

Marina Parente
Carla Sedini

D4T

DESIGN PER I TERRITORI

APPROCCI
METODI
ESPERIENZE

DESIGN EXPERIENCES

Qui e in copertina

Carla Sedini e Mauro Mantovani (Industrial Art). *Untitled*. Mixed Media Art, 2013.

**Marina Parente
Carla Sedini**

D4T

DESIGN PER I TERRITORI

APPROCCI

METODI

ESPERIENZE

DESIGN EXPERIENCES



D4T – Design for Territories è un Network di Ricerca del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, dedicato allo studio e all'applicazione delle metodologie di design per l'*empowerment*, la rigenerazione e la valorizzazione dei territori. D4T utilizza approcci specialistici, metodi e strumenti intra e interdisciplinari per la ricerca, il progetto e la formazione accademica e professionale. Il network raccoglie le diverse competenze presenti nel Dipartimento di Design e si confronta con ricercatori, istituti e centri di ricerca nazionali e internazionali.

www.d4t.polimi.it

INDICE

PREFAZIONE

SILVIA PIARDI

Pg. 006

INTRODUZIONE

MARINA PARENTE E CARLA SEDINI

Pg. 008

PART I.

TEORIA/PRATICA

IL DESIGN PER I TERRITORI TRA RIFLESSIONE E AZIONE

MARINA PARENTE

Pg. 014

I CONCETTI DI HABITUS E FIELD APPLICATI AL DESIGN PER I TERRITORI

CARLA SEDINI

Pg. 024

TERRITORI. PER UNA (NUOVA) PRAGMATICA DEL DESIGN

RAIMONDA RICCINI

Pg. 028

NOTE SUL LINGUAGGIO DEL PROGETTO PER IL TERRITORIO

VINCENZO CRISTALLO

Pg. 033

DESIGN E TERRITORIO NELLA STORIA DEL DESIGN ITALIANO TRA GLI ANNI '50 E '80

MARINELLA FERRARA

Pg. 040

CULTURE DEL DESIGN, CULTURE DEI TERRITORI: ENCULTURED DESIGN DRIVEN TERRITORIES

ELEONORA LUPO

Pg. 052

DESIGN E VALORE TERRITORIALE. IL PROGETTO CON, PER E GUIDATO DALLE COMUNITÀ

BEATRICE VILLARI

Pg. 063

QUANDO IL FASHION DESIGN INCONTRA IL TERRITORIO

ROSSANA GADDI

Pg. 075

IL RAPPORTO TRA TEORIA E PRATICA NELLE ESPERIENZE DIDATTICHE DI DESIGN PER IL TERRITORIO

MARINA PARENTE

Pg. 085

PART II.

TANGIBILE/ INTANGIBILE

OLTRE IL TANGIBILE: IL DESIGN PER L'IDENTITÀ E LA CRESCITA DEI TERRITORI

MARINA PARENTE

Pg.096

CITTÀ E LINGUAGGIO. UN APPROCCIO WITTGENSTEINIANO

CARLA SEDINI

Pg.104

(IN)VISIBILE. STRATEGIE DI DESIGN PER LA VALORIZZAZIONE DEI TERRITORI URBANI

MARINA PARENTE

Pg.108

RECIPROCIITÀ E INTERRELAZIONI TRA DIMENSIONE TANGIBILE E INTANGIBILE DEL PATRIMONIO CULTURALE: AMBITI D'INTERVENTO E DIMENSIONI PROGETTUALI

RAFFAELLA TROCCHIANESI

Pg.124

INTERPRETARE I PAESAGGI. IL PUNTO DI VISTA TRADUTTIVO DEL DESIGN

DANIELA CALABI

Pg.133

TURISMO ESPERENZIALE, PAESAGGI PRODUTTIVI E DISTRETTI DI ECCELLENZA: NUOVI APPROCCI PER RIDISEGNARE L'ATTRATTIVITÀ TERRITORIALE

FEDERICA OLIVARES, MARTHA FRIEL

Pg.149

IL TERRITORIO COME MONDO (NARRATIVO). IL CONFINE FRA MONDO REALE E MONDO FINZIONALE COME LUOGO DEL PROGETTO

FRANCESCA PIREDDA

Pg.155

FOTOGRAFIA, DESIGN E TERRITORIO

CARLA SEDINI

Pg.167

LEGGERE IL TERRITORIO E LA GEOGRAFIA IMMATERIALE: CREATIVITÀ URBANA ED EMPOWERMENT

LIA KRUCKEN

Pg.189

PART III.

COMPETIZIONE/ COLLABORAZIONE

TERRITORI AMBIZIOSI E COLLABORATIVI

MARINA PARENTE

Pg.204

COLLABORARE PER COMPETERE: LA FORZA DEI LEGAMI DEBOLI

CARLA SEDINI

Pg.210

VULNERABILITY. DESIGN CAPABILITY NEI PROCESSI DI SVILUPPO DEI TERRITORI ITALIANI

MARIA ANTONIETTA SBORDONE

Pg.214

TERRITORI E BRANDING: STRUMENTI DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE PER LA VALORIZZAZIONE DEI LUOGHI

MARISA GALBIATI, MARTA BELTRAME

Pg.226

IL CO-DESIGN COME FORMA DI COLLABORAZIONE NEI TERRITORI

DANIELA SELLONI

Pg.238

SYSTEMIC INNOVATION DESIGN: INNOVAZIONE SOSTENIBILE E COLLABORATIVA SUI TERRITORI

PAOLO TAMBORRINI

Pg.246

DESIGN PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE IN AMAZZONIA: IL PROGETTO ACRE DESIGN

GIULIANO SIMONELLI, EUGENIA CHIARA

Pg.257

DESIGN PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO PICENO E DEI SUOI PATRIMONI CULTURALI: IL PROGETTO DCE-D3B

CARLO VINTI, LUCIA PIETRONI, FEDERICO OPPEDISANO

Pg.267

BIOGRAFIE DEGLI AUTORI

Pg.278

NOTE

(1) City Innovation Lab è una *knowledge platform* europea dedicata alla valorizzazione territoriale attraverso gli strumenti del Cultural Planning e del Place Branding. Il Cultural Planning è un approccio che ha per obiettivo l'utilizzo strategico e integrato delle risorse culturali per lo sviluppo urbano e della comunità ed è parte di una più ampia strategia di pianificazione e riqualificazione territoriale in grado di produrre crescita complessiva per il territorio. Il Place Branding agisce invece più specificatamente sull'immagine e la reputazione di un luogo, dialoga e interagisce con le politiche culturali, la progettazione urbana e le politiche sociali, contribuendo a creare nuovo valore nella percezione di investitori, consumatori e cittadini. Entrambi questi approcci garantiscono una strumentazione metodologica per intervenire nella definizione delle strategie di sviluppo e valorizzazione urbana e territoriale a base culturale e creativa. City Innovation Lab fa inoltre parte di un Network europeo di Università, Centri di ricerca, esperti che danno all'attività del LAB una prospettiva internazionale.

(2) Direzione del progetto: Federica Olivares, per City Innovation Lab/Altis Università e Valentina Auricchio per POLI.design, Società Consortile a responsabilità limitata fondata dal Politecnico di Milano. Responsabile scientifico della piattaforma: Umberto Tolino.

(3) www.brianzadesigndistrict.com

(4) I laboratori sono stati svolti in collaborazione con TheFablab realtà nata presso la Società d'Incoraggiamento d'Arti e Mestieri di Milano (SIAM).

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Friel, M., & Maizza, A. (2015). Design wineries. Un'occasione di sviluppo per il prodotto turistico-culturale italiano. *Referred Electronic Conference Proceeding del XXVII Convegno annuale di Sinergie. Heritage, management e impresa: quali sinergie?* (Università degli Studi del Molise, 9-10 luglio 2015). Consultabile su <http://sinergiejournal.eu/index.php/XXVII/article/view/1259>
- Kavaratzis, M. (2012). From "necessary evil" to necessity: *stakeholders'* involvement in place branding. *Journal of Place Management and development*, 5(1), 7-19.
- Lange, B., Kalandides, A., Wellmann, I., & Krusche, B. (2010). New urban governance approaches for knowledge-based industries in multiplicities: Comparing two cases of large inner-city developments in Graz and Berlin. *Journal of Place Management and Development*, 3(1), 67-88.
- Oecd (2014). *Tourism and the creative economy*. Parigi: OECD Publishing.
- Olivares, F. (2015). Museums in Public diplomacy. In G. Lord & N. Blankenberg (a cura di) *Cities, Museums and Soft Power* (pp. 49-58). Washington D.C.: The AAM Press.
- Olivares, F. (2011). Cultural Planning per dare valore alle città. *Vita e Pensiero*, 4.
- Porchia, F. (2016). Lavorare in rete per la valorizzazione del rapporto impresa-cultura-territorio-turismo: l'esperienza di DOC – Di Origine Culturale. *Risposte Turismo*, 4, 2-28.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), pp. 1225-1253.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). Tourism development trajectories: From culture to creativity?. In G. Richards & J. Wilson (a cura di) *Tourism, creativity and development* (pp. 1-33). Oxon: Routledge.
- Unioncamere (2015). *Rapporto 2015 - Osservatorio Nazionale Distretti Italiani*. Consultabile su <http://www.osservatoriodistretti.org/rapporto-osservatorio>

IL TERRITORIO COME MONDO (NARRATIVO). IL CONFINE FRA MONDO REALE E MONDO FINZIONALE COME LUOGO DEL PROGETTO

FRANCESCA PIREDDA

TERRITORIO E NARRAZIONE

Il presente contributo vuole riflettere sulla dimensione tangibile e intangibile di narrativa e territorio. Da una parte, infatti, l'approccio che attribuisce al territorio questa duplice anima è comunemente condiviso: i beni culturali sono profondamente legati al territorio in cui risiedono o che li ha originati; viceversa, alle risorse intangibili del territorio vengono destinate azioni specifiche di tutela e valorizzazione (UNESCO, 2003). Che ruolo hanno in tutto questo le storie? In quanto tradizioni orali espresse attraverso il linguaggio o le arti performative, sono incluse nel patrimonio intangibile, ma in che senso possiamo attribuire alle stesse un carattere tangibile? Narrativa e territorio hanno un legame stretto. Un territorio è fatto di persone, oggetti della cultura materiale, luoghi e azioni, così come una storia. Un territorio è anche fatto di conflitti: fra persone e gruppi sociali, fra l'ambiente naturale e il paesaggio antropizzato, fra passato e presente o fra diverse tensioni verso proposte alternative per il futuro. Tutti i racconti, d'altra parte, utilizzano figure come eroi, miti, allegorie che rappresentano delle costanti, comuni a diverse culture (Campbell, 2012) e - come i territori - i racconti sono composti di personaggi, oggetti, luoghi, azioni e almeno un conflitto che muova la storia e inneschi un arco di trasformazione (Vogler, [1992] 2010). Le storie rispecchiano dunque il cambiamento culturale e sociale e nel raccontarlo lo rendono patrimonio condiviso. Esse costruiscono l'immaginario di riferimento, organizzano e disseminano un repertorio di saperi, rigenerandone continuamente i significati. Infatti, le storie raccontano l'esperienza del mondo, forniscono chiavi di interpretazione e modelli di comportamento per affrontare le relazioni, gli ostacoli e le opportunità. Esse definiscono un terreno comune di confronto a partire dal quale è possibile attivare un processo di comprensione, conoscenza e proiezione. Le storie hanno un potere trasformativo e sono veicoli di cambiamento.

D'altra parte, viviamo in un ambiente comunicativo popolato dai media digitali, che hanno introdotto modalità di fruizione dei contenuti e di relazione fra narratore e narratorio istantanee, im-mediate, interattive e partecipative. I sistemi crossmediali e transmediali si fondano infatti sull'abbattimento della "quarta parete" (Ciancia, Piredda & Venditti, 2014), la barriera metaforica fra spettatore e azione drammatica, che mantiene una separazione con il palcoscenico o lo schermo. Tale convenzione istituisce un limite tra la realtà e il mondo finzionale garantendo la sospensione dell'incredulità, ovvero l'accettazione del verosimile, di logiche proprie del racconto.

Nel caso dei sistemi transmediali, invece, lo spettatore/utente è portato ad entrare e uscire continuamente nel mondo finzionale per prendere parte attiva nella storia. Tali sistemi narrativi complessi disseminano i canali digitali e il territorio fisico di indizi, elementi concreti e tangibili (lettere, affissioni, annunci su quotidiani o riviste, arredo urbano, etc.), oggetti della quotidianità che diventano “magici” per chi riconosce i codici e sa interpretarli. Si chiamano “rabbit hole” e si rifanno metaforicamente alla tana del Bianconiglio attraverso la quale Alice entra nel Paese delle Meraviglie. Essi rappresentano infatti gli elementi di connessione (i *touch point*, diciamo noi designer quando progettiamo servizi) fra il mondo reale e il mondo finzionale. Chi li riconosce fa parte della community di riferimento, è il target che viene colpito quando la comunicazione è efficace e sa ingaggiare le audience, spingendole ad avere esse stesse un ruolo nella storia come co-protagonista o co-autore. In questo confine fra reale e finzionale, fra contatto e partecipazione, fra top-down e bottom-up, fra tangibile e intangibile, possiamo individuare un ulteriore luogo del progetto. La costruzione di mondi narrativi (Wolf, 2012) consente di mettere in relazione il mondo reale e il mondo immaginario, che diventano interdipendenti attraverso l'applicazione del progetto della transmedialità ad aree differenti da quella dell'intrattenimento (Ciancia, 2016). Il mondo narrativo è genericamente inteso come l'ambientazione in cui si svolgono le storie, mentre è molto di più: esso si configura come un universo di personaggi, luoghi, oggetti, tensioni e valori che ne definiscono le relazioni e governano i conflitti, secondo logiche proprie (Pinardi & De Angelis, 2008). Esiste una relazione stretta fra mondo finzionale e mondo reale: il design ha la possibilità di rendere esplicita tale relazione, si pone al confine tra i due mondi e progetta artefatti e sistemi narrativi che li mettono in scena sfruttando le potenzialità dei canali di comunicazione disponibili (online e offline).

DESIGN E NARRAZIONE

Il design può utilizzare le storie e la narratività, più in generale, per supportare le diverse fasi del progetto e per innescare processi virtuosi di dialogo e di azione all'interno di comunità e sistemi di *stakeholder*.

Manzini (2015) identifica due dimensioni del ruolo del design, al contempo autonome e in relazione reciproca: da una parte, il design come *problem solver* (Simon, 1969) è capace di offrire soluzioni ai problemi degli utenti e delle comunità; dall'altra, il design è capace di “collaborate actively and proactively in the social construction of meaning” (Manzini, 2015, p. 35). La dimensione del *sense-making* è strettamente legata al racconto, sia in termini di processi creativi e di espressione (individuali o collettivi), sia in termini di gestione dei conflitti (reali e/o narrativi) che innescano un bisogno di cambiamento e determinano un percorso di trasformazione. La trasformazione, elemento chiave della narrazione, contiene in sé risorse tangibili (pensiamo alle buone pratiche alle quali il designer guarda per sviluppare i progetti: i protagonisti, persone fisiche con i loro strumenti/attrezzi, i luoghi dove si svolgono le loro attività) ed intangibili (i saperi, le memorie, le esperienze, i desideri, le visioni che li spingono a sviluppare azioni e soluzioni). Il racconto rappresenta e mette in scena (*enacting*) tale trasformazione: attraverso personaggi, ambienti e conflitti fa emergere le capacità di un territorio, tra potenzialità e azioni concrete.

Dunque, i benefici delle narrazioni possono essere identificati nell'abilità di creare mondi immaginari che possono essere considerati come livelli riflessivi della e sulla realtà: i racconti si strutturano a partire dalla realtà stessa e vengono trasferiti al contesto di riferimento o di intervento del progetto generando azioni che possono considerarsi guidate da logiche narrative e che si sviluppano sulla base di conflitti personali o interni ad una comunità, diventando conflitti narrativi nelle forme coerenti con l'instaurarsi di un patto comunicativo fra narratori e narratori (Pinardi & De Angelis 2008). Ogni storia (linea narrativa) è parte di un mondo narrativo e contribuisce alla costruzione di una complessa mitologia (Jenkins, 2009).

In questo contesto, il design svolge il ruolo di *storytelling*, ma anche di *storylistening* (Bertolotti, Daam, Piredda & Tassinari, 2016).

L'ascolto è un aspetto fondamentale dell'approccio sviluppato in anni di attività di ricerca e di progetto, così come viene descritto di seguito.

PRATICHE DI NARRAZIONE TRANSMEDIALE

Nell'ambito del design della comunicazione, l'attività di ricerca di Imagis Lab (www.imagislab.it) applicata al territorio ha sviluppato negli anni un approccio e degli strumenti relativi alla narrazione e alle tecniche di *storytelling*, al linguaggio audiovisivo e alle strategie di branding. Questi tre ambiti sono particolarmente significativi nello svelare le capacità di un territorio: nel rendere tangibili le risorse intangibili, offrendo strumenti ulteriori a supporto della trasmissione dei saperi; nel valorizzarne il patrimonio in termini di amplificazione e promozione. A questo si aggiunge anche una dimensione particolarmente importante, che è quella dell'attivazione delle potenzialità progettuali degli attori del territorio, proprio attraverso la narrazione, il linguaggio audiovisivo e il video partecipativo, le strategie di engagement. Il processo sviluppato da Imagis Lab include strumenti collaborativi tipici del *design thinking*, ma introduce anche strumenti sviluppati ad hoc per l'ascolto delle storie di utenti e comunità; la costruzione collaborativa di storie; la scrittura, il progetto e la produzione secondo processi di video partecipativo. Tale processo si articola in tre fasi: 1) *ascolto*, attraverso la documentazione delle trasformazioni in atto e delle buone pratiche già attive; video-interviste e ricerca di repertori video e iconografici; 2) *envisioning*, ovvero la visualizzazione e il video-racconto di scenari per attivare tavoli di negoziazione e conversazioni fra gli *stakeholder*; 3) *promozione* dei valori di riferimento rispetto al tema oggetto della ricerca, come opportunità di socializzazione e riappropriazione dello spazio urbano. Inoltre, l'adozione di una visione strategica, consente di definire target di comunicazione, audience di riferimento e obiettivi di conversione e di progettare forme e formati ad hoc per i differenti canali di distribuzione e per il coinvolgimento di gruppi e comunità specifici. Mi soffermo qui sulla fase di ascolto (Sclavi, 2003), in particolare. Nel corso degli anni, in riferimento alla valorizzazione del territorio e alla collaborazione con le comunità locali e con esperienze legate alla città di Milano, è stato sviluppato un approccio (Galbiati & Piredda, 2012) che viene condotto attraverso esplorazioni dell'ambiente urbano, vere e proprie *derive* (Debord, 1958; 1998a; Debord & Vaneigem, 1998b) in aree della città in cui il team di progetto si lascia ispirare dagli stimoli del paesaggio e dagli incontri casuali. Vengono condotte interviste e video-interviste ad abitanti del quartiere, artigiani, commercianti, *city user*, etc. e, attraverso

Uno dei progetti transmediali sviluppati è, per esempio, *Hands Bovisa* (2), che ha l'obiettivo di valorizzare le realtà artigianali presenti nel quartiere creando momenti di incontro e trasmissione di competenze alle giovani generazioni, attraverso la pratica a fianco degli artigiani e l'utilizzo dei loro strumenti presso le botteghe e i laboratori. I ragazzi delle scuole medie (tra i 10 e i 14 anni) sono stati coinvolti in un'avventura su WhatsApp con altri coetanei, attraverso la quale hanno scoperto e sono entrati nel mondo narrativo di una Bovisa in cui aree industriali dismesse nascondono tracce di saperi nascosti, ma sedimentati e ancora vivi. Attraverso il gruppo WhatsApp, i ragazzi vengono guidati a risolvere un enigma con l'aiuto dei personaggi, essi stessi membri (fanzionali) del gruppo. Ricevono quindi tutte le istruzioni per visitare insieme ai propri genitori il sito del progetto e iscriversi a partecipare al workshop *ArtiGianni*, uno dei *Plug Social Workshop* (<https://www.facebook.com/plugsocialtv/>) che hanno attivato collaborazioni virtuose fra attori del territorio. In questo caso, il workshop *ArtiGianni* ha prototipato la collaborazione fra vecchi e nuovi artigiani di Dergano e Bovisa: Fablab Milano e i fabbri de La Fucina di Efesto. Il 23 Gennaio 2016, 3 ragazze hanno lavorato fianco a fianco con i fabbri e i maker, costruendo ciascuna il proprio timbro personalizzato, partendo dalla progettazione e arrivando alla realizzazione: impugnatura forgiata in ferro e timbro stampato in 3D. L'oggetto creato è rimasto alle ragazze come ricordo dell'evento.

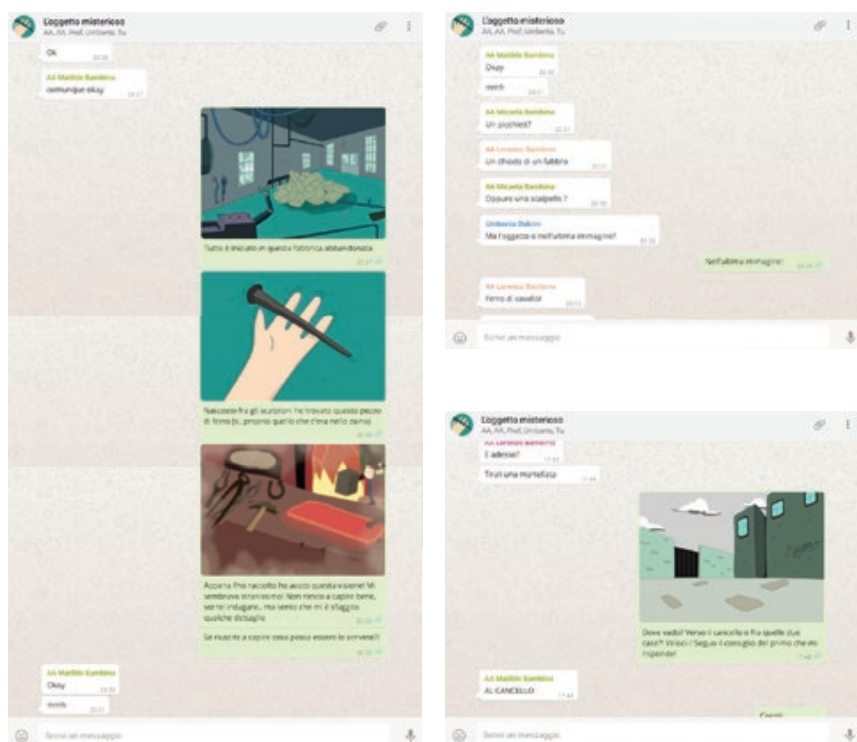


FIG 2 screenshot gruppo WhatsApp

Spin off del mondo narrativo è *Le origini della forgiatura* (3), urban game testato per la prima volta all'interno del campus Bovisa del Politecnico di Milano, è stato giocato dai cittadini di Zona 9 presso il parco di Villa Litta il 5 Ottobre 2016.

Un altro esempio è il mondo distopico di *Eroi?* (4) (www.d9news.polimi.it) ed i suoi *spin off*: la pagina Facebook *I Guardiani della 9* (www.facebook.com/Guardianidella9); il fumetto *Il Viaggio di Ivan* (www.facebook.com/IlViaggiodilvan); *@Corto2115*, un bell'esempio di twitteratura; l'urban game *Boxed* (www.facebook.com/plugsocialtv); il gioco da tavolo *Everyday Heroes* (5). Questo progetto transmediale è particolarmente interessante come esempio della relazione fra mondo finzionale e mondo reale.

Viene utilizzato il genere della fantascienza per raccontare le avventure di cinque personaggi, che affrontano un viaggio nel tempo per tornare indietro di 100 anni, fino al 2015, salvare il mondo da una catastrofe ecologica e scongiurare la perdita quasi totale di aree verdi e risorse energetiche, che nel 2115 rimangono privilegio di un'élite ricchissima, ma inarrivabile. *I Guardiani della 9* arrivano dunque nella Bovisa (Zona 9 di Milano) a noi contemporanea e si ritrovano nella stazione delle Ferrovie Nord, a bordo di un vagone di un treno regionale, stanchi per aver affrontato un viaggio "interstellare". Durante un primo giro di esplorazione del quartiere, incontrano gli ortisti di Coltivando, i membri dell'associazione La Goccia ed affrontano una serie di rocambolesche avventure che li porteranno a gestire conflitti quotidiani ispirati a quelli reali fra le associazioni e le istituzioni, ma anche interni alla missione stessa, fra i personaggi di finzione.



FIG 3 Le origini della forgiatura post sulla pagina Facebook Plug Social TV

Il mondo narrativo è stato creato a partire dalla ricerca che i giovani designer hanno condotto sul campo, intervistando gli abitanti di Zona 9 e le associazioni di cittadini. Dalle interviste il tema ambientale è emerso come uno dei più urgenti e per questo l'obiettivo principale del progetto transmediale è stato quello di amplificare e promuovere le campagne e gli interventi di riqualificazione delle aree verdi che le associazioni attive stavano già conducendo, aumentare la consapevolezza dei cittadini sui temi ambientali e coinvolgerli in iniziative di quartiere. Inoltre, il processo di costruzione del mondo, si è avvalso dell'analisi di trend internazionali così da immaginare lo scenario futuro del *sovra-mondo* del 2115. Il progetto mette in scena un mondo coerente e verosimile ed utilizza una serie di cliché tipici del genere fantascientifico, così da consentire



FIG 4 sito D9News



FIG 5 Il Viaggio di Ivan

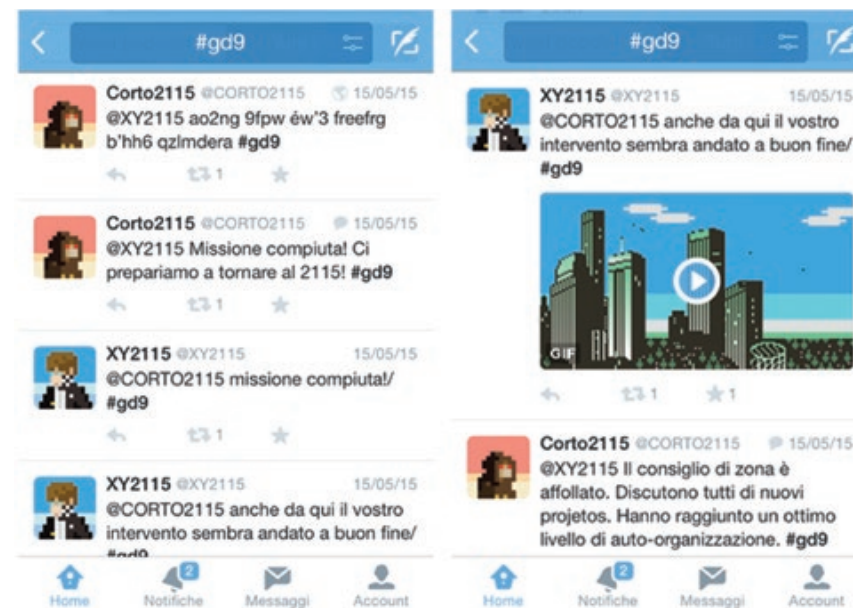


FIG 6 @Corto2115

alla comunità di utenti di completare le lacune eventualmente presenti nella narrazione, e di usarli come varchi per entrare nel mondo narrativo. Esiste un dialogo ed una relazione fra il mondo reale e il mondo immaginario, che conserva elementi di realtà: per esempio, sono riconoscibili elementi dell'attuale paesaggio urbano, landmark come i gasometri, la stazione, il campus universitario, la libreria di quartiere; i personaggi secondari parlano diverse lingue e dialetti, rispecchiando la varietà di culture presenti ad oggi. Il progetto transmediale ha costruito diverse occasioni di rottura e di incontro fra i due mondi, in cui i personaggi di finzione hanno attraversato in costume le strade del quartiere e partecipato a feste e iniziative locali.

Il viaggio nel tempo condotto da *I Guardiani della 9*, corrisponde ad un viaggio di trasformazione interiore dei personaggi stessi, ma anche l'ideale cambiamento e presa di consapevolezza della comunità locale, che diventa cittadinanza attiva. Il mondo narrativo possiede dunque finalità e potenzialità di catalizzare un cambiamento sociale mostrando ulteriori punti di vista sul presente e altre realtà possibili.

Le diverse storie progettate e prodotte a partire dallo stesso mondo narrativo, sono distribuite e rese accessibili attraverso diverse piattaforme e contenuti. Il carattere immaginario e intangibile del mondo narrativo, si fa dunque tangibile mettendo in scena storie, eventi, azioni o elementi narrativi nel mondo reale. Gli elementi visibili del mondo rendono riconoscibili ciascuna delle storie come parte di un unico sistema transmediale che la comunità di utenti mette in connessione partecipando, insieme ad altri *stakeholder*, ad un processo condiviso di costruzione di significati.



Fig 7 | Guardiani della 9 alla festa di quartiere “Via Dolce Via”.

UNA SINTESI E UN INIZIO

Tutti i contenuti audiovisivi di *Plug Social TV* sono stati realizzati utilizzando risorse locali in termini di partnership, product placement, sponsorship, fornitura di servizi e location da parte di attori locali, iniziative di crowdfunding, che hanno consentito di innescare un processo virtuoso di messa in circolazione dei valori sociali ed economici del territorio. Nel caso di *Plug Social TV*, si può parlare di pratiche transmediali che generano racconti brevi e di prossimità (Piredda, 2013), traducono e rivitalizzano il genius loci offrendo alla comunità di riferimento ulteriori canali di comunicazione, ma soprattutto aggiungendo al paesaggio fisico abituale un livello ulteriore, “secondario” (Wolf, 2012) di matrice narrativa.

La riflessione che conduciamo sulla narrativa e le storie come strumenti di design deriva dalle pratiche e informa le azioni future.

Plug Social TV rappresenta una sperimentazione sul campo, che ci ha consentito di mettere in scena la profonda relazione fra l’immaginario e il reale. È stato dunque consolidato un programma di didattica e di ricerca per il design, dotato di un impianto teorico e strumentale, che ha generato vere e proprie pratiche di comunicazione urbana: un approccio collaborativo capace di ascoltare il territorio con le sue criticità e pratiche virtuose, ma anche di coinvolgere e accompagnare gli attori del territorio in processi narrativi in cui essi stessi sono protagonisti della trasformazione che viene raccontata (*envisioning*). Siamo convinti dell’energia e del potere generativo delle storie e proponiamo le pratiche transmediali per mettere a sistema competenze e risorse del territorio, accompagnarne e *promuoverne* lo sviluppo. Per fare questo, è necessario operare condividendo obiettivi e azioni con istituzioni cittadine, amministrazione locale, oltre ad associazioni e imprese; attivare opportunità per confrontarsi con altre discipline e competenze, come le scienze sociali, la filosofia, il marketing territoriale, trovando l’interesse e il sostegno e la collaborazione di ricercatori e professionisti. Molte altre dimensioni necessitano di ulteriori sviluppi, come per esempio la valutazione dell’impatto delle azioni attivate: nel caso di progetti iper-locali che coinvolgono direttamente piccoli gruppi di utenti beneficiari, dove i dati raccolti sono esigui, servono ulteriori competenze e l’invenzione di modalità e strumenti ad hoc, capaci di integrare la dimensione qualitativa con quella quantitativa. Le narrazioni generano dunque contenuti che la comunità fruisce attraverso molteplici canali. Il

compito assolto da tali contenuti è quello di continuare a coinvolgere il pubblico di riferimento con un duplice risultato: da una parte renderlo partecipe di un processo di ri-generazione dell’immaginario condiviso; dall’altra continuare il processo di ascolto, di produzione e raccolta di dati relativi ai comportamenti e ai bisogni emergenti. La narrazione del territorio è al tempo stesso il racconto di un mondo che cambia e la registrazione del cambiamento stesso.

NOTE

- (1) Il progetto originario del format *Das de Man* è di Rachele Amadori, Marianna Lani, Roberta Cacace, Cecilia Percivale ed è stato sviluppato nell’ambito del laboratorio di sintesi finale “Fuoricampo” (a.a. 2013-14, docenti: Marisa Galbiati e Francesca Piredda - Imagis Lab, Politecnico di Milano, Katia Goldoni e Marco Ronchi - Twig Agency; tutor: Mariana Ciancia, Simona Venditti e Gabriele Carbone), Laurea Magistrale in Design della Comunicazione, Scuola del Design del Politecnico di Milano. Il toolkit e il format dei workshop è stato sviluppato da Rachele Amadori, *La comunicazione come processo partecipativo. Il caso Das de Man*, tesi di Laurea Magistrale in Design della Comunicazione, Scuola del Design, Politecnico di Milano, relatore: Francesca Piredda, correlatore: Simona Venditti, 2015.
- (2) È stato progettato da Umberto Dolcini, Zhang Ge, Simone Pietro Romei e Riccardo Schito, nell’ambito del laboratorio di sintesi finale “Fuoricampo” (a.a. 2015-16, docenti: Marisa Galbiati e Francesca Piredda - Imagis Lab, Politecnico di Milano; Katia Goldoni e Marco Ronchi - Twig Agency; con Mariana Ciancia; tutor: Simona Venditti, Maria Laura Gionfriddo e Gabriele Carbone), Laurea Magistrale in Design della Comunicazione, Scuola del Design del Politecnico di Milano.
- (3) Progettato per Plug Social TV da Belloni, Bucalossi, Mazzoleni e Menini, nell’ambito del corso “Augmented Reality and Me” (a.a. 2015-16, docenti: Davide Spallazzo con Ilaria Mariani), Scuola del Design, Politecnico di Milano.
- (4) È stato progettato da Simone Carnevale, Andrea Fossaluzza, Gionata Marengi, Pedrag Stajevski, Luca Tantimonaco, nell’ambito del laboratorio di sintesi finale “Fuoricampo” (a.a. 2014-15, docenti: Marisa Galbiati e Francesca Piredda - Imagis Lab, Politecnico di Milano, Katia Goldoni e Marco Ronchi - Twig Agency; tutor: Mariana Ciancia, Simona Venditti e Gabriele Carbone), Laurea Magistrale in Design della Comunicazione, Scuola del Design del Politecnico di Milano. Cfr.: Simone Carnevale, *Eroi? Dare forma ai mondi immaginari all’interno di un’esperienza transmediale*, tesi di Laurea Magistrale in Design della Comunicazione, Scuola del Design, Politecnico di Milano, relatore: Francesca Piredda, correlatore: Simona Venditti, 2016; Andrea Fossaluzza, *Eroi? Il social media storytelling come strumento di aggregazione di comunità locali*, tesi di Laurea Magistrale in Design della Comunicazione, Scuola del Design, Politecnico di Milano, relatore: Francesca Piredda, correlatore: Simona Venditti, 2016.
- (5) Luca Tantimonaco, *Impronta del futuro. Gioco e narrazione per riflettere sui cambiamenti climatici*, tesi di Laurea Magistrale in Design della Comunicazione, Scuola del Design, Politecnico di Milano, relatore: Maresa Bertolo, correlatore: Ilaria Mariani, 2016.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Bertolotti, E., Daam, H., Piredda, F., & Tassinari, V. (2016). *The Pearl Diver, the Designer as Storyteller. DESIS Philosophy Talks: Storytelling and Design for Social Innovation*. Milano: DESIS Network.
- Campbell, J. (2012). *L’eroe dai mille volti*. Torino: Lindau.
- Ciancia, M. (2016). *Transmedia Design Framework. Un approccio design-oriented alla Transmedia Practice*. Milano: FrancoAngeli

- Ciancia, M., Piredda, F. & Venditti, S. (2014). Shaping & Sharing Imagination: Designers and the Transformative Power of Stories. In M. Hudson, R. Sternberg, R. Cunha, C. Queiroz, & M. Zeilinger M. (a cura di) *Proceedings Conference Interactive Narratives, New Media & Social Engagement*. (University of Toronto, 23-25 ottobre, 2014) (pp. 37-46).
- Debord, G.E. (1998a) *In girum imus nocte et consumimur igni*, Milano: Mondadori
- Debord, G.E., & Vaneigem, R. (1998b). *Situazionismo. Materiali per un'economia politica dell'immaginario*. Bolsena (VT): Massari editore.
- Debord, G.E. (1958). Théorie de la dérive. *Internationale Situationniste*, 2.
- Galbiati, M., & Piredda, F. (2012). *Visioni urbane*. Milano: FrancoAngeli.
- Jenkins, H. (2009). *The Aesthetics of Transmedia: In Response to David Bordwell (Part One)*. Consultabile su http://henryjenkins.org/2009/09/the_aesthetics_of_transmedia_i
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs - An Introduction to Design for Social Innovation*. Cambridge, Massachusetts (USA): MIT Press.
- Pinardi, D., & De Angelis, P. (2008). *Il mondo narrativo. Come costruire e come presentare l'ambiente e i personaggi di una storia*. Torino: Lindau.
- Piredda, F. (2013). Tra territorio e media. Percorsi, visioni e identità nella città plurale. In M. Matrone, D. Pinardi. *Narrativa d'impresa. Per essere ed essere visti* (pp. 205-207). Milano: FrancoAngeli.
- Tassinari V., Piredda F., Bertolotti E. (2017). Storytelling in design for social innovation and politics: a reading through the lenses of Hannah Arendt. in L. Di Lucchio, L. Imbesi, & P. Atkinson (eds). *The Design Journal*, 20:sup1, Design for Next: Proceedings of the 12th European Academy of Design Conference, Sapienza University of Rome, 12-14 April 2017.
- Sclavi, M. (2003). *Arte di ascoltare e mondi possibili*. Milano: Mondadori.
- Simon, H. A. (1969). *The sciences of the artificial*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- UNESCO, (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Consultabile su <http://orcp.hustoj.com/2016/03/26/convention-for-the-safeguarding-of-the-intangible-cultural-heritage-2003/>
- Vogler, C. (2010). *Il viaggio dell'eroe*. Roma: Dino Audino.
- White, S.A. (2003). *Participatory Video, Images that Transform and Empower*. London: Sage.
- Wolf, M.J.P. (2012). *Building Imaginary Worlds. The Theory and History of Subcreation*. New York and London: Routledge.

FOTOGRAFIA, DESIGN E TERRITORIO

CARLA SEDINI

Ci sono diversi modi attraverso cui è possibile indagare il territorio. La fotografia, spesso relegata al suo solo scopo rappresentativo o documentaristico, se messa a sistema con altri strumenti e competenze, ma soprattutto se parte di un processo progettuale più ampio, è in grado di amplificare lo sguardo ed essere di supporto ad una conoscenza più approfondita.

Cercando di rispondere alla critica mossa da Susan Sontag (1977, trad. ita 2004) ad una fotografia che, poiché molto diffusa già negli anni Settanta, diventa arbitraria, narrativa e non documentaristica, si cercherà - grazie al sostegno della letteratura e di diverse esperienze sul campo - a restituire il ruolo (anche) scientifico del mezzo fotografico. La fotografia è in grado di esplicitare la relazione tra la dimensione tangibile e intangibile del territorio attraverso la variabile temporale che è suo stesso fondamento. Innanzitutto perché il tempo è la materia di cui si compone (assieme alla luce) lo scatto. In secondo luogo, per la relazione che la fotografia - oggetto - innesca tra passato, presente e futuro. Come affermato da John Berger nel testo a cura di Maria Nadotti (2011) *“Una fotografia arresta il flusso temporale in cui l'evento fotografato esisteva. Tutte le fotografie sono del passato, ma in esse un istante del passato viene fermato; cosicché, diversamente da un passato vissuto, questo non può mai portare al presente”* (1). L'ambiguità della fotografia, così come la definisce Berger, e questo attrito fra tangibile e intangibile, fra presente e passato, fra esistente e finzione, emerge non tanto nella fase dello scatto, quanto nella fase dell'osservazione della fotografia, nel momento in cui si cerchi di decodificare il messaggio o quanto meno di comprendere quale realtà la fotografia voglia rappresentare. Ciò che viene mostrato e rappresentato non ha di per sé un significato dato; mentre, il contesto sociale in cui vive (ed è vissuto) l'osservatore, così come il suo orizzonte psicologico e valoriale, determinano il significato e la lettura che viene data di una stessa fotografia: *“Quando riteniamo che una fotografia sia significativa, è perché le prestiamo un passato e un futuro”* (si veda nota 1). Un discorso a parte dovrebbe essere affrontato per le didascalie, ma non verrà esaminato in questa sede.

Questo testo non intende, quindi, essere un saggio sulla storia della fotografia di paesaggio; lo scopo è invece quello di indagare il ruolo della fotografia per il progetto di design, partendo da una prospettiva italiana.

Si è scelto di focalizzarsi su casi e approcci italiani, indagando innanzitutto i significati e la cifra della fotografia di paesaggio mettendo in relazione la definizione di paesaggio con quella di territorio. Si affronterà questo tema, dando particolare attenzione alla trasformazione della fotografia di paesaggio, che, in particolare a partire dagli anni '80, si è interessata ai luoghi ordinari, della produzione industriale e al panorama post-industriale. Il ruolo della fotografia è ambivalente: oggetto di analisi per la ricerca, ma anche strumento di ricerca vero e proprio. La fotografia può quindi essere un dato in sé o un

BIOGRAFIE DEGLI AUTORI

Marta Beltrame, designer della comunicazione visiva, si è laureata al Politecnico di Milano nel 2015. Ha collaborato ad alcune attività di ricerca e progettuali gestite da POLI.design, tra cui la mostra Lombardies per Milano Expo 2015 e il progetto Brianza Experience. Sta orientando la sua carriera verso il project management e la direzione di attività strategiche di comunicazione, gestendo di progetti di comunicazione integrata dalla strategia all'operatività.

Daniela Calabi, professore associato di disegno industriale, Politecnico di Milano. A partire dall'organizzazione di due serie di cicli seminariali patrocinati dalla Provincia di Milano e aperti alla città di Milano (tra i relatori Gabriele Basilico e Paolo Rosa), promuove ricerche e progetti di Design della Comunicazione sull'identità dei luoghi. Fa parte del gruppo di ricerca DCxT (Design della Comunicazione per il Territorio, Dipartimento di Design).

Eugenia Chiara, designer, PhD, lavora nel campo del design per la sostenibilità, dei servizi e della comunicazione, in particolare nella costruzione di processi collaborativi, nella produzione di strategie di comunicazione partecipata e di piattaforme internet per reti e comunità, per organizzazioni profit e no profit. E' docente di design della comunicazione e per la sostenibilità presso istituti universitari e privati. Collabora con POLI.design per progetti di internazionalizzazione e di sviluppo legati al design per la sostenibilità e allo sviluppo del territorio.

Vincenzo Cristallo, architetto, PhD, professore associato di disegno industriale, Università degli Studi di Roma La Sapienza. Ha insegnato design in diverse università italiane. La sua attività di ricerca è orientata allo studio della contemporaneità della fenomenologia delle scienze del design e all'analisi del rapporto tra design e territorio nella relazione prodotto e sistema-prodotto. E' stato membro del comitato editoriale della rivista "DIID Design Industriale/Industrial Design" e redattore della rivista "GUD Genova Università Design".

Marinella Ferrara, architetto, PhD, professore associato di disegno industriale, Politecnico di Milano. Coordinatore di MADEC, *Material Design Culture*, network di ricerca del Dipartimento di Design che si occupa di studio dei materiali nella dimensione tecnica e umanistica del design. Ulteriori interessi di ricerca includono il design nei paesi del Mediterraneo, la valorizzazione dei beni culturali e dei contesti urbani e territoriali, il design per il food, il rapporto tra design e artigianato, design e identità di genere. E' cofondatore e direttore della rivista scientifica on-line "PAD. Pages on Art & Design" e caporedattore di "A/I/S/ Design. Storia e ricerche".

Martha Friel, ricercatore di Economia e Gestione delle imprese, Università IULM di Milano. È membro e fellow della Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura di Torino dal 2008 e di City Innovation Lab/ALTIS dal 2011, impegnata sui temi dell'economia della cultura e della creatività e del place branding. Le sue aree di ricerca riguardano l'economia e la gestione della cultura, delle industrie creative e del turismo, nonché i rapporti intersettoriali tra turismo, cultura e industrie creative.

Rossana Gaddi, PhD, assegnista di ricerca, Dipartimento di Design, Politecnico di Milano. Svolge attività di ricerca sulla comunicazione e sulle relazioni tra design, la moda e il territorio e sull'innovazione per la valorizzazione territoriale. Docente a contratto di Visual Design e Comunicazione presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano, e membro del collegio didattico dei consorzi POLI.design e MFI - Milano Fashion Institute. Visiting professor presso la School of Fashion and Design di Gurgaon, New Delhi, India.

Marisa Galbiati, professore ordinario di disegno industriale, Politecnico di Milano. Il suo lavoro comprende strategie e scenari di comunicazione, dalla progettazione alle problematiche urbane, dalla teoria alla pratica. Docente di Comunicazione Multimediale e audiovisiva si occupa di strategie creative applicate ai temi del sociale (comunicazione sociale) e della progettazione di sistemi di comunicazione transmediali applicati ai contesti urbani e finalizzati allo sviluppo dell'innovazione e dell'inclusione sociale (social TV).

Lia Krucken, Phd, docente e ricercatore nell'ambito del Design e delle Arti Visive, con attenzione specifica al patrimonio culturale del territorio. Ha svolto un Post-Doc in Design presso il Politecnico di Milano e il Dottorato presso l'Università Federale di Santa Catarina, Brasile (2005). È direttrice dei Progetti Internazionali presso l'ONG "Plataforma Design" e collabora con Università in Brasile, in Germania e in Portogallo. È autrice del libro "Design e Territorio", pubblicato nel 2009.

Eleonora Lupo, PhD, professore associato di disegno industriale, Politecnico di Milano. Svolge attività di ricerca, didattica e progettazione nell'ambito di Culture di design, di prodotto e di processo; Humanities e Culture Driven Innovation; attivazione di beni e sistemi culturali, artigianali, territoriali e immateriali; Smart Heritage e tecnologie per musei e istituzioni culturali.

Federica Olivares, docente di Progettazione Culturale e direttore del Master in Cultural Diplomacy presso l'Università Cattolica di Milano. Co-direttore del Master congiunto tra Università Cattolica e Politecnico di Milano "Progettare Cultura. Arte, design, imprese culturali". Ha fondato "City Innovation Lab" con ALTIS (Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica del Sacro Cuore), sul Place Branding e l'attrattività territoriale attraverso le risorse culturali.

Federico Oppedisano, architetto, ricercatore di disegno industriale, Università di Camerino. Responsabile del corso di laurea in Disegno Industriale e Ambientale dell'Università di Camerino. Svolge attività didattica e di ricerca nel campo del design per la comunicazione visiva e multimediale. Gli interessi di ricerca sono diretti a indagare le connessioni tra cultura delle espressioni visive e processi comunicativi.

Marina Parente, architetto, PhD, professore associato di disegno industriale, Politecnico di Milano. Coordinatore del Network di Ricerca dipartimentale D4T Design for Territories, svolge attività di ricerca, didattica e progettazione nel campo del design per lo sviluppo locale e per la valorizzazione dei territori e dei beni culturali. Direttore del Corso di Alta Formazione "Brand dei Sistemi Territoriali" di POLI.design e del Master "Progettare Cultura. Arte, design, imprese culturali", congiunto con l'Università Cattolica di Milano.

Lucia Pietroni, architetto, PhD, professore ordinario di disegno industriale, Università di Camerino. Coordinatore del CV in "Design per l'innovazione" del Dottorato di ricerca in Architettura, Design, Urbanistica. Membro del Consiglio Direttivo della SID; è stata Presidente di ADI Delegazione Marche Abruzzo e Molise (2015-17); dal 2013 è Presidente di EcodesignLab Srl, spin off di UNICAM. Ambiti di ricerca: Design sostenibile e bio-ispirato; processi d'innovazione guidati dal design.

Francesca Piredda, PhD, ricercatrice di disegno industriale, Politecnico di Milano. Le sue attività di ricerca e insegnamento si occupano di design della comunicazione, linguaggio audiovisivo, video partecipativo, media digitali e narrativa. Conduce attività di ricerca e di formazione nel campo del progetto di format e content strategy, delle tecniche di storytelling per l'inclusione sociale e la comunicazione di brand.

Raimonda Riccini, PhD, professore ordinario di disegno industriale, Università Luav di Venezia. Coordinatrice del Dottorato in Scienze del design e responsabile dell'unità di ricerca "Museologia del design". Ha ideato "Frid. Fare ricerca in design", il forum nazionale dei dottorati italiani di design, nel 2017 alla terza edizione. Attiva nella ricerca teorica e storica sul design, si occupa anche della divulgazione della disciplina. È direttrice della Rivista "A/I/S/Design. Storia e Ricerche" dell'Associazione italiana degli storici del design, di cui è attuale presidente.

Maria Antonietta Sbordone, architetto, ricercatore di disegno industriale, Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli. L'attività di ricerca è orientata alle tematiche inerenti lo sviluppo sostenibile, con particolare attenzione al progetto "ecorientato", attraverso la partecipazione a team di ricerca internazionali e convegni con atenei ed enti stranieri. Insegna nel campo del Design del Prodotto e del Design dei Servizi nella Moda con particolare interesse ai processi di distribuzione e consumo e al loro impatto sull'ambiente.

Carla Sedini, sociologa, PhD, assegnista di ricerca, Dipartimento di Design, Politecnico di Milano. Il suo lavoro di ricerca in ambito nazionale e internazionale si focalizza sulle dinamiche che influenzano l'attrattività e lo sviluppo territoriale. Cofondatrice

del Research Network D4T Design for Territories. È professore a contratto presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano e presso lo IED di Milano. Insegna inoltre in diversi Master erogati da POLI.design.

Daniela Selloni, PhD, assegnista di ricerca, Dipartimento di Design, Politecnico di Milano. Si occupa principalmente di design dei servizi, innovazione sociale e sharing economy, con attività di ricerca e di didattica. Si interessa inoltre di metodi e strumenti di co-design, design for policy e design per lo sviluppo territoriale. È membro di POLIMI DESIS Lab, parte del network internazionale DESIS – Design for Social Innovation and Sustainability.

Giuliano Simonelli, architetto, professore ordinario di disegno industriale, Politecnico di Milano. Ha ripetutamente lavorato su temi riguardanti il ruolo del design nei settori del "Made in Italy" e nei distretti industriali. Attualmente è Presidente di POLI.design e fa parte del Consiglio di Amministrazione della Fondazione ADI per il Design Italiano. Su incarico del Politecnico di Milano segue diversi progetti educativi per il trasferimento dell'innovazione di design nei contesti locali, nazionali ed internazionali e per l'internazionalizzazione delle imprese, in particolare nell'area delle nazioni BRIC.

Paolo Tamborini, professore associato di disegno industriale, Politecnico di Torino. L'attività di ricerca si incentra principalmente nell'area del design sistemico e del suo ruolo nel processo di sviluppo sostenibile della società contemporanea. In particolare si occupa della sostenibilità applicata al design e al suo ruolo di elemento imprescindibile per lo sviluppo e la produzione di qualsiasi oggetto, in tutte le sue fasi, dal processo produttivo e allo studio delle prestazioni e dei comportamenti degli utenti che è in grado di generare.

Raffaella Trocchianesi, architetto, professore associato di disegno industriale, Politecnico di Milano. È direttore del Master IDEA Exhibition Design (POLI.design in collaborazione con l'associazione IDEA). Svolge attività di ricerca, didattica e progettazione nell'ambito del Design for Cultural Heritage in termini di allestimento-museografia, identità e valorizzazione del territorio, narrazioni e linguaggi per la fruizione culturale. Si interessa della relazione tra design e humanities e tra arte e design.

Beatrice Villari, PhD, professore associato di disegno industriale, Politecnico di Milano. Co-direttore del Master in Service Design e project manager del corso di alta formazione Service Design for Business del Politecnico di Milano. La sua attività di ricerca si focalizza sulla progettazione di servizi, sul design strategico e la progettazione per lo sviluppo territoriale.

Carlo Vinti, PhD, ricercatore di disegno industriale presso l'Università degli Studi di Camerino. Associate editor della rivista "A/I/S/Design. Storia e Ricerche" dell'Associazione italiana degli storici del design. Si occupa di storia e critica del design e della comunicazione visiva. Fra i suoi interessi di ricerca la storia dell'immagine di impresa e la costruzione storiografica del design in Italia. Nel 2012 è stato co-curatore del Triennale Design Museum.

Pubblicato da

LISt Lab
info@listlab.eu
listlab.eu



Curatori

Marina Parente e Carla Sedini

Direttore Editoriale LISt Lab

Alessandro Franceschini

Direttore Artistico e Produzione

Blacklist Creative, BCN
blacklist-creative.com



ISBN 9788899854614

**Stampato e rilegato in
Unione europea, 2018**

collana **DE**
design experience

Tutti i diritti riservati

© dell'edizione LISt Lab
© dei testi gli autori
© delle immagini gli autori

Vietata qualsiasi forma di riproduzione totale o parziale di questo libro con qualsiasi mezzo, senza il permesso dell'autore e l'editore.

Promozione e distribuzione in Italia

Messaggerie Libri, Spa, Milano,
assistenza.ordini@meli.it;
amministrazione.vendite@meli.it

**Promozione e distribuzione
Internazionale**

ACC Book Distribution Ltd
Woodbridge, Suffolk, IP12 4SD, UK
sales@antique-acc.com

Comitato scientifico Design Experiences

Innovation: Sam Bucolo - University of Technology Sydney (AU); **Comunicazione:** Paolo Ciuccarelli - Politecnico di Milano (IT); **Industry:** Loredana Di Lucchio - Sapienza Università di Roma (IT); **User Experience:** Emilia Duarte - IADE Lisbon (PT); **Strategies:** Alphay Er - Ozyegin University, Istanbul (TR); **Technologies:** Salvatore Iaconesi - Human Ecosystems Relazioni (IT); **Critical Studies:** Lorenzo Imbesi - Sapienza Università di Roma (IT); **Education:** Lorraine Justice - Rochester Institute of Technology (US); **Philosophy:** Gilles Lipovetsky - Université de Grenoble (FR); **Sustainability:** Giuseppe Lotti - Università degli Studi di Firenze (IT); **Service:** Longqui Lou - Tongji University of Shanghai (CH); **Social Innovation:** Nicola Morelli - Aalborg University (DK); **Cultural Industry:** Maria Antonietta Sbordone - Università della Campania "L. Vanvitelli" (IT) -

LISt Lab è un Laboratorio editoriale, con sedi in Europa, che lavora intorno ai temi della contemporaneità. LISt Lab ricerca, propone, elabora, promuove, produce, LISt Lab mette in rete e non solo pubblica.

LISt Lab editoriale è una società sensibile ai temi del rispetto ambientale-ecologico. Le carte, gli inchiostri, le colle, le lavorazioni in genere, sono il più possibile derivanti da filiere corte e attente al contenimento dell'inquinamento. Le tirature dei libri e riviste sono costruite sul giusto consumo di mercato, senza sprechi ed esuberanti da macero. LISt Lab tende in tal senso alla responsabilizzazione di autori e mercato e ad una nuova cultura editoriale costruita sulla gestione intelligente delle risorse.

La Collana Design Experiences della Casa Editrice ListLAB si inserisce nel panorama attuale dell'editoria scientifica, con l'intenzione di dare spazio a quelle esplorazioni nel campo della Design Research che si articolano tra la componente generativa accademica e la loro capacità di diventare esperienze evolutive nell'attualità del loro prodursi.

La consapevolezza che il Design è un processo conoscitivo disposto, per vocazione, a integrare tematiche che spingono l'esperienza progettuale in ambiti di ricerca inesplorati, è il focus della nuova Collana che vuole così esplorare principi nuovi che si diffondono attraverso la pratica attuativa e innescano dinamiche di diffusione informate alla cooperazione e alla partecipazione attiva.

Inoltre, la matrice Esperienziale del Design si presta alla narrazione simultanea di conoscenze, processi, azioni, che si riflettono sul piano teorico e si misurano nella prassi.

La Collana accoglie lavori critici che in forma di saggio divulgativo raccontano un'esperienza di Design sviluppata nella ricerca, nella didattica, nella professione e che si caratterizza per la capacità di indagare scenari possibili e 'freschi' nella cultura del Progetto.

La collana non si chiude in un ambito applicativo specifico del Design, ma cerca di esplorarli tutti, anche e soprattutto quelli non ancora codificati.

Un Comitato Scientifico Internazionale, composto da Esperti nei diversi campi del Design, ha guidato la selezione dei lavori e stimolerà il dibattito intorno e sul Design.



Cosa significa applicare le metodologie e gli strumenti del design al territorio? E quali sono gli ambiti e le finalità di intervento?

Il Network di Ricerca D4T-Design for Territories del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano propone alcune risposte a queste domande, mettendo a sistema le esperienze di formazione e di ricerca applicata degli ultimi anni e ascoltando le voci di diversi esperti del settore, anche esterni alla disciplina, per un dialogo proficuo e costruttivo.

Attraverso il confronto su tre dicotomie – teoria/pratica, tangibile/intangibile, competizione/collaborazione – verranno delineati i possibili ruoli del design come agente in grado di identificare, svelare e valorizzare sistemi territoriali, culturali e sociali complessi.

Il volume raccoglie i saggi e le esperienze di progetto di ricercatori e docenti universitari, professionisti nel campo della cultura e della comunicazione strategica, esperti nel campo dell'innovazione sociale e dello sviluppo sostenibile.

Marina Parente, architetto, PhD e coordinatore di D4T, è professore associato di disegno industriale presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano.

Carla Sedini, sociologa, PhD e cofondatrice di D4T, è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano.

