

Il discorso del design

*call for papers per un numero monografico speciale di E/C,
e-journal dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*

a cura di Dario Mangano e Alvise Mattozzi

La produzione industriale è inevitabilmente un campo di applicazione privilegiato per una scienza che studi la costruzione e la circolazione del senso nella società. Ad avercene offerto testimonianza sono stati i frequenti e produttivi contatti che semiologia e disegno industriale ebbero negli anni 60 e 70, un periodo in cui erano in piena attività alcuni dei più importanti esponenti di entrambe queste discipline. Allora il design mostrava interesse nei confronti della possibilità di sistematizzare una riflessione intorno ai prodotti industriali che rendesse conto della sua anima più immateriale senza per questo dover rinunciare ad un approccio progettuale (De Fusco, Dorfles, Maldonado, Munari etc.). Si trattava di pensare agli oggetti come ad un *sistema* (Baudrillard) secondo un approccio critico-ideologico (Barthes) che aveva il grande merito di portare alla luce le dinamiche del consumo, consentendo la problematizzazione in chiave simbolica di un concetto fondativo per il design quale quello di funzione (Eco). La semiologia, dal canto suo, era naturalmente attratta dalla profonda essenza sincretica degli artefatti, in quella logica di estensione della linguistica ad altri sistemi di segni che l'aveva contraddistinta fin dalle sue origini. Qualunque oggetto ci parla attraverso più linguaggi - quello delle sue forme per cominciare, ma anche attraverso le icone che ne caratterizzano l'interfaccia o i sistemi di visualizzazione delle informazioni - inserendosi poi all'interno dei flussi di comunicazione presenti nella società per condizionarli profondamente. Nel caso della semiologia, tuttavia, l'interesse non dipendeva unicamente dai successi dell'analisi e dalla permeabilità che gli oggetti mostravano al metodo, ma, in misura almeno altrettanto rilevante, dalle resistenze che si incontravano e dalla particolarità dei processi implicati. A differenza dei "soggetti di carta" sui quali erano stati messi a punto gli strumenti di analisi, infatti, in questo caso si aveva a che fare con sistemi significanti profondamente legati ad una dimensione fattuale e trasformativa che contribuivano profondamente ad *in-formare* una realtà presupposta oggettiva e data.

Malgrado vi fossero le premesse per una collaborazione che avrebbe potuto portare ad uno sviluppo comune, come è noto, il

dialogo fra le due discipline cessò negli anni 80 e 90 quando, per ambo le parti, forti spinte di rinnovamento obbligarono a riflessioni interne. Il design dovette fare i conti con nuovi prodotti (graphic design, web design etc.) e nuove forme di produzione (la piccola serie, la flessibilità nella grande serie grazie alle macchine a controllo numerico), una rivoluzione tale da cagionare la sparizione dell'aggettivo "industriale" dalla sua definizione. Un cambiamento onomastico che dovette subire anche la semiologia che divenne "semiotica" nel momento in cui passò da una prospettiva epistemologica incentrata sul segno e sui codici ad una visione più ampia ed articolata che aveva il suo fulcro nella nozione di testo e in quella di significazione come processo scomponibile in stadi caratterizzati da complessità e astrazione differente. Questo cambiamento ha permesso alla semiotica e, in particolare alla semiotica degli oggetti, di usufruire maggiormente di quell'impostazione relazionale che dovrebbe caratterizzarla. Si è così passati dalla sola problematizzazione della relazione di rinvio tra oggetto e funzione (primaria o secondaria) significata o comunicata, a interrogarsi sulle molteplici relazioni che costituiscono un oggetto, assumendo una impostazione più vicina a quella di Hjelmslev per il quale gli oggetti non sono che "punti di intersezione tra fasci di relazioni". Ciò ha permesso di aprire la riflessione da un lato alla materialità dell'oggetto - quello che potremmo definire il suo piano plastico - prima scartato in quanto pre- o non-significante (Barthes), dall'altro alle pratiche d'uso.

In base a queste premesse che testimoniano delle profonde radici dei rapporti fra design e semiotica, è convinzione di chi scrive che oggi si dia l'opportunità di un nuovo momento di scambio e dialogo. Segnali in questo senso sono certamente l'introduzione nei corsi universitari di design della semiotica, ma anche la produzione di ricerca su questi temi (Bordron, Deni, Fontanille, Floch, Mattozzi, Semprini, Zinna). In particolare, ci sembra che una teoria dei processi di significazione possa aiutare il design contemporaneo a ripensare una propria coerenza interna in modo da rendere conto delle sue varie anime spesso molto diverse. Food design, movie design, design della moda o della comunicazione, graphic design, design dei beni culturali e degli eventi si uniscono ai più classici design di arredo e design di interni in quell'universo-design che rischia, senza una istanza teorica unificante chiara, di trasformarsi in una mera denominazione, una specie di 'marca' da attaccare ad oggetti diversi per trasformarne il senso. Se una coerenza può essere cercata a fronte di macroscopiche differenze, è evidentemente prendendo una certa distanza dalle diverse manifestazioni per giungere ad un livello profondo in cui emergono le strategie. La semiotica, in altre parole, può aiutare a rintracciare ciò che tiene insieme un piatto di cucina, l'identità visiva di una compagnia aerea e i percorsi di un museo, proprio perché ha sviluppato, grazie a un costante lavoro comparativo, strumenti che le consentono di andare oltre la superficie dei testi per ricostruirne i livelli di senso più profondi.

Si tratta allora di valutare il design come una *forma di discorso* che si costruisce a partire dai testi ma che, in un certo senso, li eccede, essendone più che una mera somma, il prodotto. È in questa ottica che devono essere pensate, per fare un esempio, le nuove professionalità: cosa succede ai cuochi ai registi o agli stilisti quando entrano sotto il dominio del design? Si tratta di una mera rinominazione attuata unicamente per scopi di marketing o c'è sotto qualcosa di più profondo che cambia concretamente la pratica professionale? La semiotica può aiutare non soltanto a chiarire le specificità di una attività ma, cosa più importante, nel farlo, diventare strumento a servizio di chi tale attività voglia esercitare con maggiore consapevolezza. È questa la vocazione di una teoria che, per quanto questo aspetto finisca qualche volta per passare in secondo piano, è teoria della generazione del senso e non unicamente una sua descrizione.

Questa richiesta di contributi ha l'obiettivo di indagare lo stato della riflessione semiotica non soltanto intorno agli oggetti ma al design più in generale, e ai vari approcci che sono possibili oggi. Ad interessarci però è anche l'altra faccia di questa medaglia, ossia la riflessione che il design ha prodotto e produce intorno alla semiotica, ai suoi metodi e alle possibilità che offre nonché alle problematiche che solleva. Sugeriamo allora di seguito alcune tematiche che potrebbero diventare oggetto dei contributi ma che, tuttavia, non devono essere considerate per nulla esaustive dei possibili approcci, essendo piuttosto un punto di partenza da superare:

- I rapporti tra design e semiotica, anche in chiave storica. Riteniamo possa essere utile una riflessione sui metodi e sugli strumenti analitici utilizzati nel dialogo fra queste due discipline, tanto all'origine dei loro rapporti quanto oggi. È in questo senso che va considerato il ruolo di discipline come la psicologia cognitiva di Norman o gli studi di sociologia della scienza di Latour. Il primo, in particolare, ha recentemente posto l'attenzione sui processi passionali collegati all'uso degli oggetti, mentre il secondo ha dato un contributo fondamentale alla formulazione una teoria di derivazione semiotica che consente di rendere conto del ruolo degli oggetti nella costituzione e nel mantenimento delle società.
- A proposito della metodologia di analisi non possiamo non richiamare l'attenzione sulle problematiche relative all'approccio analitico agli oggetti che oggi sembra non dover essere limitato unicamente all'analisi formale ma piuttosto doversi estendere alle cosiddette "pratiche" ossia all' "oggetto in azione" in precise circostanze d'uso. Rispetto a tali questioni oggi sembrano esservi carenze più che sul fronte della teoria su quello della pratica analitica, da sempre cartina al tornasole fondamentale di qualunque approccio teorico.

- Inoltre, ribadendo ancora una volta l'importanza del confronto con i testi, riteniamo che possa essere utile anche dal punto di vista teorico portare avanti l'analisi di oggetti concreti.
- A questo proposito ci sembra che l'analisi del design delle interfacce possa essere una dimensione particolarmente feconda, quasi naturale diremmo, per una collaborazione design-semiotica. Il punto di contatto fra uomo e tecnologia è infatti per eccellenza il luogo della negoziazione, della rispettiva costruzione e trasformazione, inoltre, più banalmente, l'interfaccia è ciò che deve comunicare la funzione dell'oggetto e suggerirne l'uso. A questo proposito la semiotica offre gli strumenti per problematizzare nozioni come quelle di mapping ed affordance che hanno trovato larga applicazione nell'analisi e nella progettazione ma che finiscono per appiattare il problema della mediazione riducendolo ad un mero adeguamento.
- Infine, potrebbe essere interessante inquadrare semioticamente il design come discorso, prendendo in considerazione e analizzando non solo i vari testi che esso produce (oggetti, musei, eventi, pietanze e quant'altro), dunque il discorso *del* design, ma anche quelli vengono prodotti a partire da esso (interviste, biografie, cronache di mostre o fiere etc.), dunque il discorso *sul* design, non foss'altro che per farne emergere le continue congiunzioni e sovrapposizioni.

Per concludere desideriamo sottolineare che è nostra speranza che questo invito possa raggiungere non soltanto i semiotici interessati all'argomento ma anche coloro che all'interno del design (o dei campi limitrofi) desiderino proporre delle riflessioni sui temi comuni che, in luce delle trasformazioni che la produzione industriale sta subendo, sembrano oggi un numero sempre maggiore.

Deadline per la consegna degli abstract (max due cartelle): 30 settembre 2007.

Valutazione degli abstract da parte dei curatori: 15 ottobre 2007.

Deadline per la consegna dei testi definitivi (max 20 cartelle + eventuali immagini): 31 dicembre 2007.

Data di pubblicazione on line prevista: 1 febbraio 2008.

Gli abstract vanno inviati ai seguenti indirizzi:

Dario Mangano, dmangano@libero.it
Alvise Mattozzi, mattozzi@iuav.it