

**Lucia Rampino**

# **Dare forma e senso ai prodotti**

Il contributo del design  
ai processi d'innovazione



Serie di architettura e design  
**FRANCOANGELI**

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.

**Lucia Rampino**

# **Dare forma e senso ai prodotti**

Il contributo del design  
ai processi d'innovazione

Serie di architettura e design  
**FRANCOANGELI**

*In copertina:* Giulio Iacchetti, Soffione doccia Drop, prodotto da IB Rubinetterie,  
per gentile concessione

Copyright © 2012 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](http://www.francoangeli.it).*

# Indice

<b>Introduzione</b>	pag.	<b>9</b>
<b>1. Definire il design</b>	»	<b>11</b>
Un termine generico	»	11
A cavallo tra arte e scienza	»	13
Una natura multidisciplinare	»	16
La velocità del cambiamento	»	17
Verso una definizione: design, forma e senso	»	18
La forma come indicatore del tempo	»	21
Bibliografia	»	23
<b>2. Definire l'innovazione</b>	»	<b>25</b>
Innovazione, creatività e implementazione	»	27
L'innovazione di prodotto	»	29
L'innovazione guidata dalla tecnologia	»	30
L'innovazione guidata dal mercato	»	32
L'innovazione guidata dal design	»	35
Bibliografia	»	36
<b>3. L'innovazione guidata dal design: le leve</b>	»	<b>39</b>
Le tre leve dell'innovazione guidata dal design	»	40
<i>La forma</i>	»	42
<i>Il modo d'uso</i>	»	43
<i>La tecnologia</i>	»	43
Le tre leve a confronto	»	45
Bibliografia	»	48
<b>4. L'innovazione guidata dal design: i risultati</b>	»	<b>51</b>
L'innovazione estetica	»	51

L'innovazione d'uso	pag.	54
L'innovazione di senso	»	55
L'innovazione tipologica	»	58
La piramide dell'innovazione	»	62
Conclusioni	»	65
Bibliografia	»	66
<b>5. Il design come processo</b>	»	<b>69</b>
Le fasi del processo	»	70
Analizzare il sistema	»	75
Analizzare il contesto	»	79
Progettare prodotti globali	»	81
Bibliografia	»	84
<b>6. Gli strumenti per essere creativi</b>	»	<b>87</b>
Creatività e processo creativo	»	88
Raccogliere le informazioni	»	90
Organizzare le informazioni	»	93
<i>Scenario building</i>	»	94
<i>Mappe mentali</i>	»	95
<i>Mood Board</i>	»	95
<i>Extreme Characters</i>	»	96
Stimolare la creatività	»	96
<i>Brainstorming</i>	»	98
Valutare i risultati	»	100
<i>Metodi per il Decision Making</i>	»	100
<i>Modelli di prova</i>	»	101
<i>Metodi di valutazione delle caratteristiche espressive</i>	»	101
Bibliografia	»	102
<b>7. L'analogia, uno strumento per creare e per comunicare</b>	»	<b>105</b>
Il pensiero analogico	»	106
L'analogia nella cultura occidentale	»	107
Analogia e design	»	108
I due ruoli dell'analogia	»	110
<i>L'analogia per creare</i>	»	110
<i>L'analogia per comunicare</i>	»	113

Progettare in analogia	pag.	114
Bibliografia	»	116
<b>8. Aziende e innovazione</b>	»	<b>119</b>
Il processo d'innovazione	»	119
Il processo di sviluppo nuovi prodotti	»	122
<i>Le fasi del processo</i>	»	124
<i>Le funzioni aziendali coinvolte</i>	»	126
Innovazione e dimensione d'impresa	»	127
Bibliografia	»	128
<b>9. Il design nei processi aziendali</b>	»	<b>131</b>
I possibili ruoli del design in azienda	»	132
<i>Il design come funzione specialistica</i>	»	133
<i>Il design come parte di un team multifunzionale</i>	»	133
<i>Il design come leader di processo</i>	»	133
Il design e le altre funzioni: una comunicazione difficile	»	134
<i>Design e Management</i>	»	135
<i>Design e Marketing</i>	»	136
<i>Design e Ufficio Tecnico</i>	»	136
<i>Design e Produzione</i>	»	137
<i>Design e Ricerca &amp; Sviluppo</i>	»	137
La posizione del design in azienda: dentro o fuori?	»	138
Considerazioni conclusive: le tre leve e l'azienda	»	139
Bibliografia	»	141





# Introduzione

Da oramai due decenni l'innovazione è uno dei grandi temi dei quali si discute, sia dentro sia fuori dall'accademia, ritenendo che essa sia una delle possibilità che consentiranno alle economie mature – ad alto costo di manodopera – di sopravvivere e di mantenere un vantaggio competitivo rispetto alle economie emergenti - a basso costo di manodopera.

Che cosa ha a che fare il design con l'innovazione? Nonostante l'intenso dibattito dell'ultimo decennio su questo tema, la risposta a tale domanda non è né banale né scontata; e questo a causa delle molte debolezze intrinseche alla disciplina del design.

Proprio dall'analisi di queste debolezze inizia il nostro ragionamento, il cui obiettivo è chiarire (prima di tutto ai designer) il contributo che il design può dare all'innovazione di un prodotto. Per far questo, nel primo capitolo definiremo cosa intendiamo per design e nel capitolo successivo cosa intendiamo per innovazione. Una volta chiariti questi due concetti, saremo in grado di affrontare con maggiore consapevolezza il tema dell'innovazione guidata dal design. Essa è stata definita da Roberto Verganti come un'innovazione nel *significato* che l'utente attribuisce al prodotto. Pur concordando in pieno con questa definizione, dobbiamo però notare come, partendo da essa, sia difficile esplicitare con precisione il contributo del design al processo d'innovazione dei prodotti. Il significato di un prodotto è infatti difficile da definire, controllare, misurare. Appare dunque utile provare a illustrare in termini concreti come il design può innovare il prodotto, cercando di distinguere con chiarezza tale contributo da quello dell'ingegneria e delle discipline economiche. È questo l'obiettivo del terzo e del quarto capitolo.

Nel quinto capitolo ragioneremo in un'ottica di processo: analizzeremo cioè il processo di design, cercando di capire quali fasi lo caratterizzano e quali aspetti sono centrali in ciascuna di queste fasi.

Strettamente legato al tema dell'innovazione è il concetto di creatività: essa è infatti considerata il punto di partenza di ogni processo innovativo. È un processo, quello creativo, che spesso il designer affronta in maniera intuitiva. È invece possibile renderlo esplicito, e ragionare sugli strumenti che sono stati messi a punto per massimizzare le possibilità di essere creativi. All'illustrazione dei principali tra questi strumenti sarà dedicato il sesto capitolo. Nel settimo capitolo focalizzeremo l'attenzione su uno strumento in particolare: l'analogia. Vedremo come essa sia molto vicina al modo di ragionare del designer e possa rivelarsi utile sia nella fase di ideazione, sia in quella di comunicazione di un nuovo prodotto.

Per poter parlare di innovazione, è necessario che l'idea innovativa del designer sia tradotta in un prodotto e lanciata sul mercato: è per questo motivo che il ruolo delle aziende risulta fondamentale. Nell'ottavo capitolo analizzeremo dunque il modo in cui le aziende manifatturiere affrontano la generazione di un prodotto innovativo; questo ci porterà a descrivere le varie fasi del processo di sviluppo nuovi prodotti. Infine, nel nono capitolo, ci concentreremo sul ruolo che il designer svolge in azienda e analizzeremo i suoi rapporti con le altre funzioni coinvolte nello sviluppo dei nuovi prodotti. Tali rapporti hanno spesso una natura conflittuale, dovuta al fatto che le varie discipline parlano linguaggi diversi: esserne consapevoli è un importante passo avanti per rendere più fluidi i processi e massimizzare le possibilità d'innovazione. Possiamo infatti affermare che il successo di un'innovazione guidata dal design dipende, oltre che, ovviamente, dalla qualità del designer, dalla qualità del rapporto che si costituisce tra designer e impresa.

# 1. Definire il design

In questo primo capitolo analizzeremo le numerose ragioni che, sommate tra loro, sono all'origine della debolezza del design rispetto ad altre, ben più solide, discipline quali per esempio l'ingegneria e l'architettura, per rimanere in ambito politecnico, ma anche la medicina, la giurisprudenza, l'economia e via discorrendo.

Come anticipato nell'introduzione, il nostro obiettivo è quello di giungere a una definizione di design che possa aiutarci a delimitarne con chiarezza il contributo all'innovazione di un prodotto.

## Un termine generico

La prima ragione di debolezza è insita nell'uso del termine *design*. In inglese *to design* ha un significato generico: vuol dire infatti “disegnare, concepire, progettare”. Ma l'attività del progettare non compete solo al design: anche architettura e ingegneria sono a pieno titolo discipline progettuali. A proposito di questa vaghezza semantica, Heskett afferma:

Design [...] as a word is common enough, but it is full of incongruities, has innumerable manifestations, and lacks boundaries that give clarity and definition. (Heskett, 2002, p. 2)

e poco più avanti aggiunge:

Design has so many levels of meaning that it is in itself a source of confusion. (Heskett, 2002, p. 4)

A proposito di come la parola design possa significare cose diverse in contesti diversi, riportiamo qui di seguito le parole di Thackara:

Design [...] is one of those words which means different things in different contexts; despite decades of discussion, nobody has yet come up with a commonly accepted definition. [...] To the CEO of an airline, “design” denotes the corporate logo applied to a thousand objects – from aircraft to sick bags. To the owner of a hairdressing salon “design” means the way someone’s hair is cut – or, possibly the wallpaper pattern that adorns the salon walls. To a brand manager, designers are responsible for the label on a can of baked beans – and possibly the dumpbin that trips you up in the supermarket. To an online Internet publisher, the “design” of a website lies somewhere among its information architecture, its flow charts, its visual appearance, and the html software that makes it work. (Thackara, 1997, citato in Simonelli, 2005, p. 15)

Nella lingua inglese accade spesso che ai termini generici si affianchino altri termini che ne specificano meglio il significato (si pensi, per esempio, ai phrasal verbs: turn + on, off, over, ecc.). Lo stesso avviene per la parola design intesa, anche a livello internazionale, come un grande contenitore neutro da affiancare a un secondo termine che gli dia determinazione: *interior design*, *product design*, *packaging design*, *fashion design*, *urban design*, *food design* e così via.

In tutti i paesi non anglofoni, per esempio nei paesi di lingua neolatina o in Germania, quando si utilizza il termine design non vi sono rischi di confusione: è chiaro che si sta facendo riferimento a una determinata disciplina e a una determinata pratica professionale. Questo perché “*design as an innate human activity is only valid in English*” (Corte Real, 2008). Ma poiché la lingua del sapere e della ricerca accademica è l’inglese, anche i popoli non-anglofoni devono fare i conti con la problematicità del termine design. A riprova di questo, possiamo citare un certo numero di convegni che, pur riportando nel titolo la parola design<sup>1</sup>, sono dedicati al tema della progettazione tecnica e frequentati perlopiù da ingegneri.

L’utilizzo del termine inglese *design*, termine per sua natura ampio e poco definito, è dunque il primo motivo alla base della debolezza della nostra disciplina.

<sup>1</sup> Si veda per esempio la serie di convegni denominati “Design Conference”, nati nel 1981 come un incontro tra accademia e professione sul seguente tema “The Science of Design and Computer Aided Design”; da allora altri 10 eventi si sono succeduti, tutti organizzati dalla Facoltà di Ingegneria Meccanica di Zagabria.

## A cavallo tra arte e scienza

Storicamente il sapere occidentale è diviso in due grandi aree: l'area scientifico-tecnologica da un lato e l'area artistico-umanistica dall'altro. Appartengono alla prima le scienze naturali, le scienze sociali<sup>2</sup> e l'ingegneria<sup>3</sup>. Appartengono alla seconda discipline quali la filosofia, la pittura, la letteratura, la filologia. Quali sono le principali differenze tra le due aree, ovvero tra arte e scienza?

Il termine arte di solito indica una forma di attività umana regolata da accorgimenti tecnici e fondata sull'esperienza, attribuibile a un individuo o a un gruppo e da cui nascono prodotti o condotte che sono oggetto di giudizi di valore e di reazioni di gusto. Il termine scienza denota una forma di conoscenza esatta e ragionata, fondata sull'osservazione dei fenomeni, sulla scoperta delle leggi che li regolano, sul controllo delle variabili e sulle conseguenti capacità di previsione. (Bartoli, 2007, p. 142)

In estrema sintesi, possiamo dunque affermare che la scienza ha l'obiettivo di *spiegare* il mondo, e per far questo si affida al metodo scientifico e alla dimostrazione empirica, utilizzando dati quantitativi e oggettivi. Al contrario, le discipline artistico-umanistiche hanno l'obiettivo di *valutare* il mondo, dandone un'interpretazione soggettiva, basata su aspetti qualitativi e sull'esperienza. A questo riguardo vale la pena ricordare il motto del filosofo Wilhelm Dilthey, citato da Bürdek (1992, p. 146) come il fondamento della suddivisione tra scienze naturali e scienze dello spirito: “*Noi spieghiamo la natura ma comprendiamo le anime*”.

Questa distinzione del sapere in due aree contrapposte non è insita nella cultura occidentale, ma è una conseguenza della rivoluzione scientifica<sup>4</sup> del XVII secolo. Prima di allora arte e scienza non erano

<sup>2</sup> Nell'ambito delle scienze, è possibile distinguere due macro-gruppi di discipline: le scienze naturali (ad esempio la chimica, la fisica e la biologia), che si occupano di studiare i fenomeni naturali, e le scienze sociali (ad esempio la sociologia, l'economia, l'archeologia e l'antropologia), che si occupano di studiare il comportamento umano e la società.

<sup>3</sup> L'ingegneria, in tutte le sue specializzazioni, è la disciplina tecnologica per eccellenza: essa applica la conoscenza derivante dalle scienze naturali alla soluzione dei problemi produttivi.

<sup>4</sup> Con questo termine si fa riferimento al periodo storico che vede la nascita della scienza moderna, compreso tra il 1543, anno di pubblicazione de *Le rivoluzioni degli astri celesti* di Niccolò Copernico e il 1687, anno dell'opera di Isaac Newton *I principi matematici della filosofia naturale*. Un ruolo importante in questo secolo di straordinario sviluppo della

vissute come attività umane contrapposte e la dimostrazione più nota di questa unità dei saperi è la figura di Leonardo da Vinci, al tempo stesso grande scienziato e grande artista. Ma nel momento in cui i singoli saperi si ampliano e si specializzano, non pare più possibile tenere insieme questi due mondi, che dal XVII secolo in poi iniziano ad allontanarsi e a differenziarsi in maniera sempre più netta.

Le discipline del design e dell'architettura rappresentano l'eccezione alla regola<sup>5</sup>: esse appartengono infatti a entrambe le sopraccitate aree, e ne è dimostrazione il fatto che entrambe possono essere insegnate sia all'interno di un Politecnico (Ecolè Polytechnique), sia in una scuola d'arte (École des Beaux-Arts).

The question of whether design is science or art is controversial because design is both science and art. The techniques of design combine the logical character of the scientific approach and the intuitive and artistic dimensions of the creative effort. (Borja de Mozota 2003, p. 4)

Essere al tempo stesso arte e scienza, essere a cavallo di due mondi non appartenendo pienamente a nessuno di essi, è la seconda ragione di debolezza del design: il sapere occidentale, infatti, non apprezza le zone grigie, le vie di mezzo, chi sfugge alle classificazioni. Nella logica classica, il principio di non-contraddizione afferma la falsità di ogni proposizione implicante che una certa proposizione e la sua negazione siano entrambe vere allo stesso tempo e nello stesso modo. Secondo le parole di Aristotele:

È impossibile che il medesimo attributo, nel medesimo tempo, appartenga e non appartenga al medesimo oggetto e sotto il medesimo riguardo. (Aristotele, *Metafisica*, IV 3, 1005b 19-20)

Questo essere a cavallo tra arte e scienza crea al designer non poche difficoltà, lo porta a essere artista tra gli ingegneri e ingegnere tra gli artisti, a essere spesso in conflitto con le altre discipline, a sentirsi diverso e, spesso, incompreso.

scienza può essere attribuito a Galileo Galilei (1564-1642), da molti considerato la figura centrale della rivoluzione scientifica.

<sup>5</sup> La disciplina del design è culturalmente molto vicina all'architettura. In Italia, in particolare, il design è nato nell'ambito della cultura architettonica: i grandi maestri del design, da Sottsass a Zanuso, da Magistretti a Castiglioni, erano tutti architetti.

Abbiamo detto che anche l'architettura condivide con il design questo stesso destino. Tuttavia, la difficoltà definitoria è propria solo del design. Perché? La ragione di questa differenza va rintracciata nella diversa storia che le due discipline hanno alle spalle. Il primo trattato di architettura fu scritto in lingua latina ben prima della nascita di Cristo: si tratta dei dieci libri del *De Architectura* di Vitruvio. Scriveva Vitruvio:

L'architettura è una scienza, che è adornata di molte cognizioni, e colla quale si regolano tutti i lavori, che si fanno in ogni arte. (Barbaro, 1567)

Nel Medioevo, tuttavia, l'architettura perde il proprio status di scienza; lo testimonia il fatto che le grandi cattedrali romaniche e gotiche sono opere anonime, frutto del lavoro collettivo di una massa di anonimi artigiani: in questo periodo nessun nome di architetto è tramandato ai posteri. Ma nel Rinascimento, Leon Battista Alberti nel suo *De re aedificatoria* ristabilisce una volta per tutte lo statuto di intellettuale dell'architetto:

[...] l'artista in questo contesto sociale non deve essere un semplice artigiano, ma un intellettuale preparato in tutte le discipline ed in tutti i campi.

Dal Quattrocento in poi, i nomi dei grandi architetti saranno nuovamente tramandati ai posteri. L'architettura è dunque una delle discipline più antiche: essa vanta un dibattito culturale millenario, che affonda le proprie radici nell'antichità. Per questo motivo, se oggi qualcuno dichiara di svolgere la professione dell'architetto, tutti sanno cosa ha studiato e quali sono le sue competenze.

Al contrario, il design è una disciplina giovane, nata alla fine del XIX secolo, in un periodo di eccezionale velocizzazione dei processi di cambiamento. La velocità del cambiamento è tale che il design pare sempre in ritardo nella propria definizione culturale rispetto alla realtà della pratica professionale. Riprenderemo e amplieremo questo concetto più avanti; qui è sufficiente notare che, se oggi qualcuno dichiara di svolgere la professione del designer, con molta probabilità gli verranno chieste delucidazioni su quello di cui si occupa effettivamente.

Dal punto di vista professionale, la differenza di status tra i designer e gli architetti si riflette in Italia nella mancanza di un Ordine

Professionale per i designer. La legge italiana affida agli Ordini la tutela del titolo e dell'esercizio della professione; ma per esercitare la professione del designer non è necessario essere iscritti a nessun Albo, né possedere un titolo di laurea. Questo segna la grande distanza tra i designer da un lato, considerati semplici artigiani, e gli architetti dall'altro, considerati intellettuali fin dai tempi dell'Alberti.

## **Una natura multidisciplinare**

A rendere ulteriormente labili i confini disciplinari del design è la sua natura multidisciplinare. Il design accoglie infatti contributi da altre discipline, tutte necessarie al designer per affrontare la complessità del progetto: un bravo designer conosce il marketing, la scienza dei materiali, la sociologia, l'ergonomia, la storia dell'arte e così via.

Secondo Friedman (2003, p. 508), il design è una disciplina posta nel punto di intersezione tra i seguenti sei domini: le scienze naturali, le discipline umanistiche e le arti liberali, le scienze sociali, le professioni e i servizi, le arti creative e applicate, la tecnologia e l'ingegneria. Il design integra e coinvolge tutti questi domini, in proporzioni e aspetti di volta in volta differenti.

Questa multidisciplinarietà è la forza del design, ed è la ragione per cui molti sostengono che debba essere un designer a guidare i team di progetto multidisciplinari: egli è infatti l'unico in grado di parlare e confrontarsi con tutte le competenze coinvolte:

[...] one of the most outstanding abilities of designers is to process information from diverse sources and disciplines. (Krippendorff, 2006, p. 16)

Ma questa multidisciplinarietà è anche un'altra delle ragioni di debolezza del design: il mondo contemporaneo tende infatti a privilegiare il sapere specializzato e la formazione di figure che conoscano a fondo un argomento ben delimitato. Questo è evidente nel modo in cui è stato riformato il sistema universitario italiano: un tempo al Politecnico di Milano esisteva un unico corso di laurea in architettura, all'interno del quale era possibile scegliere, verso la metà del proprio percorso di studi, uno dei molti indirizzi offerti che spaziavano dalla progettazione all'urbanistica, dal design alla pianificazione ambientale, passando per il restauro architettonico ("dal cucchiaino alla città",



secondo il famoso slogan lanciato da Ernesto Rogers verso la metà degli anni Cinquanta). Oggi, al contrario, uno studente che voglia iscriversi ad architettura deve scegliere da subito se vuole diventare urbanista o progettista di edifici, in quanto i due corsi di laurea sono diversificati. Lo stesso vale per gli aspiranti designer i quali, al momento dell'immatricolazione, devono decidere se vogliono occuparsi di design del prodotto, della comunicazione o della moda. È questo uno dei segnali inequivocabili della tendenza della cultura occidentale alla specializzazione. Come dicevamo, dunque, la multidisciplinarietà può essere anch'essa letta come una delle debolezze della nostra disciplina:

In the past, designers have moved between engineering, art, market research, process planning, visual persuasion and consumer advocacy. They had to know a little of everything, without being respect as authorities in any one of these endeavors. (Krippendorff, 2006, p. 43)

## **La velocità del cambiamento**

Come detto, il design nasce poco più di cento anni fa, e in questo periodo, seppure breve, il mondo è cambiato in maniera radicale.

Il progresso tecnologico ha ridotto in maniera esponenziale il tempo del cambiamento: se fino al XIX secolo i cambiamenti avvenivano raramente e impiegavano molti decenni per diffondersi ed essere assimilati dalla cultura dominante, a partire dal XX secolo un solo decennio è più che sufficiente perché tutto si modifichi. Questa accelerazione, unita alla complessificazione del sistema socio-economico (globalizzazione vs. localizzazione, inasprimento dei conflitti sociali, esaurimento progressivo delle risorse energetiche, grandi flussi migratori, crescita esponenziale di nuove economie a scarso contenuto di protezione sociale e ambientale, affaticamento delle economie mature, ecc.), induce un crescente ritardo nei processi di assimilazione culturale dei fenomeni.

Questo per il design significa un crescente affanno nel ridefinire i propri, sempre mutevoli, campi di interesse. Mentre in passato era infatti possibile attuare la seguente semplificazione, affermando che il design si occupava da un lato di questioni tridimensionali (il prodotto) e dall'altro di questioni bidimensionali (la grafica), in anni recenti

entrambe queste aree della disciplina hanno subito (e continuano a subire) cambiamenti molto significativi. Basti pensare a cosa abbia rappresentato per la figura del *graphic designer* l'avvento di internet e delle nuove tecnologie di comunicazione. Ma non solo: oggi non è più possibile ridurre i campi d'intervento del designer alle questioni bi e tri-dimensionali, in quanto nuove competenze, legate per esempio al design dei servizi e al design strategico, si vanno sempre più consolidando. Il continuo evolvere dei limiti della disciplina aumenta le difficoltà nel trovare una definizione condivisa.

Per una definizione delle competenze che la società contemporanea attribuisce a un designer, è possibile fare riferimento alla definizione di design presente sul sito dell'International Council of Societies of Industrial Design:

[...] design is an activity involving a wide spectrum of professions in which products, services, graphics, interiors and architecture all take part. (ICSID, n.d.)

Questo elenco di competenze, che spaziano dal prodotto all'architettura, rischia di confondere le idee: inserire l'architettura tra le competenze del designer è infatti, a giudizio di chi scrive, una scelta discutibile. È una dimostrazione del fatto che, nel campo del design le questioni sono sempre tutt'altro che definite una volta per tutte. Si tratta dell'ennesima riprova che il design è una disciplina debole, dai confini labili, soprattutto se confrontata con l'architettura e l'ingegneria, discipline con le quali si rapporta quotidianamente all'interno di molte università politecniche.

## **Verso una definizione: design, forma e senso**

Dopo aver brevemente analizzato le numerose ragioni che si trovano alla base della debolezza disciplinare del design, siamo ora alla ricerca di una definizione che ci aiuti a comprendere meglio quale sia il contributo del design all'innovazione di prodotto. Ci interessa dunque una definizione dell'area del design che si occupa di prodotti, vale a dire di quello che normalmente viene indicato come *disegno industriale*. Prendiamo come punto di partenza la famosa definizione data da Tomàs Maldonado negli anni Sessanta:

Il disegno industriale è un'attività progettuale che consiste nel determinare le proprietà formali degli oggetti prodotti industrialmente. (Maldonado, 1991)

Sulla base di questa definizione, possiamo affermare che la forma è uno dei concetti centrali della disciplina del design. Scrive a questo proposito Christopher Alexander:

Alla fin fine la forma è lo scopo della progettazione. (Alexander, 1971, p. 15)

Afferma, sempre a questo proposito, Flusser:

Se la forma è il come della materia e la materia il che cosa della forma, allora il design è uno dei metodi per conferire forma alla materia e farla apparire così e non in altro modo. (Flusser, 2003)

Tuttavia, anche il termine *forma* nasconde alcune problematiche. Solitamente opposta a materia, la forma si riferisce generalmente all'apparenza o configurazione esterna di un oggetto, in opposizione con il contenuto o la sostanza di cui esso è composto (Wikipedia, 2008). La contrapposizione tra forma e sostanza è la dimostrazione delle connotazioni negative che talvolta la cultura occidentale attribuisce a questo termine. Occuparsi della forma significa infatti occuparsi dell'apparenza delle cose, non della loro essenza. A riprova di questo, possiamo citare il significato negativo dell'aggettivo *formale*, attribuito a ciò che riguarda solo l'apparenza.

Anche il design non è stato immune da questo pregiudizio nei confronti della forma. La contrapposizione tra forma e sostanza è stata tradotta nella nostra disciplina in quella tra forma e funzione: a partire dall'esperienza del Bauhaus e per diversi decenni, il disegno industriale, soprattutto in Germania, è stato dominato dal credo del funzionalismo: *form follows function*. Secondo questo approccio progettuale, la ragione fondamentale che determina una forma deve essere la funzione, ossia la finalità del prodotto. Il compito del designer è perciò quello di sviluppare soluzioni che possiedano il massimo grado di funzionalità. Come rileva Bürdek (1992, p. 54), per funzione si intendeva sempre una funzione pratica o tecnica del prodotto (maneggevolezza, ergonomia, costruzione, esecuzione); la funzione di linguaggio del prodotto era invece un tabù. A giudizio di chi scrive, tale tabù nasce dalla volontà di forzare il design all'interno del