

FRANCESCO TRABUCCO

DESIGN



ECONOMIA

PAOLO RICCI

FRANCOANGELI

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

FRANCESCO TRABUCCO

DESIGN



ECONOMIA

PAOLO RICCI

FRANCOANGELI

Copyright © 2017 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

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 www.francoangeli.it.

Si ringrazia Floriana Fusco per la rilettura critica dei testi.

«La sedia cominciò a cadere, ad andare giù, a cascare, ma non a rigor di termine, a crollare o, come si dice in portoghese, a desabar...»

Jose Saramago, *Oggetto quasi*

INDICE

Breve premessa	pag. 11
Dialogo primo	» 17
Dialogo secondo	» 57
Dialogo terzo	» 115
Alcune letture consigliate	» 183

BREVE PREMESSA

I dialoghi nascono dal fortunato incontro tra i due autori, incontro avvenuto nel giugno del 2015 presso l'Accademia di belle arti di Napoli. L'occasione fu data dalla presentazione del volume di Francesco Trabucco dal titolo *Design*. Non risultò difficile intendersi sulla ghiotta opportunità di confrontarsi e di riflettere sulle nostre discipline, pur non avendo subito chiarissimo l'approdo finale ma solo il percorso da compiere assieme. L'interrogativo di fondo*: esiste un comune denominatore tra design ed economia? Tra l'arte di dare forma agli oggetti e l'arte di fare affari con gli oggetti? Siamo circondati dalle cose, da ciò che le raccolgono, le tengono assieme ma anche da ciò che le narrano; siamo pieni di oggetti, invasi: sia da quelli che ci occorrono per sopravvivere sia da quelli che costituiscono un *essenziale superfluo* del vivere e morire contemporaneo. Continuiamo a desiderarne altri, così come desideriamo disfarcene, in un vertiginoso gioco fatto di utilità e di libertà, di colori e di forme, ma anche di insensatezze, controsensi e paradossi comportamentali. Design ed economia: due campi di ricerca e di studio apparentemente così differenti da sembrare appartenere a mondi quasi diametralmente opposti. Eppure, a ben vedere, vi sono diversi punti di contatto tra questi due "luoghi", teorici ed esperienziali, della vita umana. Due luoghi che fanno proprio del cambiamento un elemento di interesse comune, ovvero

* Argomentazioni già svolte da Paolo Ricci in diversi precedenti suoi scritti.

una condizione che ne spiega e giustifica l'esistenza. Il design che ci fa *liberi prigionieri*, attraverso la possibilità di continuare a desiderare e sognare nuove forme e nuove utilità, che presto dimenticheremo; l'economia che ci fa *prigionieri liberi*, grazie alla possibilità di disporre di oggetti che entrano nella esistenza quotidiana, progressivamente appropriandosene. L'impresa stessa evidenzia i propri cambiamenti attraverso le forme e le immagini che la rappresentano e che ne caratterizzano le principali scelte, fino a costituire una particolare e riconoscibile impronta. Il cambiamento è la principale manifestazione del tempo e quindi della vita degli uomini e delle loro organizzazioni sociali ed economiche, tra le quali l'impresa può senz'altro essere considerata tra le più innovative e pervasive per funzione, dimensione e complessità. Attraverso il confronto è possibile rendersi conto di un "prima" e di un "dopo", di un "passato" e di un "presente", di una decisione e del risultato che essa provoca; a tale elaborazione di consapevolezza il design partecipa, contribuisce con le sue costruzioni, le sue interpretazioni e anticipazioni dei grandi mutamenti, ma anche con le sue soluzioni, sia a problemi pratici della vita quotidiana sia a quelli più impegnativi, teorici o di orizzonte. Le trasformazioni e i mutamenti che l'impresa affronta lungo la propria vita sono numerosi e diversissimi, a volte radicali. La capacità dell'impresa di comprendere, e in che misura, i cambiamenti che genera e quelli che vive, risulta essere fondamentale per la sua stessa sopravvivenza. L'identità dell'impresa e la sua mission si riflettono nel design che, a sua volta, si cimenta nella definizione di forme e di simboli destinati a modificare tratti identitari e visioni. Gli oggetti e le forme che essi assumono costituiscono uno dei temi di maggiore interesse che l'impresa è chiamata ad affrontare. Spesso si parla di innovazione, sia di processo sia di prodotto, ma sembra ormai sempre più evidente che l'innovazione possa considerarsi tale solo se sostenibile, se riesce ad affrontare questioni competitive, nella considerazione più ampia e complessiva dei propri effetti: ambientali, sociali, generazionali. Oggi innovatore è anche il designer che, avendo

capacità creativa, è in grado di progettare modelli e stili di utilità individuale e collettiva. La forte e rapida concatenazione dello sviluppo tecnologico, tra l'altro, ha molto spesso trascurato alcune conseguenze irrazionali dell'innovazione, effetti che richiedono grande equilibrio e dedizione al confronto: si tratta di una vera sfida del genere umano nel genere umano, sfida che va affrontata e non negata, per evitare quel disorientamento o smarrimento che il cambiamento tecnologico provoca. Tutto ciò richiede, come si diceva, una capacità di confronto, di cui il dialogo incarna la principale sperimentazione umana, senza dare per scontato nulla o quasi. Tra i grandi limiti che vengono attribuiti ai piani e ai processi formativi dei Paesi occidentali degli ultimi anni vi sarebbero:

1. la rinuncia a problematizzare, limitando gli interrogativi e i dubbi, alimentando dogmi e verità non dimostrate, con la inevitabile conseguenza di schiacciare la capacità di insegnare e costruire conoscenza attraverso la ricerca delle origini di ciò che accade;
2. l'indebolimento del pensiero critico, a favore del pensiero computazionale, del puro calcolo economico, attraverso moti riformatori finalizzati a distruggere la razionalità per mezzo della razionalizzazione di forme e modelli.

Sembra interessante quindi dialogare sulle discipline dell'economia e del design e suoi loro cambiamenti provando a contribuire a una riflessione, in un'ottica di superamento delle criticità appena segnalate, entrambe riferibili alle trasformazioni che ci hanno riguardato negli ultimi anni. I dialoghi costituiscono una possibile forma di rappresentazione di questo particolare intreccio concettuale, in cui i due autori cercano di mettere a confronto le proprie conoscenze e le proprie esperienze. Il design è forse il vero unico punto di contatto tra l'impresa e suoi stakeholder, come il corpo tra persona e oggetto. Strumento di riflessione e di creazione, in termini di innovazione e di progresso, il design vive nell'economia, con le sue regole e

con i comportamenti che essa induce, costituendo però uno spazio del tutto originale che mette in relazione cose e persone. Il design è oggi molto più di una funzione aziendale e i designer possono essere considerati gli intellettuali dell'impresa contemporanea: la loro evoluzione ha prodotto e continua a produrre un reale mutamento dei paradigmi imprenditoriali; il design può assurgere a vero statuto d'azienda.

«Il cavaliere serve il cavallo, il mandriano serve il bovino, il mercante serve la sua borsa, colui che mangia serve la bistecca. Questo è il giorno delle cose mobili, tela da tessere, grano da macinare. Sono le cose a comandare e a cavalcare l'umanità»

Ralph Waldo Emerson, *Dall'Ode a William H. Channing*

DIALOGO PRIMO

R: Direi di iniziare con qualche definizione, pur sapendo che ogni definizione rischia di essere anche mutilazione, limitazione. Partirei da gestione. Con il termine gestione, in azienda, si intende l'insieme di tutte le operazioni svolte per conseguire gli obiettivi che l'imprenditore o i soggetti a capo dell'organizzazione si prefiggono. È evidente che le operazioni aziendali sono il frutto delle decisioni che nel tempo e nei diversi luoghi organizzativi vengono assunte. Solo un sistema di decisioni a monte, vincolate alle generali finalità dell'impresa, può dar luogo a un razionale sistema di attività e di norme coerenti, coordinate e congrue. Le decisioni che danno vita alle operazioni aziendali sono strettamente collegate all'insieme delle conoscenze e delle informazioni di cui si dispone. Schematizzando, per gestione aziendale, punto dal quale si vuole partire, giusto per avviare il nostro dialogo, si può intendere il seguente processo: finanziamento e reperimento delle risorse finanziarie, acquisizione dei fattori produttivi, trasformazione – sia fisica, sia nel tempo sia nello spazio – degli stessi, cessione di beni e servizi per il mercato, nell'ambito di un sistema economico. La trasformazione, in particolare, è in forte relazione con il design. Costituisce, forse, l'attività tipica aziendale che per prima si manifesta in relazione alle pratiche del design.

T: Forse dovrei seguire il tuo esempio e proporre alcune definizioni almeno per chiarire i contorni di ciò che stiamo dicendo. Talvolta sono sospettoso nei confronti delle definizioni