



## ITALIC DESIGN THINKING



di Giulio Ceppi

## Siamo davvero figli delle stelle

**A**bbiamo oggi coscienza di quale sia il livello di manipolazione della dimensione naturale del nostro amato globo terracqueo e dei suoi estremi e, ormai, possiamo solo parlare di qualità dell'artificiale perché, di fatto, il naturale – ontologicamente – non esiste quasi più. Un recente articolo su *Science* a cura degli scienziati inglesi del British geological survey dichiara che oramai stiamo entrando in una nuova era geologica (denominata Antropocene) in cui l'umanità è protagonista assoluta, portando materiali mai esistiti sulla terra. Di fatto abbiamo profondamente modificato oltre il 50% della superficie del pianeta. Cemento, plastica, residui atomici sono l'eredità che lasciamo al pianeta.

**La natura ri-domesticizzata**

La scala di cui dobbiamo cogliere l'inversione è quella del nostro stesso ambiente, *in toto*. Assistiamo ad esempio alla campagna, espulsa e contrapposta al contesto artificiale urbano negli ultimi due secoli, che torna vittoriosamente in città: la *vegetecture* propone una diversa concezione del verde in città, fortemente integrato e destinato a modificare gli stili di vita. Non si tratta di fare vino su una terrazza a Manhattan, come qualche simpatico miliardario ha fatto, ma di definire nuovi modelli produttivi e comportamentali. Per il guru dell'agricoltura verticale **Dickson Despommier**, durata e cura, produzione e consumo, soggetti viventi e cicli vitali, sono i concetti che stanno cambiando il disegno delle megalopoli future. Orti didattici e terapeutici, giardini sensoriali, parchi notturni per malati di Alzheimer (*healing gardens*) sono solo alcuni dei terreni di sperimentazione

dell'*evidence based design*, che vuole essere un approccio capace di generare benefici economici e psicologici agli abitanti delle città. L'antropologo **Marc Augé** teorizza la dicotomia tra la città-mondo, reale e locale e il mondo-città, virtuale e fluido. Quest'ultima è l'equivalente del mondo come paesaggio spettacolare, come illusione di un unico grande pianeta connesso, come visto dal finestrino di una capsula spaziale orbitante, trasformandoci tutti in turisti globalizzati, ma assai poco coscienti.

**Affrontare l'infinitamente grande**

**Giovanni Bignami** (direttore dell'Agenzia Aerospaziale italiana) sostiene che siamo davvero figli delle Stelle: il satellite *Integral* ci ha dimostrato che il ferro nasce e si compone in cielo da un'esplosione di energia di raggi Gamma (che solo il ferro può emettere...), così come il carbonio. Sono i due mattoni alla base della vita e quel rosso nel nostro sangue dovrebbe ricordarcelo. La fusione termonucleare, che avviene tutti i giorni nel sole, ci insegna che siamo fatti degli stessi elementi, dal carbonio dei nostri tessuti al calcio delle nostre ossa, prodotti anch'essi dalle stelle. Come dire che l'infinitamente grande ci appartiene e non dobbiamo poi sentirlo così tanto lontano. Non si tratta allora di prevedere la vita su Marte, ma di ragionare su visioni intriganti come quelle del Grande disegno, proposte da un astrofisico di particolare talento come **Steven Hawking**: tra lo stato iniziale di un sistema e le nostre successive misurazioni delle sue proprietà, tali proprietà evolvono in un certo modo, che i fisici chiamano la "storia

del sistema", come la definisce **Richard Feynman**. Queste "storie" dimostrano implicitamente che non esiste, di fatto, alcun concetto di realtà che sia indipendente dalle descrizioni o dalle teorie. Insomma, per dirlo in termini cari al design, lo *storytelling* è fondamentale anche nella scienza e impossessarsene non è azione lontana per il design, soprattutto, quando si ricerca una via nuova verso l'innovazione.

**Progettare dal basso, ma guardano lontano**

La società dei prosumers, auspicata da futurologi come **Jeremy Rifkin** o **Chris Anderson**, prevede milioni di persone in condizione di produrre e condividere energia, materializzando oggetti realizzati in 3D: si parla di terza rivoluzione industriale, dove il business non sarà solo B2B o B2C, ma H2H (*Human to human*), abbattendo i costi di produzione, con benefici per tutti e creando reti sociali in continua trasmutazione. Già oltre cinquecento anni fa Piero della Francesca, sosteneva che in una tela è più importante la relazione tra due cipressi che il disegno di un singolo cipresso: l'arte ci fa capire come la relazione e il coinvolgimento siano oggi una chiave progettuale potentissima, una sorta di visione buddhista di un mondo fatto di infiniti e invisibili rapporti che quando attivati, possono trasformare la nostra percezione di quanto definiamo ingenuamente natura. È ciò che deve fare il design: saper provocare, con il dovuto rispetto e la necessaria intelligenza critica. ■

**Giulio Ceppi** è architetto e designer, fondatore di *Total Tool* e del Master in *Business Design* di *Domus Academy*, è docente incaricato al Politecnico di Milano