galasso**
Zone di memoria. Il design per gli archivi del territorio
9. **Valeria Bucchetti (a cura di)**
Progetto e culture vive. Elementi per il design della comunicazione
10. **Salvatore Zingale (a cura di)**
Design e alterità. Conoscere l'Altro, pensare il possibile
11. **Valeria Bucchetti e Francesca Casnati (a cura di)**
Tracce di iper-in-visibilità. Rappresentazione e disparità di genere: uno sguardo sulla quotidianità

PROSPETTIVE

1. **Margherita Pillan**
Comunicazione a misura d'uomo. Esperienze di design antropocentrico
 2. **Francesco E. Guida, Giancarlo Iliprandi**
Type Design. Esperienze progettuali tra teoria e prassi
-

SNODI

1. **Francesco Siliato**
Dall'oligopolio alla coda lunga. Tra pay Tv via satellite e terrestre. La televisione italiana diventa digitale
 2. **Salvatore Zingale**
Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva
 3. **Valeria Bucchetti (a cura di)**
Design e dimensione di genere. Un campo di ricerca e riflessione tra culture del progetto e culture di genere
 4. **Elena Caratti**
Rimediazioni Gender-Sensitive. Contributi e progetti per la formazione di un immaginario consapevole
 5. **Giovanni Baule, Elena Caratti (a cura di)**
Design è Traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto. "Design e Traduzione": un manifesto
 6. **Giovanni Baule, Elena Caratti (a cura di)**
Design is Translation. The translation paradigm for the culture of design. "Design and Translation": A Manifesto
 7. **Matteo Ciastellardi**
Media Culture Design. Introduzione alla cultura dei media per il design della comunicazione
 8. **Valentina Manchia**
Il discorso dei dati. Note semiotiche sulla visualizzazione delle informazioni
 9. **Valeria Bucchetti**
Cattive immagini. Design della comunicazione, grammatiche e parità di genere
 10. **Ali Filippini**
Il negozio conteso. Pubblicità e allestimenti commerciali nella costruzione del Moderno italiano: 1930-1950
-

Indagata dalla filosofia e dalle scienze sociali, oltre che dall'etologia e dalla fitologia, la questione dell'alterità si situa tra la dimensione epistemologica (come possiamo conoscere) e quella etica (come dobbiamo agire). Nel primo caso l'attenzione all'alterità porta all'esplorazione di **CIÒ CHE SI TROVA OLTRE I NOSTRI LIMITI**, in un "territorio altro"; nel secondo, ci spinge all'incontro con **SOGGETTI CHE SONO "ALTRO DA NOI"**: altre culture, altri linguaggi, altre visioni. Anche al design può essere chiesto di intraprendere percorsi di ricerca che mettano in evidenza la necessità del **RICONOSCIMENTO DELL'ALTRO**, perché artefatti e sistemi sono anche veicolo di visioni del mondo, credenze e pregiudizi culturali. Dai flussi migratori alle culture di genere, dalle fragilità sociali alla salute mentale, dalle distanze culturali all'integrazione sociale, dal confronto interculturale alle pratiche dialogiche dentro i processi progettuali, l'alterità può essere tema e metodo di progetto. Impegnare la ricerca del design sull'alterità può portare alla scoperta di **CAMPI DI POSSIBILITÀ** da attraversare. A partire dalla domanda: quali strumenti e quali azioni, mentali e pratiche, possiamo elaborare per coltivare relazioni con le alterità del mondo?

SALVATORE ZINGALE

Professore Associato al Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, insegna Semiotica del progetto alla Scuola del Design. Si interessa in particolare di processi cognitivi e inventivi dell'attività progettuale e di dialogicità nelle interazioni culturali. In questa collana ha pubblicato *Interpretazione e progetto* (2012).