

Design for satisfactory and sustainable patterns
of consumption and production

Il Design per la pratica contemporanea del Do-it-Yourself

PhD student	Giuseppe Salvia
in	Design, XXV ciclo
coordinatore	Francesco Trabucco

udrd	Materiali e Design
tutor	Marinella Levi
contro-relatore	Medardo Chiapponi

in uno schema, in una pagina. **2** la ricerca

LA RICERCA
IN UNO SCHEMA,
IN UNA PAGINA.

CONTESTO	attuale crisi ambientale, economica e sociale
OBIETTIVO	contribuire alla transizione intervenendo pratiche di consumo e produzione sostenibili
STRATEGIA	valorizzare pratiche che favoriscono lo stato di soddisfazione dei praticanti e identificarne opportunità commerciali
CAMPO APPLICATIVO	attività con coinvolgimento diretto dei praticanti nel processo creativo (ad es. DIY) e mirate all'allungamento della vita dell'artefatto (ad es. riparazione).
FATTORI CONCOMITANTI	rinascita del DIY, consumer customization business models, tendenze verso un'estetica della sostenibilità
BENEFICI ATTESI	rinnovata concezione dell'artefatto e del consumo in termini di energia investita, valorizzazione delle capacità e dei fenomeni di socializzazione, impatto locale.

CONTESTO

3 | introduzione e contesto

La crisi globale e la società post-crisi
Il ruolo del design(er) nella società post-crisi

15 | fare sostenibile e i suoi attori

Necessità e modi del “fare sostenibile”
Governare e strategie internazionali sulla sostenibilità
Limiti della produzione e ruolo delle persone: Efficienza e Sufficienza
Il ruolo del design(er) nella nuova era

AMBITO

31 | il senso del consumo e il nuovo volto del benessere

Dall'economia di produzione all'iperconsumo
Stili di vita contemporanei per la sostenibilità
Riferimenti di stili improntati alla sobrietà: i Voluntary Simplifiers
Coinvolgimento attivo e focus sulle attività di auto-produzione

STRATEGIA

49 | DIY e coinvolgimento delle persone

Origini e sviluppo del DIY
Le motivazioni per il DIY
Gli aspetti motivazionali del DIY
DIY come appropriazione

67 | il design per il diy e il coinvolgimento delle persone

Esperienze progettuali per il coinvolgimento delle persone nel processo creativo
Ideazione
Definizione
Assemblaggio
Realizzazione
Trasformazione
Approcci progettuali strutturati per il coinvolgimento dell'utente nel processo creativo

SOMMARIO

FIELD WORK | IV

137 | praticanti: interviste

Reclutamento degli intervistati

Schema e caratteri dell'intervista

Metodo di Analisi

I 4 livelli di creatività

Elementi ricorrenti e domini

Materials

Skills

Meaning

189 | servizi per la trasformazione: osservazione partecipata

Milano, cooperativa 'Di mano in mano'

Lancaster, 'Furniture Matters'

205 | il design per la trasformazione

Progettare la trasformazione

Catalizzare la trasformazione: interviste a progettisti

225 | co-design: my re-diy workshop

Confronto delle deduzioni

Generative Design Tool

Action Research: Laboratorio di Riparazione Creativa

Autoprogettazione 2.0

Trial session, presso FabLab Italia, a Torino

Ri-Fatto da me, presso Politecnico di Milano, a Milano

Notte dei Ricercatori

Designer come facilitator in un Re-DIY Lab

PROPOSTE | V

267 | ruoli del design(er) per un diy soddisfacente e sostenibile

1° quadrante: livello globale + designer come collaboratore

2° quadrante: livello locale + designer come collaboratore

3° quadrante: livello locale + designer come facilitatore

4° quadrante: livello globale + designer come facilitatore

Fattori potenziali nel 4° quadrante per il Product Design

I
contesto

II
ambito
p. 31

III
strategia
p. 49

IV
field work
p. 139

V
proposte
p. 267

1

2
FARE SOSTENIBILE
E I SUOI ATTORI
p. 15

CAPITOLO 01

INTRODUZIONE E CONTESTO

3

6 | La crisi globale e la società post-crisi

11 | Il ruolo del design(er) nella società post-crisi

Il primo capitolo identifica lo scenario di riferimento della ricerca trattata a partire dalla necessità di un cambiamento delle pratiche di produzione e consumo come auspicato dai maggiori enti governativi internazionali e concludendo con riferimenti ai contributi a risolvere la condizione di crisi da parte della professione del progetto.

01 1

La crisi globale e la società post-crisi

Il ruolo del product- o industrial-design è stato convenzionalmente assunto come catalizzatore per lo sviluppo di prodotti che mediassero e coniugassero le esigenze di consumatori e produttori, come praticità d'uso, economicità di processo, e gradevolezza formale, e più in generale

« mediare dialetticamente tra bisogni e oggetti, tra produzione e consumo » (Maldonado, 2001).

Seppur sia tema di vasta argomentazione e discussione, tendenzialmente la professione del designer riconosciuta da entrambi gli attori della produzione e del consumo è tracciata con l'avvento dei processi di industrializzazione, ma si afferma a inizio secolo scorso con l'avvento della produzione di massa e in concomitanza dell'insediamento delle prime scuole per il Design, come la Bauhaus o più tardi la Ulm.

Con la fine delle guerre, l'intenzione di ricostruire una nuova società e il desiderio di superamento delle contingenze che hanno obbligato a regimi di austerità, la società ha percepito il possesso crescente di beni materiali, tipicamente l'abbondanza di cibo, come un fenomeno del ben vivere in contrasto con la scarsità dei decenni precedenti. La responsabilità nei confronti delle generazioni seguenti e la volontà di garantire alla discendenza ciò che era mancato ai predecessori ha indotto comportamenti di ricerca continua di averi, forse come garanzia di superamento delle difficoltà e magari come prevenzione da ricadute future.

Col susseguirsi degli eventi e dei cambiamenti radicali nei de-

cenni del 'secolo breve', l'approccio progettuale all'artefatto per il consumo di massa è mutato a guidare o essere guidato da tali mutamenti nel costume e nelle tre fasi del sistema dei consumi. Le logiche economiche e commerciali sono state strutturate per soddisfare queste logiche, tali per cui, come riporta Fabris, la società contemporanea è caratterizzata dalla cosiddetta terza fase del consumismo, ovvero l'Iper-consumo (Fabris, 2010). In questi processi il design è stato spesso assunto come motore della crescita stessa, tale per cui il ruolo del product-design nella storia del prodotto è stato talvolta criticato, ritenendo che plausibilmente il contributo della civiltà industriale non è necessariamente positivo (Gregotti, in Gregotti, 2004) e il product-designer è dichiaratamente un mestiere fra i più dannosi (Papanek, 1979).

Le implicazioni principali generate dalla società dell'Iper-consumo riguardano il progressivo isterilimento dell'ambiente naturale in conseguenza dell'estrazione esponenziale delle risorse, dell'emissione di sostanze fortemente alteranti, e la generazione spesso incontrollata di rifiuti.

Gli attuali ritmi di consumo delle risorse del pianeta rappresentano un tema di forte criticità su tutte le scale, da locale a globale. La considerazione dell'impronta ecologica o *Ecological footprint* (Ef) inerente alle attività umane si predispone a riflettere la gravità della situazione generata dal modello di sviluppo basato sul consumo crescente. La Ef rappresenta in sintesi l'impronta ecologica che si ricava calcolando quanti ettari di terreno bioprodotivo sono necessari per far fronte ai bisogni dell'umanità. Nello specifico,

« [t]he Ecological Footprint (hereafter EF) measures how much of the regenerative capacity of the biosphere is used up by human activities (consumption). It does so by calculating the amount of biologically productive land and water area required to support a given population at its current level of consumption. A country's Footprint (demand side) is the total area required to produce the food, fiber and timber that it consumes, absorb the

waste that it generates, and provide space for its infrastructure (built-up areas). On the supply side, biocapacity is the productive capacity of the biosphere and its ability to provide a flux of biological resources and services useful to humankind » (Stiglitz et al, 2009)¹.

Considerato che,

« *gli ettari bioproduttivi della Terra sono stimati in 11,2 miliardi e la popolazione supera i sei miliardi, ciascun abitante della terra dovrebbe consumare il prodotto di meno di due ettari, per l'esattezza 1,8. Invece ciascun europeo usa 4,9 ettari globali e i nordamericani addirittura il doppio » (Speroni, 2010).*

Ne consegue che la specie umana consuma a ritmi più veloci rispetto ai processi generativi della terra per cui la New Economy Foundation (NEF)² riporta questo processo di 'debito ecologico' che l'umanità impone alle generazioni future stimando il cosiddetto 'overshoot-day', ovvero la data dell'anno in corso in cui vengono consumate le risorse che la natura riesce a generare per lo stesso anno. Nel 1986 l'overshoot-day è stato stimato per il 19 Dicembre³ e anno per anno al crescere del ritmo di consumo e di degenerazione dell'ecologia terrestre è stato anticipato fino a raggiungere il 22 Agosto nel 2012⁴. Questa significa che in questo anno, dalla fine di Agosto fino a Dicembre l'umanità ha attinto dalle risorse dell'anno seguente, del 2013.

Questi dati allarmanti implicano necessità di interventi drastici e radicali nell'attuale società, verso un ridimensionamento dei ritmi di consumo delle risorse in favore di una riduzione drastica degli impatti ambientali, per un fattore pari a 4 (Weizsacker et al, 1998) o perfino 10 volte⁵, affinché si possa rientrare nel rappor-

\ 1 <http://www.footprintnetwork.com/en/index.php/GFN>

\ 2 <http://www.neweconomics.org>

\ 3 http://en.wikipedia.org/wiki/Ecological_Debt_Day

\ 4 http://www.footprintnetwork.org/it/index.php/gfn/page/earth_overshoot_day

\ 5 <http://www.factor10-institute.org>, (Ultimo accesso 11-11-2012)

to armonico con la natura. L'umanità difatti consuma le risorse del pianeta ad un ritmo più veloce della capacità della natura di rigenerarsi, detta anche biocapacità. Se si considera poi che negli Stati Uniti più del 90% dei materiali estratti per la fabbricazione dei beni duraturi diventa spazzatura quasi subito (Ayres e Neew, cit. in McDonough e Braungart, 2003), la situazione si aggrava drasticamente.

Anche gli economisti hanno rilevato la gravità del problema e la necessità di intervento proponendo modelli economici rivisti, complementari o alternativi al capitalismo e al sistema di consumo sfrenato, come la bioeconomia (Georgescu-Roegen, 2004) e il capitalismo naturale (Hawken, 2007) fra gli altri, fino a modelli di alterazione dei ritmi di consumo come la decrescita (Latouche, 2007).

Ne deriva

« *a vision of a society emerges in which one has to know how to live, and also how to live well, using only 10% of resources employed today in industrial societies. It is evident that the whole production-consumption system of this sustainable society will profoundly differ from the one we know today, so different that no partial modification, no incremental innovation of employed technologies, no re-designing of the existing system can really bring us there » (Vezzoli e Manzini, 2008).*

Di conseguenza il cambiamento dovrà necessariamente essere radicale, modificando sostanzialmente modalità e parametri ormai consolidati nell'attuale società, nei suoi molteplici settori.

« *How exactly this passage can be undertaken is still unclear today, but certainly it entails a discontinuity that will touch every structural dimension: physical (material and energy flows) as well as economic and institutional (relations between social participants) together with ethical, aesthetic and cultural dimensions (criteria for value and judgements of quality to legitimize it socially). It is equally certain that a long transition phase*

is ahead of us, or rather, transition has already started and now we have to manage it by trying to minimise risks and raise possibilities » (Vezzoli e Manzini, 2008).

L'interesse per la risoluzione della questione ambientale viene periodicamente esplicitato dalle maggiori nazioni del pianeta. Il World Summit on Sustainable Development (WSSD), tenutosi a Johannesburg (Sudafrica) nel 2002, rappresenta un evento cruciale nella presa di consapevolezza delle problematiche della società contemporanea e conferma l'impegno delle Nazioni Unite per la rispettiva risoluzione.

Recentemente reiterato, a Giugno 2012 a Rio de Janeiro⁶, l'evento mira a rinnovare e rivedere gli impegni intrapresi a partire dal 1972 con il summit a Stoccolma e 20 anni dopo a Rio de Janeiro, dove è stato proclamato l'impegno per la protezione dell'ambiente e dello sviluppo sociale ed economico, in quanto fondamentale per lo sviluppo sostenibile. A tal fine è stato adottato un programma globale denominato Agenda 21 e la Dichiarazione di Rio sull'Ambiente e lo Sviluppo. Proprio dal Summit di Rio è stato ufficializzato l'uso del termine 'Sustainable Development', usato per la prima volta dalla World Commission for Environment and Development (WCED) cinque anni prima nel documento intitolato Our Common Future, ma meglio conosciuto come *Report di Brundtland*. In tal report, lo sviluppo sostenibile viene definito come

« *development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs » (WCED, 1987)*

o in altre parole

\ 6 Earth Summit 2012, chiamato anche Rio+20 in riferimento al precedente summit tenutosi nella stessa città 20 anni prima. I risultati dell'evento sono stati piuttosto criticati tali per cui sarebbe necessaria un'analisi più approfondita e critica, alla luce delle azioni che le nazioni coinvolte realmente effettueranno. Per maggiori informazioni sull'evento, <http://www.earthsummit2012.org/> e <http://www.uncsd2012.org/>.

« *the use of services and related products, which respond to basic needs and bring a better quality of life while minimizing the use of natural resources and toxic materials as well as the emissions of waste and pollutants over the life cycle of the service or product so as not to jeopardize the needs of further generations » (Ministry of the Environment Norway, 1994)⁷.*

Rafforzata dalla constatazione di Pearce, secondo il quale

« *[t]he well-being of today's generations is not increased at the expense of future generations... Each generation should ensure it passes on to the next a stock of assets no less than that which it inherited » (Pearce, Markandya e Barbier, cit in 48. Jackson e Michaelis. 2003).*

Il report di Brundtland ha per la prima volta posto l'attenzione sul problema etico ed è considerato importante per due motivi principali:

« *[f]irst, it brought into international debate the aforementioned definitive imposition of the idea about responsibility for the future. Second, which in the end might be more important, was the venture to question the ideas of development: an idea that has so far been indisputable. Combining the term "development" with an adjective "sustainable" has resulted in an enormously important implication: it has pinpointed the impossibility of continuing with the currently indisputable idea of development, unique development without any adjectives. And not only are other forms of development possible, but there is a dire need for them» (Vezzoli e Manzini, 2008).*

\ 7 In termini legati al consumo, « the National Consumer Council (NCC) has suggested that sustainable consumption is a balancing act that takes into account the 'quality of life' of consumers in the present time period alongside resource use and environmental impact such that future consumers can enjoy the same quality of life that is enjoyed today». NCC (2003) Green Choice, What Choice? London, National Consumer Council. In Evans, David, and Tim Jackson. 2008. Sustainable Consumption: Perspectives from Social and Cultural Theory.

Quindi non solo la dichiarazione di intenti da parte dei maggiori enti governativi è ormai datata nel tempo, ma viene perpetuata nel tempo, come si evince in prima istanza dall'ultima dichiarazione generata a Johannesburg sullo sviluppo sostenibile (JSDS):

« We, the representatives of the peoples of the world, assembled at the World Summit on Sustainable Development in Johannesburg, South Africa, from 2 to 4 September 2002, reaffirm our commitment to sustainable development » (United Nations Department of Economic and Social Affairs. 2002).

L'obiettivo palesato al Summit, come trascritto nel documento generato, è

« building a humane, equitable and caring global society, cognizant of the need for human dignity for all [...] to ensure that through our actions they will inherit a world free of the indignity and indecency occasioned by poverty, environmental degradation and patterns of unsustainable development » (United Nations Department of Economic and Social Affairs. 2002).

Al fine di raggiungere tale obiettivo, le UN riconoscono la fondamentalità dei seguenti requisiti:

« poverty eradication, changing unsustainable patterns of production and consumption, and protecting and managing the natural resource base for economic and social development » (United Nations Department of Economic and Social Affairs. 2002).

Focalizzando il secondo di tali requisiti, ovvero il cambiamento verso modalità di consumo e produzione fondati sulla sostenibilità, nel corrispettivo capitolo si propone di

« encourage and promote the development of a 10-year framework of programmes in support of regional and national initiatives to accelerate the shift towards sustainable consumption and production to promote social and economic development within the carrying capacity of ecosystems by addressing and,

where appropriate, delinking economic growth and environmental degradation through improving efficiency and sustainability in the use of resources and production processes and reducing resource degradation, pollution and waste » (United Nations Department of Economic and Social Affairs. 2002).

In questo scenario

« il consumo sta diventando il potenziale protagonista di una svolta epocale » (Fabris, 2010)

tale da richiedere nuovi paradigmi, cioè una nuova visione del mondo.

La direzione dell'impegno generale verso tali scopi include il coinvolgimento del settore privato, tale per cui si prefigura un crescente interesse anche da parte delle compagnie produttive⁸ e una plausibile esigenza di designer preparati allo scopo.

Alla luce della consapevolezza della smodatezza relativa ai consumi dell'attuale e delle precedenti generazioni, questa ricerca si propone di offrire un contributo alla risoluzione della questione ambientale, considerato che

« the environmental crisis is, in many ways, a design crisis » (Van der Ryn e Cowan, cit in Marchand e Walker, 2006).

Infatti, secondo stime del Design Council inglese,

« l'ottanta per cento dell'impatto ambientale esercitato dai prodotti, dai servizi e dalle infrastrutture attorno a noi viene determinato allo stadio progettuale » (Thackara, 2008).

L'intenzione qui perseguita è l'identificazione e la valutazione di strategie progettuali che possano sostenere il ruolo del progettista in qualità di professione che apporta un miglioramento alla

\ 8 « [I]n pursuit of its legitimate activities the private sector, including both large and small companies, has a duty to contribute to the evolution of equitable and sustainable communities and societies ». Nel terzo capitolo della JPOL, inoltre, si propone di: « [e]nhance corporate environmental and social responsibility and accountability ».

società in cui opera. Difatti, seppur il design sia comunemente assunto come pratica di edulcorazione di un prodotto, in questa sede è condivisa la concezione del progetto secondo la quale, come riporta Simon,

« [e]veryone designs who devises courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones. The intellectual activity that produces material artifacts is no different fundamentally from the one that prescribes remedies for a sick patient or the one that devises a new sales plan for a company or a social welfare policy for a state. Design, so construed, is the core of all professional training: it is the principal mark that distinguishes the professions from the sciences. Schools of engineering, as well as schools of architecture, business, education, law, and medicine, are all centrally concerned with the process of design » (Simon, 1996).

In periodi di mutamento ed evoluzione della società, si manifesta utile e fondamentale una figura in grado di interpretare le esigenze espresse dagli attori coinvolti e soddisfarle secondo i criteri etici o le disponibilità del momento, contribuendo a generare una rinnovata percezione di qualità di vita;

« the possibility of putting into action a painless course towards sustainability is based on the capacity to envision it as a new and attractive quality of life that would also be a sustainable quality of life » (Vezzoli e Manzini, 2008).

A tal scopo risulta cruciale che il design interpreti adeguatamente ed efficientemente le modalità con cui comunicare a e agevolare la comprensione da parte delle persone in merito alle qualità e valore apportato dal design stesso verso il cambiamento.

« In the case of designers, possibly the entry point would be a change in the notion of quality in design. As much as in the past design quality was centered on aesthetics and creativity, later on function, and later still on usability and innovation, sustainability should become automatically associated to design quality,

moreover, it should be seen as an essential condition for design quality » (Frascara, in Cipolla e Peruccio, 2008).

L'interesse dell'attività progettuale nei confronti del miglioramento delle condizioni di un contesto, induce ad attribuire alla professione del progettista delle responsabilità perseguibili attraverso la liberà d'azione e l'etica che lo motiva; difatti

« designers have to adopt some criteria for choice and on this basis choose what, in their view, is better to do. That is, given that ethics is defined as dealing with "what is good and bad, right and wrong", they have to make ethical choices » (Manzini, in Boeuf et al, 2006).

Nel contesto contemporaneo, la scelta etica appare doverosa se si ambisce a contribuire al miglioramento delle condizioni delle persone, è una presa di responsabilità delle proprie azioni che si ripercuoteranno non solo nell'immediato futuro della vendita del prodotto o nella fruizione di un servizio, ma anche a lungo termine, nelle mani degli utenti o alla fine della vita utile di quanto progettato.

« [I]f we assume the notion of "ethics of responsibility", as introduced by Max Weber and more recently repropounded and elaborated by Hans Jonas (Jonas 1979), what has to be considered as ethically relevant are not only the intentions behind a given action but also its implications and results » (Manzini, in Boeuf et al, 2006).

L'invito alla presa di responsabilità può apparire come un eccesso di ingenuità in relazione alle necessità operative del designer. In altre parole, potrebbe essere luogo comune ritenere che la professione del designer è strettamente legata alla necessità dei consumi e della sua crescita esponenziale; eppure non solo occorre assimilare le condizioni che hanno indotto il designer a praticare secondo le direttive dell'iper-consumo, ma anche intuire il potenziale che la ridefinizione del ruolo del progettista può comportare

a seguito della presa di responsabilità.
Infatti,

« *Design was born and has developed its conceptual and operational tools in a world that looked simple, solid, and limitless. This triad has been swept away by the force of new phenomena: by the discovery of system complexity, by the need to learn how to navigate in the fluidity of events, and, today, with reference to the transition towards sustainability, by the emergence of limits. It is in the new complex, fluid, limited world that design must operate today. And it is in this complex, fluid, limited world that design for sustainability has to find its way and to define its concept and tools* » (Manzini in Manzini, Walker, Wylant, 2008).

Quindi, questa ricerca non solo si ripropone di contribuire alla questione ambientale, ma mira a esplorare come la presa di responsabilità possa anche costituire un'opportunità per la figura del progettista nel contesto contemporaneo e futuro segnato dalla limitatezza di risorse e dal necessario cambiamento dei consumi, e quindi nei sistemi produttivi.

Come auspicato,

« *designers have mainly been part of the (social and economical) problem that we now have to face. Moving from here to become part of the solution, to become active agents in the transition towards sustainable ways of living, designers must make a profound change in their culture and praxis. New conceptual and methodological tools need to be developed. New ideas, solutions and general visions need to be conceived. And an effort must be made to play a positive role in the social discourse on how to imagine and build a sustainable future* » (Manzini, 2006).

Abbracciando interamente questa visione del ruolo del designer, il design ha quindi intrinsecamente il potenziale di contribuire al superamento della smodatezza nei consumi delle risorse e rientrare in logiche del vivere bene in contesti di armonia con il contesto e l'ambiente.

Si prospetta un futuro pertanto nuovo, diverso dal precedente con sostanziali cambiamenti. A fronte delle urgenze e della tempestività necessaria per reindirizzare il cambiamento, è necessaria

« *una nuova "cassetta degli attrezzi", di un nuovo sapere per poter decrittare e muoversi o gestire uno scenario davvero inedito* » (Fabris, 2010)

che con questa ricerca si auspica di parteciparne nella definizione.

01.2

Il ruolo del design(er) nella società post-crisi

Dall'insorgere della questione ambientale già negli anni '70 scorsi, numerosi sono stati i tentativi di suggerimento di pratiche vantaggiose per il mondo del progetto. Le problematiche inerenti all'inquinamento hanno generato una potente spinta verso un piano di ristrutturazione industriale

« capace di fornire alcune risposte utili anche al superamento della crisi economica. Le crisi economiche sono sempre state usate come occasione per importanti ristrutturazioni industriali » (Branzi, 2008).

Quindi, durante gli anni '80 si è assistito a una 'normalizzazione rivoluzionaria' (ibidem) che ha dato luogo alla crescita del design ecologica, ovvero

« quei programmi di revisione delle merceologie esistenti, destinati a studiarne i materiali ecologicamente sostenibili, lo smontaggio e il recupero delle componenti al termina della vita del prodotto » (Branzi, 2008).

Con nomi che esplicitavano l'interesse la preservazione dell'ambientali, approcci come l'Eco- o il Green-Design⁹ hanno tendenzialmente praticato scelte e stilato principi progettuali per la sostenibilità che riguardassero l'uso di materiali 'naturali', processi a basso consumo energetico o il riciclo degli scarti¹⁰.

\ 9 Per una definizione e per le differenze fra questi approcci, vedi Madge, 1997.

\ 10 A titolo esemplificativo, vedi Burall, 1991. L'autore riporta alcuni principi

Eppure i contributi dell'Eco-Design sono fortemente discussi. Infatti, se da un lato

« [t]he unquestionable merit of ecodesign consists in having articulated concerns which put into question paradigms of design and industrial production and consumption that we took for granted » (Bonsiepe, in Madge, 1997).

Dal punto di vista progettuale, le conseguenze sono decisamente significative e vanno oltre la mera questione di selezione di materiali e processi meno energivori, la necessaria predilezione di scelte improntate alla decostruzione del prodotto che riduca la complessità materica e di conseguenza il rispettivo impatto sull'ecosistema. La mutazione dell'approccio progettuale genera ripercussioni a maggiori livelli:

« se esiste un inquinamento ambientale, esiste un inquinamento semiotico, estetico; le due questioni sono necessariamente connesse. Non si può infatti pensare a una semplice regolazione normativa delle questioni ecologiche: occorre pensare a un diverso modello di consumo per le società industrialmente evolute » (Branzi, 2008).

Ne emerge una tendenza alla ricerca di modelli e linguaggi che potessero comunicare la necessità del cambiamento e che al contempo tendesse a superare le diversità e i frazionamenti che dalla

basilari a cui dovrebbe aspirare un designer ambientalmente responsabile e consapevole, quali:

- Increase efficiency in use of materials, energy and other resources
- Minimize damage or pollution from chosen materials
- Reduce to a minimum any long-term harm to the environment caused by use of the product
- Ensure the planned life of the product is the most appropriate in environmental terms, and if necessary that the product functions efficiently for its full life
- Take full account of the effects of the end disposal of the product
- Ensure the packaging, instructions and overall appearance of the product encourage efficient and environmentally friendly use
- Minimize nuisances such as noise or smell
- Analyze and minimize potential safety hazards.

fine degli anni '80 si stavano diffondendo. Il minimalismo degli anni '90 ha costituito un tentativo di sostenere una

« *semplificazione materiale come metafora di una semplificazione sociale, come parte di una politica di sostenibilità ambientale e di una ecologia mentale [...] nel conseguente tentativo di evitare la congestione ipertrofica di una società edonista, viziata dal benessere e avvelenata dai mercati saturi* » (Branzi, 2008).

che alla fine è stata assimilato come una moda adottata da intellettuali per distinguersi dalla cultura consumista imperante.

Pertanto, alla luce della longeva crisi ambientale e dei fallimenti dei diversi tentativi dal mondo progettuale, questa ricerca ripropone il potenziale contributo offerto dal design per lo sviluppo di modelli sostenibili di produzione e consumo, a partire dalla volontà di superamento delle criticità rilevate dall'analisi storiografica delle operazioni nei decenni precedenti.

Nel contesto di crisi in cui la ricerca è contestualizzata,

« *design can contribute significantly towards the progress of sustainability through the consideration of various criteria; where the criteria is no longer limited to the scope of material, form and process, but includes a diversity of considerations that may include political, environmental, economical, cultural and educational issues* » (Madge, 1997).

Seppur la questione possa apparire scontata, manifestazioni della rispettiva pratica di intervento sugli stili di vita sono ancora limitate. Infatti, non solo a metà anni '90 si constata che

« *ecodesign, in theory and practice, has not yet developed enough to have created a new paradigm for industrial design* » (Bonisio, in Madge, 1997)

ma più recentemente

« *[a]lthough design is beginning to struggle with the challenge posed by this move toward lifestyle change, the topic of design*

is mostly absent from the serious discourse on sustainable consumption » (Thorpe, 2010).

Necessariamente, il mondo del progetto non ha le forze per modificare in autonomia il consumo e i comportamenti, però

« *design can "give form" to a changing world, and "offer opportunities" for new types of behavior. "To give form" means to operate within a more general cultural context: by amplifying and rendering visible the "weak signs" expressed by society (in terms of new types of demand and behavior), proposing consistent criteria of quality in a perspective of sustainability, and designing overall scenarios which, again, "give form" to the sustainable society. "To offer opportunity" means acting in the field of direct intervention, proposing products and services that make possibilities concrete, which in turn "offer opportunities" for new types of behavior and new lifestyles in keeping with a new notion of social quality* » (Manzini, 1994).

Nella seguente trattazione diverse modalità di partecipazione della professione progettuale verranno considerate e progressivamente focalizzate su pratiche che appaiono incorporare un considerevole potenziale per il product-design che opera per la proposizione di nuove forme e opportunità di consumo, considerato che

« *[f]or this transformation to take place, we require a complex social learning process. This process in turn requires an original mix of reflection and creativity, of visionary and concrete thinking, of ability to propose and ability to listen. In short, this requires a diffused designing capability and therefore design knowledge that is able to help individuals, communities, institutions and companies to design feasible, sustainable solutions in the social and operational framework of a network society and a knowledge society*» (Manzini, 2009).

di transizione verso modalità di produzione e consumo sostenibile, rendendo attraente e piacevole un cambiamento radicale di vita per le persone finora stimolate a partecipare ai fenomeni di iper-consumo.

CAPITOLO 01

Introduzione e contesto: in sintesi

Il primo capitolo ha argomentato rilevanti fenomeni contemporanei inerenti al contesto di crisi economica, ambientale e sociale che fungono da contesto a questa ricerca.

Gli argomenti principali sono:

- il contributo del product design nei processi di crescita della civiltà industrializzata favorendo l'affermazione della civiltà dell'iper-consumo
- la constatazione della limitatezza delle risorse naturali e l'urgenza di un drastico ridimensionamento dei consumi e della Ecological Footprint umana di fattori pari fino a 10 volte il consumo attuale
- l'attenzione perfino degli economisti sulla questione proponendo anche modelli di sviluppo basati sulla considerazione di parametri di benessere di una nazione alternativi al PIL e proponendo la bioeconomia o la decrescita come sistema economico
- l'impegno alla risoluzione della problematica ambientale dichiarato anche dalle maggiori istituzioni governative internazionali, quali la World Commission for Environment and Development (WCED), che dal 1987 propone programmi per lo 'sviluppo sostenibile' fino al più recente Rio+20 del 2012, ma impatti effettivi considerati scarsi
- la scelta di responsabilità che la professione del progetto è chiamata a effettuare contribuendo ad agevolare il processo

1
PRATICANTI:
INTERVISTE
p. 3

2

I
contesto

II
ambito
p. 31

III
strategia
p. 49

IV
field work
p. 139

V
proposte
p. 267

CAPITOLO 02

FARE SOSTENIBILE E I SUOI ATTORI

15

- 18 | Necessità e modi del “fare sostenibile”
- 19 | Governo e strategie internazionali sulla sostenibilità
- 22 | Limiti della Produzione e ruolo delle persone: Efficienza e Sufficienza
 - | Il ruolo del design(er) nella nuova era

Il seguente capitolo mira a definire l'attuale definizione di sostenibilità e principali modalità di approccio ad essa da parte dei principali attori, ovvero enti governativi, mondo della produzione e persone. Sui primi verranno constatati i limiti di applicazione di quanto diverse volte dichiarato, dei secondi si rileva l'opportunità commerciale della conversione a fronte di un consistente rischio, mentre gli ultimi risultano rivestire un ruolo plausibilmente cruciale per il cambiamento.

02 1

Necessità e modi del “fare sostenibile”

Contestualmente al cambiamento di paradigma si identificano gli attori principali di promozione e attuazione del cambiamento stesso, con i quali il progettista è chiamato a interfacciarsi. Come denotato da Frascara (2008)

« *I could recognize three major groups in society: government, industry, and people at large. However differently expressed the wishes of each group could be, all three want benefits from whatever change they decide to support. Governments want to be helped to stay in power, industry wants to be helped to make more profit, people want to be helped to have a better life – whatever this could mean.*»

Si riconoscono quindi i seguenti riferimenti:

1. Governo;
2. Produzione;
3. Persone.

I tre attori coinvolti sono riconosciuti più in generale anche dall’ambito industriale come punti focali per l’integrazione delle attività produttive secondo regimi di sostenibilità ambientale congiuntamente a opportunità economiche.

Randall Krantz, responsabile per le Iniziative di Sostenibilità e attivo nel Concilio dell’Agenda Globale sul Consumo Sostenibile per

il World Economic Forum¹, fa riferimento ai medesimi attori con i quali sviluppare soluzioni sistematiche (Krantz, 2010). Riferendosi alle persone, Krantz condivide la necessità di coinvolgere direttamente gli individui, a cambiare i propri comportamenti incompatibili con il rispetto ambientale;

« *This will involve more than just selling “green” products; it will require driving consumer attitudes toward demanding better value rather than more resource-intensive “stuff.” There is a need to focus on consumer behavior and “choice architecture” in the choosing and using of products* » (Krantz, 2010).

La produzione è d’altro canto motivata da ragioni fondamentalemente economiche. A tal riguardo, Krantz solleva l’intuizione secondo la quale consistenti opportunità economiche si creeranno per le compagnie che soddisferanno le richieste dei futuri consumatori coerenti con i dettami della sostenibilità ambientale. Infine, al ruolo governativo, spetta il compito di delineare il quadro e il contesto migliore all’affermazione delle logiche di consumo sostenibile;

« *A global shift toward consumption of value, zero waste, and closed-loop systems will require increased trust at all levels and new measures of prosperity that measure more than GDP² and national competitiveness to bring long-term thinking and systems interlinkages to the forefront of policy decisions* » (Krantz 2010).

Si tratta di aspetti decisamente interessanti e potenzialmente vantaggiosi, seppur vada constatato che

« *[t]he measures governments could introduce and support to foster strong sustainable consumption are those that politi-*

\ 1 << The World Economic Forum is an independent international organization committed to improving the state of the world by engaging leaders in partnerships to shape global, regional and industry agendas >>. Fonte <http://www.weforum.org/en/about/index.htm> (accessed 28th October 2010)

\ 2 Gross Domestic Product, ovvero Prodotto Nazionale Lordo (PIL).

cally are the most unpopular » (Fuchs, e Lorek, 2004).

Nelle seguenti pagine verranno approfonditi gli aspetti inerenti al cambiamento verso la sostenibilità come promosso e perseguito dagli attori citati a partire dalle principali strategie promosse a livello governativo ed internazionale.

02 2 Governare le strategie internazionali sulla sostenibilità

L'impegno fondamentale condiviso dalle organizzazioni governative internazionali è fondamentalmente la correzione delle modalità di consumo e produzione non-sostenibili, constatando anche da parte del Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (UNDP) che:

« *Unsustainable consumption patterns and levels, in particular in industrialized countries, are a major cause if not the major cause of environmental degradation in the world today » (UNDP, 1998).*

Diverse sono state le occasioni per tali istituzioni governative al fine di discutere gli aspetti cruciali del consumo sostenibile e condividere strategie per il suo effettivo raggiungimento³. Fra le più recenti, si consideri la terza bozza di proposta⁴ di input per la Commissione sullo Sviluppo Sostenibile (CSD)⁵ dei cicli

\ 3 Per approfondimento, vedi Fuchs e Lorek, 2005.

\ 4 Datata 2 settembre 2009.

\ 5 La United Nations Commission on Sustainable Development (CSD) è un'importante istituzione stabilita dalla UN General Assembly nel 1992 per garantire l'efficiente sviluppo della United Nations Conference on Environment and Development. La Commissione supervisionata dalla Division for Sustainable Development (DSD), parte della UN Department of Economic and Social Affairs (UNDESA), è responsabile del processo di reviewing nell'implementazione della Agenda 21 e della Rio Declaration on Environment and Development, ed è responsabile anche dell'elaborazione di regole di comportamento (policy guidance) per la Johannesburg Plan of Implementation (JPOI) a livello locale, nazionale, regionale ed internazionale.

18-19 per il 2010-2011⁶ e con focus sul 10° Programma Quadro (10YFP) su Consumo e Produzione Sostenibili (SCP).

Gli obiettivi del 10YFP sono:

« *support regional and national initiatives to accelerate the shift towards sustainable consumption and production to promote social and economic development within the carrying capacity of ecosystems by addressing and, where appropriate, delinking economic growth and environmental degradation through improving efficiency and sustainability in the use of resources and production processes and reducing resource degradation, pollution and waste* ».

Per il raggiungimento degli obiettivi del terzo capitolo della JPOI (“Changing unsustainable patterns of consumption and production”), nello stesso si considerano fondamentali tutte quelle iniziative e azioni mirate, fra le maggiori, a:

- identificare modalità di monitoraggio e calcolo degli impatti ambientali;
- sviluppare politiche di produzione e consumo che migliorino

\ 6 Alla undicesima sessione la CSD ha stabilito che i corrispondenti programmi pluriennali di lavoro oltre il 2003 sarebbero stati organizzati sulla base di sette cicli da due anni cadauno, dove ogni ciclo si focalizzi su un definito cluster tematico di problematiche. Ogni ciclo da due anni è suddiviso in Anno di Review e anno di Policy. Il primo valuta il progresso ottenuto nell’implementazione degli obiettivi di sviluppo e nell’identificazione degli ostacoli e dei limiti nel particolare cluster tematico. Il secondo anno stabilisce le misure di accelerazione delle azioni di implementazione e per mobilitare le azioni di superamento di questi ostacoli e limiti. In ciascun ciclo, il cluster tematico di problematiche è affrontato in modo integrato, tenendo conto delle dimensioni economica, sociale ed ambientale dello sviluppo sostenibile.

Nel ciclo 2010-2011 le problematiche individuate come prioritarie sono Trasporti, Chimica, Gestione dei rifiuti, Industria mineraria, e 10° Programma Quadro su Consumo e Produzione Sostenibili (SCP), a cui si aggiungono problematiche trasversali, quali Poverty eradication, Changing unsustainable patterns of consumption and production, Protecting and managing the natural resource base of economic and social development, Sustainable development in a globalizing world, Health and sustainable development, Sustainable development of SIDS, Sustainable development for Africa, Other regional initiatives, Means of implementation, Institutional framework for sustainable development, Gender equality, and Education.

prodotti e servizi riducendone l’impatto;

- sviluppare programmi per la creazione di consapevolezza sull’importanza del consumo e produzione sostenibile, tenendo conto dei valori locali, nazionali e regionali;
- sviluppare e usare strumenti di informazione per il consumatore;
- migliorare l’efficienza ecologica.

Particolare attenzione è posta sulla questione dei rifiuti, in particolare verso la sensibilizzazione all’uso ottimale delle risorse, favorendo strategie di promozione e sviluppo che riducano la generazione di rifiuti e scarti, oltre che di gestione efficiente della differenziazione.

Per sostenere il terzo capitolo dello JPOI, nel 2003 è stato lanciato il Marrakech Process. Si tratta di un processo globale informale di esperti multi-stakeholder per accelerare il reindirizzamento verso pattern di consumo e produzione sostenibili e per sostenere l’elaborazione dello 10YFP, attraverso organizzazione di consulenze regionali, supporto alla costruzione di programmi coerenti, favorire lo scambio e la collaborazione. Ai fini di questa ricerca, è rilevante constatare come 3 delle 7 Task Forces⁷ create all’interno del Marrakech Process siano indirizzate specificatamente a prodotti sostenibili, stili di vita sostenibili ed educazione per il consumo sostenibile, ovvero tematiche ritenuti cruciali per la generazione di Programmi di transizione verso pattern di sostenibilità ambientale dove il progettista di prodotto può apportare un considerevole contributo o perfino interpretare un ruolo cruciale. Nella bozza del documento citato vengono suggeriti obiettivi specifici per guidare il 10YFP che completano il quadro della necessità di intervento radicale e ad ampio spettro, quali:

« *decouple economic growth from environmental degradation*

\ 7 <http://www.unep.fr/scp/marrakech/taskforces>

while preventing a rebound effect

- couple economic development with the creation of decent jobs and increase in welfare;
- mainstream the sustainable use and management of natural resources in the decision-making process of governments, private sector and civil society organizations;
- stimulate demand for and supply of sustainable products and services in the market which would involve creation of new economic activities and decent jobs, within the carrying capacity of ecosystems;
- promote more sustainable and low-carbon lifestyles;
- enhance social development through sustainable investment in people and communities as highlighted in eg. a *Global Green New Deal* ».

Alla luce dei diversi fattori e livelli considerati dall'istituzione governativa si deduca la necessità di intervento su molteplici attori e momenti della produzione e del consumo, che tengano conto dell'intero Ciclo di Vita del prodotto, ovvero di tutte le fasi della durata di un artefatto, dall'estrazione delle risorse fino alla seconda vita una volta dismesso. Come proposto nella bozza preparata dal Segretariato del Marrakech Process sull'implementazione della 10YFP, alla valorizzazione di un Ciclo di Vita ottimizzato per produzione e consumo sostenibili contribuiscono non solo contesti governativi e forze di mercato che attraverso strategie dedicate ne promuovano lo sviluppo ma anche l'innovazione tecnologica e stili di vita coerenti ad essi, ovvero Produzione e Persone, gli altri due attori principali che verranno inquadrati nella prossima sezione.

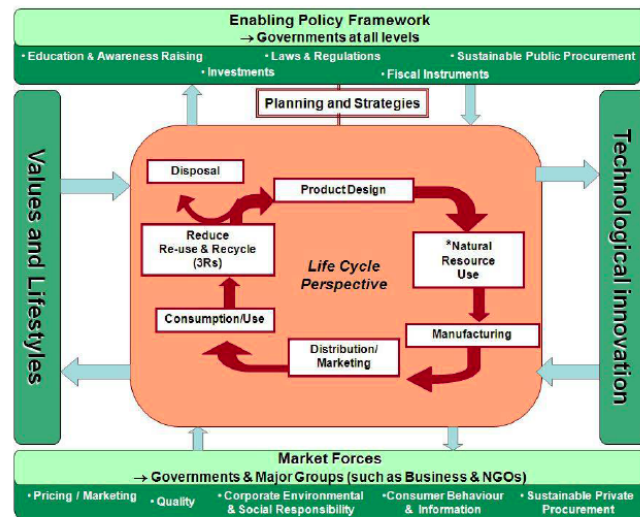


figura 02.3 Schema riportato nella bozza per il 10YFP in cui si evidenziano le fasi di produzione e consumo, attori coinvolti e rispettive possibili strategie.

Su tali due figure si concentrerà la ricerca non solo per plausibilità di realizzare una tipologia di contributo inerente e conforme alla formazione e scopi del dottorato in questione, ma anche alla luce di alcuni fallimenti che l'azione da parte degli attori istituzionali governativi sono stati generati (per maggiori informazioni a proposito, vedi l'analisi critica dell'operato degli enti governativi di Fuchs e Lorek, 2005).

02 3 Limiti della produzione e ruolo delle persone: Efficienza e Sufficienza

Constatati i contributi e i limiti del primo attore, ovvero l'istituzione governativa, lo sviluppo di pattern di produzione e consumo sostenibile passa attraverso gli altri due attori principali della questione ambientale, ovvero Produzione e Persone.

I principali modelli e teorie per la sostenibilità basati su tali figure mirano alla riduzione dei rispettivi impatti sull'ambiente, perseguendo strategie di abbattimento, siano di uso di risorse che di consumo di prodotti, portando rispettivamente ai principi di 'efficienza' e 'sufficienza' (Reisch, 2001; McLaren et al. 1998; entrambi cit in Cooper, 2005).

Efficienza ed Effetto Rebound

Il perseguimento del cambiamento verso consumi sostenibili interviene anche sull'attore della produzione, il quale vede in tale operazione dei forti limiti e barriere per i propri interessi, nonostante il sostanziale potenziale che gli viene riconosciuto. Difatti

« *On the one hand, it may be rational to postpone 'green' investments because of future uncertainties in government regulations, price fluctuations, the degree to which environmental concerns translate into a willingness to pay more for green products, and the emergence of 'green' markets (Rugman and Verbeke, 1998).*

[...] On the other hand, 'green' technology leaders may benefit from first mover advantages (such as brand recognition, crea-

tion of market positions, technology lead, creation of patent barriers) that create favourable positions in future 'green' innovation races.

Firms that have a 'green' lead may also convince policy makers to issue stricter regulations and thus impose 'imitation costs' on competitors (Puller, 2006). Environmental sustainability thus forms a dimension of strategic and competitive games » (Geels, 2010).

Per le aziende che hanno comunque deciso di rischiare e investire nella produzione 'verde', il ricorso a strategie improntate all'efficienza rappresenta una modalità storicamente ricorrente. Difatti, è luogo comune l'assunzione della tangibilità delle questioni ambientali inerentemente al consumo di artefatti come materia di natura tecnologica, basata sul principio di implementazione dell'efficienza della produzione o della minimizzazione delle emissioni, come avvenuto negli anni '80 e '90. Eppure

« *[t]here is a substantial amount of controversy regarding our ability to achieve sustainable consumption on the basis of improvement in efficiency alone » (Fuchs e Lorek, 2005).*

Infatti, la focalizzazione sull'implementazione tecnologica non è risultata sufficiente da sola a creare le condizioni per un miglioramento della questione ecologica in generale, considerato che

« *[e]vidences suggest that environmental gains from technical improvements in product efficiency have historically been outweighed by an overall increase in consumption » (Carley e Spens, cit in Cooper 2000).*

In altre parole, i guadagni ambientali ottenibili attraverso soluzioni tecnologicamente efficienti sono stati superati dall'incremento dei consumi. È stato rilevato, ad esempio, che nei Paesi Bassi il consumo di energia elettrica è aumentato del 14% in 20 anni (a partire dal 1974), nonostante i considerevoli miglioramenti tecnologici (OECD, cit in Cooper, 2005).

L'apparente paradosso è un fenomeno ormai noto alla comunità scientifica e prende il nome di Effetto Rebound (ER);

« *In conservation, energy economics and green marketing, the rebound effect (or take-back effect) refers to the behavioral or other systemic responses to the introduction of new technologies, or other measures taken to reduce resource use. These responses tend to offset the beneficial effects of the new technology or other measures taken. While the literature on the rebound effect generally focuses on the effect of technological improvements on energy consumption, the theory can also be applied to the use of any natural resource. The rebound effect is generally expressed as a ratio of the lost benefit compared to the expected environmental benefit when holding consumption constant* » (Wikipedia).

Più in generale, lo ER può essere definito come

« *the increase of consumption linked to the reduction of limits to use a technology. These limits might be monetary, temporal, social, physical, energetic, spatial, and organisational. For example, rapid means of transport create the potential to save time, but very often the time saved in faster transportation is used to travel greater distances* » (Schneider, 2008).

Fra gli esempi più diffusi, si riscontrano l'influenza della diffusione delle email sull'uso della carta o l'innovazione dei computer verso i mini-laptop con l'esponenzialmente incremento della loro produzione. Infatti, lo sviluppo apportato dalla Information Technology (IT) offre un lampante esempio di ER, poiché

« *even though "information replaces materials", in the current economic and cultural context, "information brings along material ballast", and the increase in the information flow tends to create new consumption opportunities* » (Vezzoli e Manzini, 2008).

Ovviamente, la dematerializzazione apportata dalla IT appare in-

corporare un elevato potenziale in termini di plausibile riduzione del consumo di risorse materiale, eppure non costituisce condizione sufficiente per garantire un vantaggio per l'ambiente. Infatti, generalmente parlando,

« *changes in technology that have the potential to change consumer preferences, alter social institutions, and rearrange the organization of production (Greening et al.). As our economy is a complex adaptive system, the global production and consumption system will rearrange (Polimeli & Polimeli 2006). For example, buying a car supports the road network, which has the effect of a reorganization of society and for example will encourage supermarkets in place of small businesses and may create more consumption by the creation of this socio-technical system* » (Schneider, 2008).

Seppur lo ER potrebbe generare contributi anche positivi e apprezzabili – come l'incremento di benessere per maggiore equità sociale (vedi Alcott, 2008), lo ER è tendenzialmente rilevato per impatti negativi, e perfino effetti secondari che aggravano il peso dei fattori limitanti sul livello di felicità e benessere degli individui, quali la riduzione del tempo libero, l'impatto sociale, l'inquinamento ambientale, la congestione del traffico, il consumo di carbonio, lo stress....

La prima teoria sullo ER a livello macroscopico è stata formulata dall'economista Jevons nel 1865, in merito agli effetti della allora dipendenza della Gran Bretagna dalla fonte di energia principale, il carbone. Data la finitezza e la natura non-rinnovabile del carbone, Jevons sollevò la questione "Are we wise in allowing the commerce of this country to rise beyond the point at which we can long maintain it?"

Di conseguenza, Jevons rilevava come la supremazia economica della nazione fosse instabile, congiuntamente ad altre problematiche cruciali per la sostenibilità, quali

« *limits to growth, overpopulation, overshoot, post-global relocalization energy return on energy input (EROEI), taxation of the energy resource, renewable energy alternatives, and resource peaking (this last subject widely discussed today under the rubric of peak oil). "it is a confusion of ideas to suppose that the economical use of fuel is equivalent to diminished consumption. The very contrary is the truth."*

La teoria dello ER appare quindi consolidata e può essere declinata anche oltre i confini della mera questione dell'efficienza⁸, seppur un approccio di cautela è fondamentale considerato che sia fondata su analisi empiriche a partire dalla risposta di utenti in contesti determinati, con conseguenti limiti in termini di accuratezza e rigorosità scientifica⁹.

\ 8 Fra questi (Schneider 2008):

- Sufficiency rebound (Blake 2008); ovvero la tendenza a investire i derivati dei risparmi in ulteriori acquisti, magari anche più impattanti
- Birth Decrease rebound; ovvero la plausibilità di un maggior consumo pro-capite all'interno del contesto familiare in caso di ridotto numero di membri
- Rationing rebound (cfr con Alcott); secondo cui il razionamento di un prodotto o una sua categoria possa portare al consumo di un'altra.
- Caps rebound; ovvero ricorrere al consumo di altre sostanze magari più nocive superato il limite imposto per altre.
- Quotas rebound; a quota on iron imports and extraction may lead to use of renewable resources or extraction or import of Al.
- Reserve rebound; secondo cui la protezione di alcune aree non implica la devastazione di aree libere
- Laws rebound; per la facilità o la tendenza al raggio.

\ 9 «Identifying the causal relation between efficiency and the rebound effect is not an easy task in our complex and globalized economy. Compiling different studies dedicated to this task Dimitropoulos cites for example estimates ranging between from 15% to 35%. Dimitropoulos concludes that there is a lack of sound theoretical framework that can explain sufficiently the complex interactions that accompany energy efficiency improvements in the macro level and inconclusive historical, empirical and econometric evidence» (Schneider 2008).

Inoltre, alcuni studi tendono a sottolineare come la tendenza alla crescita dell'attuale mercato non è necessariamente legata all'implementazione dell'efficienza (vedi Binswanger, 2001).

Sufficienza ed eco-cittadini

Seppur l'implementazione dell'efficienza tecnologie sia fondamentale per contribuire alla risoluzione della questione ambientale, al fine di validarne gli effetti è necessario comunque l'intervento sulle abitudini e sui comportamenti delle persone per la creazione delle condizioni basilari che favoriscano l'affermazione di regimi di consumo e produzione sostenibili, o per lo meno nella riduzione degli impatti nell'immediato futuro. Infatti

« *lifestyles are important in determining CO2 emissions from consumption in the United Kingdom, where differences in consumer spending across lifestyle groups can lead to variations in perhousehold CO2 emissions up to a factor of 3* » (Tukker et al, 2010).

Le questioni delle motivazioni al consumo sfrenato sono oggetto di analisi consolidata anche nell'ambito delle ricerche sulla transizione verso la sostenibilità, oltre che sul mero piano sociologico ed etico.

In questa logica si inserisce il pensiero di Hamilton ¹⁰(2010) in merito alle problematiche ambientali, secondo cui

« *the task of achieving true sustainability, and especially avoiding climate disruption, is no longer predominantly a scientific or technological one, but a cultural and social one*».

Hamilton affronta la tematica del degrado ambientale come conseguenza del cambiamento da una società della produzione ad una società del consumo. In questo passaggio, il consumatore ha subito una variazione sostanziale nella creazione di un'identità personale che ha comportato il cambiamento nel rapporto con il prodotto.

Riferendosi anche al pensiero di precedenti illustri studiosi, egli sostiene che

\ 10 Professore di Etica Pubblica presso lo Centre for Applied Philosophy and Public Ethics (CAPPE).

« *most people in rich countries today seek proxy identities by means of commodity consumption. The desire for an authentic sense of self is pursued by way of substitute gratifications, external rewards and, especially, money and material consumption*» (Hamilton, 2010).

Il mutamento è stato guidato dalle forze del marketing e della pubblicità, facendo leva valore simbolico che il consumo di prodotti apporta a sopperire paure e vergogne dell'individuo, sia esso consapevole o una 'humble potato', ma mantenendolo in uno stato di perenne desiderio finalizzato al rinnovo dell'acquisto e del consumo (Hamilton, 2010).

Viene pertanto ricorrentemente auspicata la proposta e l'attuazione di una visione del buon vivere radicalmente nuova;

« *[i]n fact, we (the entire population of the planet) need to learn how to live better, while reducing our ecological footprint and improving the quality of our social fabric. In this perspective, the link between the environmental and social dimensions of sustainability appears clearly, showing that radical social innovations will be needed, in order to move from current, unsustainable models to new, sustainable ones* » (Manzini, 2006).

Tale tipologia di proposta prende generalmente il nome di 'consumo responsabile', indicando strategie per

« *minimizing the negative environmental and socio-cultural impacts related to consumption choices, the amount of goods and/or services consumed, and the acquisition, use, maintenance and disposal of a product* » (Marchand, Walker e Cooper, 2008).

La riduzione dei consumi può apparire come una barriera di accettazione di nuovi stili di vita per una società dell'iper-consumo, eppure

« *many people are open to a conversation about happiness and the role of materialism. Large majorities believe that a radical*

change in values is needed; nine in ten Americans believe their society is too materialistic, with too much emphasis on shopping » (Hamilton 2010).

Di conseguenza è ricorrente la proposta di sostenere l'appetibilità delle strategie per la sufficienza, che garantiscano la soddisfazione dei bisogni fondamentali per l'individuo con il minimo delle risorse.

Seppur il concetto sia fortemente dibattuto nei termini e nei possibili effetti¹¹, l'importanza attribuita alla 'sufficienza' è evinta anche dal riferimento al ritorno ai bisogni fondamentali della gente dal report di Brundtland, dove in merito all'argomentazione della definizione di sviluppo sostenibile si sottolinea che

« *to meeting people's "needs" is an implicit recognition that environmental constraints require a parameter of sufficiency* » (WCED, 1987).

Alla luce delle constatazioni dei danni ambientali comportati da un consumismo sfrenato, è stato perfino proposto il 'green consumerism', un approccio che sposta le responsabilità della risoluzione delle problematiche dalle istituzioni al consumatore, attraverso lo sviluppo di soluzioni e servizi improntati alla sostenibilità e a stili di vita alternativi (ERSCP, cit in Marchand e Walker, 2006), che possano perfino educare l'acquirente in "eco-citizens" o "citizens of the world" (Marchand e Walker, 2006).

Strategia apparentemente vantaggiosa, considerato che

« *nel momento in cui si intensificano le minacce di catastrofi ecologiche, il tema del consumismo sostenibile incontra un grande consenso e lo squilibrio causato dalle abitudini eccessive dell'iperconsumatore nell'ecosistema è talmente forte che egli appa-*

\ 11 Per maggiori informazioni sulla strategie di sufficienza, vedi a titolo di esempio Alcott, B., 2008. The sufficiency strategy: Would rich-world frugality lower environmental impact? Ecological Economics, 64(4), pp.770-786, e Princen, T., 2003. Principles for Sustainability: From Cooperation and Efficiency to Sufficiency. Global Environmental Politics, 3(1), pp.33-50.

re come il protagonista da responsabilizzare con la massima urgenza » (Lipovetsky, 2007).

Tale approccio però rischia di minare la transizione verso pattern di consumo sostenibile, poiché

« *while its motives may be laudable, the danger of green consumerism is that it brings about the privatization of responsibility for environmental degradation. Instead of being understood as a set of problems endemic to our economic and social structures, we are told that we each have to take responsibility for our personal contribution to every problem» (Maniates, in Hamilton, 2010).*

La responsabilizzazione del consumatore è amplificata dall'incapacità del mondo economico di responsabilizzarsene – delle urgenze ambientali – in quanto

« *più preoccupato a perpetuarsi che a riannodare quei legami col sociale che pure avrebbe geneticamente» (Fabris, 2010).*

A conclamare l'efficacia dell'azione prevista o ambita dal 'green consumerism' manca, secondo Hamilton, la constatazione della diversità di comportamento attuato da un individuo in qualità di consumatore o di cittadino:

« *Despite attempts to turn us all into rational economic calculators, consumers are not the same as citizens; supermarket behaviour is not the same as ballot box behaviour. Mark Sagoff presents a wealth of evidence to show that people think and act quite differently in the two roles » (Hamilton, 2010).*

Dalle considerazioni sui limiti di strategie per la conversione dei consumatori in eco-cittadini, ne deriva la necessaria proposta di intervento sul cambiamento di stili di vita attraverso azioni che inducano le persone a non solo volontariamente prediligere modalità di consumo alternativi al consumismo ma inoltre a trarre senso di soddisfazione da essi, come motivazione personale al perseguimento di regimi sostenibili piuttosto che imposizione

per responsabilizzazione.

Analogamente ai limiti dell'azione esclusiva sull'efficienza, anche un limitato intervento su pratiche di 'sufficienza' causerebbe plausibilmente ER o comunque conseguenze svantaggiose. Il principale rischio atteso da una società della "sufficienza", con limitata tendenza all'acquisto di nuovi prodotti è difatti la recessione.

Sulla base dell'analisi dei limiti dei precedenti approcci e strategie per la transizione verso pattern di sostenibilità, Manzini solleva 3 constatazioni fondamentali, quali:

A tal proposito, Manzini deduce tre lezioni fondamentali:

«

1. *Research on eco-efficiency has been successful, but it has not improved the overall picture. [...] The transition towards sustainability requires a systemic change. It is not a question of doing what we already do better. It is a question of doing different things in completely different ways.*
2. *[...] There is an emerging demand for visions of sustainability. This requires scenarios that show feasible, socially acceptable, even attractive, alternatives on different scales for various aspects of people's lives.*
3. *The feasible alternatives found so far indicate new qualities [including] short food chains, shared residential services, bottom-up urban improvement initiatives, and examples of sustainable territorial management.)*

In their diversity, these cases have a fundamental characteristic in common. Each one of them compensates for the reduction in consumption of products with an increase in other qualities. These qualities include the quality of physical and social environment with the rediscovery of commons; the quality of capability with the re- discovery of individual and community

know- how; or the quality of time with the rediscovery of slow-ness » (Manzini, 2009).

Alla luce di tali considerazioni, approcci strutturati e mirati sono fondamentali.

Secondo Cooper (2005), le potenziali conseguenze negative prospettate potrebbero essere superate però attraverso il concorso dei due approcci per l'efficienza e la sufficienza, in modo unitario, così da favorire l'affermazione di pattern di Consumo e Produzione Sostenibile.

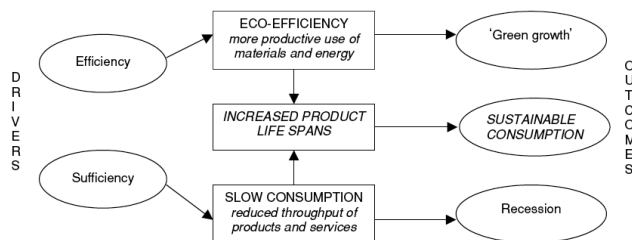


figura 02.4 Schema Sufficienza-Efficienza. Tratto da Cooper, 2005.

Inerentemente alla progettazione e produzione degli artefatti, la sintesi di regimi di efficienza della produzione congiunta alla sufficienza dei consumi, è perseguibile secondo Tukker et al (2010) attraverso 5 strategie risultanti:

1. *greening production by reducing the impact intensity of mining and manufacturing activities through the implementation of end-of-pipe measures or structural technical changes in production methods,*
2. *greening products and services by decreasing material and energy use per functional unit,*

3. *intensifying use by encouraging more efficient deployment of products and services (e.g., by promoting activities such as car-pooling),*
4. *greening consumption patterns by shifting expenditures to lower impact product and service alternatives, and*
5. *reducing consumption volumes while maintaining quality of life ».*

Production side <i>Eco-efficiency strategies</i>			Consumption side <i>Sufficiency strategies</i>	
Mining and manufacturing	Design and fabrication of products and services	Use of products and services	Expenditure mix	Quality of life realized
<i>End-of-pipe and cleaner production</i>	<i>Greening products</i>	<i>Intensifying use (product-service systems)</i>	<i>Enhancing immaterial consumption or reducing consumption</i>	<i>Improving quality of life per unit expenditure</i>

figura 02.5 Modalità di generazione di sistemi di produzione e consumo sostenibili. Tratto da Cooper, 2005.

Inerentemente all'intervento su entrambi i fronti dell'efficienza e della sufficienza, Stahel (1997) identifica strategie legate o alla tecnica o al marketing che possano favorire la sostenibilità ambientale tipicamente attraverso la dematerializzazione, quali

« zero-options (sufficiency), system solutions and usage optimization through a longer and more intensive use (efficiency), dematerialized solutions (ecoproducts) ».

Table 1. *Demand and supply strategies for a higher resource productivity*
(Source: adapted from Giarini & Stahel (1989, 1993).)

increased resource productivity through:	type of strategies	
	closing the material loops (technical strategies)	closing the liability loops (commercial/marketing strategies)
<i>sufficiency solutions</i> (demand side)	<i>near zero-options</i> ploughing at night, loss prevention (vaccination)	<i>zero-options</i> towels in hotels, non-insurance (rear-end accidents CA)
<i>system solutions</i> reducing volume and speed of the resource flow (supply side efficiency)	<i>system solutions</i> Krauss-Maffei PTS plane transport system, skin solutions, accessibility	<i>systemic solutions</i> lighthouses, selling results instead of goods, selling services instead of goods
<i>more intensive use of goods</i> reducing the volume (supply side efficiency)	<i>ecoproducts</i> dematerialized goods, multifunctional goods	<i>ecomarketing</i> shared use of goods, selling use instead of goods
<i>longer use of goods</i> reducing the speed of the resource flow (supply and demand side efficiency)	<i>remanufacturing</i> long-life goods, service-life extension of goods and of components, new products from waste	<i>remarketing</i> discurement services, away-grading of goods, marketing of fashion upgrades for goods in the market

figura 02.6 Tipologia di strategie per implementare l'efficienza produttiva. Tratto da Stahel, 1997.

La letteratura sul fronte dei diversi contributi del design per tali strategie a ulteriormente elaborato e strutturato i possibili modi di intervento della figura del progettista che verranno indagati nel seguente paragrafo.

02 4 Il ruolo del design(er) nella nuova era

Il ruolo del designer è molteplice e si propongono qui alcuni obiettivi generali ritenuti cruciali, quali:

- decodificare i bisogni generali dell'uomo che inducono alla soddisfazione e appagamento in logiche di misurato possesso dei beni; da qui emerge la riflessioni su cosa sia il benessere nell'attuale e prossima società, considerato che
- identificare e supportare lo sviluppo di pratiche potenzialmente sostenibili e che al contempo assecondino la possibilità di ricevere soddisfazione e senso di appagamento;
- sviluppare un linguaggio estetico-formale-espressivo-sensoriale più adeguato a indurre gli utenti a spontaneamente accogliere lo stile di vita così improntato.

A tal scopo, approcci strutturati per la professione del progetto mirano a:



- *redesigning that which is consumed (consuming greener);*
- *reorganising the way consumption takes place (consuming differently);*
- *rediscovering the nature of needs and the associated satisfiers (consuming appropriately) » (Fletcher, Dewberry e Goggin. Cit in Marchand, e Walker, 2006).*

a cui corrispondono rispettivamente tre modi diversi di operare per il progettista, basati su:

- Prodotto, con uso più efficiente delle risorse;
- Risultato, ottenendo lo stesso risultato ma con sistemi sostenibili;
- Bisogno, come centro della questione dell'obiettivo del prodotto o servizio da realizzare.

Analoga è la proposta di Vezzoli e Manzini (2008) con i 4 livelli di intervento da parte del designer per un approccio sostenibile al progetto, variabili per influenza sul sistema prodotto e sul sistema utenza, ovvero:



1. *Environmental redesign of existing systems;*
2. *Designing new products and services;*
3. *Designing new production-consumption systems;*
4. *Creating new scenarios for sustainable life style ».*

Il primo livello mira ad intervenire riconsiderando il ciclo di vita del prodotto per migliorare l'efficienza totale attraverso la selezione di materiali ed energia a basso impatto. La funzione cruciale dell'approccio risiede in un'oculata definizione delle caratteristiche tecnologiche del prodotto e del processo, senza effettivi cambiamenti sui comportamenti dell'utente finale.

Il secondo approccio mira a sviluppare prodotti e servizi migliori dal punto di vista ambientale per sostituire quelli esistenti. In tal caso, viene presa in esame ogni ricaduta ambientale dell'intero ciclo di vita del prodotto, dalla fase di estrazione delle risorse, passando per l'uso, fino al momento dello smaltimento finale, secondo l'approccio progettuale definito Life-Cycle Design.

Il terzo approccio punta sull'apprezzamento da parte dell'utenza finale, garantendo soddisfazione e appagamento dalla fruizione

di prodotti rispettosi dell'ambiente. A tal scopo

« *new blends of proposed goods and services (a new system of products and services) to become so socially appreciated that they can overcome the cultural and behavioural inertia of the consumers. In order to be effective such a design range has to be positioned on a strategic level of the system: the designer or the company (or association of companies) set out for such promotion has to accept the investment risks of a product without any verified market, knowing that, if successful, the possibilities of opening new markets might arise » (Vezzoli, Manzini, 2008).*

L'ultimo livello di intervento proposto mira a sviluppare attività in ambito culturale per la promozione di nuovi criteri qualitativi ambientalmente sostenibili, socialmente accettabili e culturalmente attraenti.

I quattro livelli di intervento implicano un decrescente legame con il settore della produzione industriale, e al contempo una crescente influenza sugli stili di vita degli utenti e sulla creazione di una sensibilità ambientale della società. Ciascuno di essi pertanto comporta diversi livelli anche di rischio e facilità del cambiamento da un lato e dall'altro di potenziale efficacia nel risultato finale. Di conseguenza, anche il tempo necessario al cambiamento nonché gli attori coinvolti mutano coerentemente.

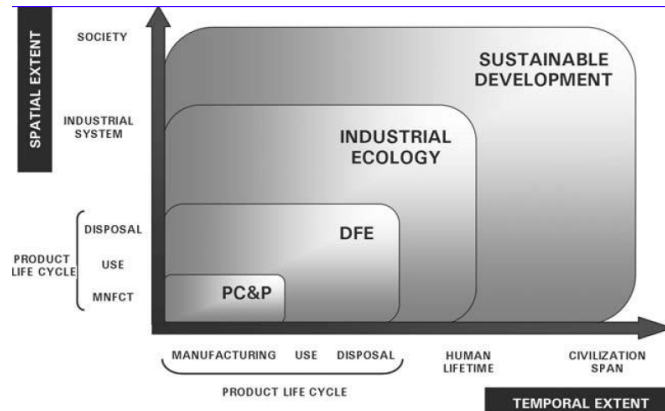


figura 02.7

Come interpretato da Giudice et al (2006), su tali parametri si possono identificare quattro approcci fondamentali (pressoché confrontabili con i corrispettivi precedentemente riportati da Vezzoli e Manzini):



1. *Interventions to control and prevent pollution phenomena (Pollution Control and Prevention—PC&P)*
2. *Methods and tools for the design and development of eco-sustainable products (Design for Environment and other similar approaches)*
3. *System-based approaches to the environmental question (Industrial Ecology)*
4. *Underlying concepts of the environmental debate (Sustainable Development).*

Per sintetizzare,

« This overview [...] can finally be summed up in the concept of “sustainable production,” achieved when products are designed, produced, distributed, used, and disposed of with minimal environmental and health damages, and with minimal use of resources (Alting and Jorgensen, 1993). Highlighting the strategic role which design may play, sustainable production requires a Design for Sustainability approach, which should be thought of as “a decision-making process that aims at achieving maximum benefits with minimum use of resources, by integrating all economic, social, human, environmental, and ecological concerns” (Ling, 1997)» (Giudice et al, 2006).

CAPITOLO 02

fare sostenibile e i suoi attori: in sintesi

Il secondo capitolo riporta alcune posizioni inerentemente agli attori dei programmi di transizione verso modalità di produzione e consumo sostenibili, quali governo, produzione e persone, riportando principalmente che

- le istituzioni governative dichiarano da tempo la pianificazione di programmi e attività a tal scopo ma raggiungendo impatti scarsi o nulli
- il settore della produzione tende ad associare alla produzione sostenibile da un lato una minaccia per le modalità operative attuale, ma dall'altro anche un'opportunità di espansione dei mercati e settori produttivi
- la strategia principalmente perseguita in fase di produzione è il perseguimento dell'incremento dell'efficienza, ovvero dell'uso delle risorse naturali, dando pulogo però a ricorrenti fenomeni di Effetto Rebound, secondo qui tali interventi non solo risultano inefficaci ma perfino controproducenti
- i consumi da parte delle persone auspicabilmente dovrebbero perseguire il valore della sufficienza, ma la minaccia prevista è la generazione di una condizione di frustrazione e insoddisfazione
- un armonico rapporto fra strategie efficienza produttiva e comportamenti basati sulla sufficienza potrebbe favorire l'affermazione di modalità di produzione e consumo sostenibile

- la professione del progetto può contribuire a diversi livelli operativi verso l'uno o l'altro estremo delle strategie di Efficienza e Sufficienza, fino alla definizione di scenari visionari.

I
contesto
p. 3

II
ambito

III
strategia
p. 49

IV
field work
p. 139

V
proposte
p. 267

3

CAPITOLO 03

IL SENSO DEL CONSUMO E IL NUOVO VOLTO DEL BENESSERE

31

- 34 | Dall'economia di produzione all'iperconsumo
- 38 | Stili di vita contemporanei per la sostenibilità
- 40 | Riferimenti di stili improntati alla sobrietà: i Voluntary Simplifiers
- 44 | Coinvolgimento attivo e focus sulle attività di auto-produzione

Il seguente capitolo mira a definire l'attuale definizione di sostenibilità e principali modalità di approccio ad essa da parte dei principali attori, ovvero enti governativi, mondo della produzione e persone. Sui primi verranno constatati i limiti di applicazione di quanto diverse volte dichiarato, dei secondi si rileva l'opportunità commerciale della conversione a fronte di un consistente rischio, mentre gli ultimi risultano rivestire un ruolo plausibilmente cruciale per il cambiamento.

La seguente ricerca mira a intervenire sulle modalità di consumo delle risorse e degli artefatti in modo da favorire l'affermazione di comportamenti e scelte di consumo spontanei e soddisfacenti improntati alla sufficienza a partire da soluzioni tecnologicamente efficienti. A tale scopo, la definizione di consumo e soddisfazione da esso risulta cruciale per identificare aree e margini di intervento. La letteratura a riguardo è vasta, articolata e fervida in campi diversi dal mondo del progetto, quali l'economia, la psicologia e la sociologia, con conseguente approccio interdisciplinare alla ricerca.

Ai fini di questa ricerca, alcuni testi sono stati riscontrati o suggeriti come interessanti per la modalità di trattazione degli argomenti, in modo comprensibile per un lettore non esperto ma al contempo in modo approfondito e apparentemente affidabile nei rimandi letterari e nella considerazione di eventuali teorie contrastanti, oltre che alla coerenza degli aspetti trattati con gli obiettivi di questa indagine.

La letteratura sul consumo fa qui riferimento principalmente – ma non esclusivamente – ai testi di Fabris (2010) per quanto concerne gli aspetti economici, Mauri (2005), per gli aspetti sociologici, e infine a Lipovetsky (2007) per la critica sull'iperconsumo e le ripercussioni sulla percezione di felicità e benessere.

03 1 Dal' economia di produzione all'iperconsumo

A partire dalla seconda metà del secolo scorso una nuova modernità si è affermata, coincidente con la cosiddetta “civiltà del desiderio”. Il consolidamento di una nuova società è fondato sulla variazione delle modalità di sviluppo del capitalismo che ha portato al passaggio dalle economie di produzione al capitalismo dei consumi (Lipovetsky 2007). Il passaggio potrebbe anche essere interpretato come uno spostamento dell'attenzione dal bisogno al desiderio, che

« nasce dalla mancanza, dall'assenza di qualcosa che non è possibile indicare chiaramente e univocamente. Il desiderio cerca il suo soggetto ma non può definirlo » (Siri, cit in Fabris 2010).

Tale caratteristica del desiderio lascia dedurre la sua influenza sull'incremento esponenziale dei consumi negli ultimi decenni in quanto

« il desiderio è destinato a fallire la sua meta, è incommensurabile con il proprio appagamento, è permanentemente presenza di un'assenza che deve rimanere tale anche quando si materializza temporaneamente. Il bisogno si placa, il desiderio mai » (Siri, cit in Fabris 2010)

In questa logica nuove priorità vengono sancite che investiranno il rapporto dell'uomo con se stessi, il tempo, con se stessi e le persone, in particolare legate al principio della “qualità della

vita”, come “passione di massa” (Lipovetsky 2007). La corsa alla qualità della vita, intesa come capacità di poter possedere quanto desiderato, ha mutato i comportamenti dell’uomo fino ad avviare quella che adesso è considerata come la società dell’iperconsumo, nuova fase del capitalismo dove agisce lo ‘Homo consumericus’ di terzo tipo,

« una specie di turbo-consumatore non allineato, mobile, flessibile, ormai ampiamente affrancato dalle vecchie culture di classe, imprevedibile nei gusti e nella scelta degli acquisti [alla ricerca di] esperienze emotive e di ben-essere, di qualità di vita e di salute, di marche e autenticità, di immediatezza e comunicazione » (Lipovetsky 2007).

La società dei consumi appare per la prima volta negli anni '20 e diventa popolare negli anni '50 e '60, denominata appunto ‘*affluent society*’ (società dell’abbondanza). Ma a partire dalla fine degli anni '70 del '90 si avvia la società dell’iperconsumo. Nella variazione della volubilità del consumatore, l’iperconsumatore

« non è più solo avido di benessere materiale, ma appare anche come una creatura che sollecita a livello esponenziale il comfort psichico, l’armonia interiore e la realizzazione soggettiva [...] Il materialismo della prima società dei consumi è passato di moda: assistiamo all’espansione del mercato dello spirito e alla sua trasformazione, dell’equilibrio e della stima di sé, mentre prolifera la farmaceutica della felicità » (Lipovetsky 2007).

Le motivazioni che risiedono nel consumo attualmente sono molteplici. Come sintetizzato da Evans e Jackson (2008),

« there are broadly ‘postmodern’ theories that stress the playful, hedonistic and creative freedoms afforded by consumption and modern consumerism »

citando, fra gli altri, la teoria di Campell sul perseguimento di desideri e fantasie private, la ricerca di individualità e stile di Featherston, il significato culturale proposto da Baudrillard o il ruolo

sociale per Douglas. Alla luce della molteplicità di contributi che gli artefatti e il loro consumo genera per l’individuo, risulta evidente l’imprescindibilità dell’esistenza degli artefatti e della perpetuazione delle pratiche di consumo, tale per cui le proposte di strategie per la dematerializzazione necessariamente non riescono ad esaurire la questione della sostenibilità¹.

I consumi sono quindi esponenzialmente cresciuti nel tempo in modo tal che

« il consumismo debba essere interpretato come una malattia sociale, simile all’obesità » (De Biase, cit in Fabris 2010)².

L’aspetto paradossale dell’obesità del consumo risiede nell’ormai provata constatazione secondo cui all’aumento dei consumi comunque non necessariamente corrisponde un incremento di felicità percepita. Tale fenomeno, noto come paradosso di Easterlin³, evidenzia il rapporto fra aumento delle risorse e livello della soddisfazione, valido fino ad una soglia oltre la quale il benessere percepito non aumenta⁴.

Il perseguimento del comfort avvalorato dall’abbondanza ha portato con sé anche l’abbandono della pratica di differimento del piacere, ovvero

\ 1 Sui limiti empiricamente riscontrati da paesi che hanno perseguito la dematerializzazione, vedi a titolo di esempio Moreau e Meerganz Von Medeazza, 2008.

\ 2 Fabris fa inoltre riferimento ad uno studio da cui si evince la pesantezza dell’iperconsumo contemporaneo segnato dal superamento del numero di grassi nel mondo (circa un miliardo) rispetto ai denutriti (pari a circa 800 milioni).

\ 3 Lo studio di Easterlin dimostra come dal dopoguerra agli anni '70 il reddito negli USA sia raddoppiato, ma la felicità sia rimasta stazionaria e con tendenza decrescente a seguito di un primo incremento negli anni '60, da cui quindi il paradosso rispetto alle aspettative. Per ulteriori dettagli vedi Easterlin (1974).

\ 4 « Hedonist psychology (Kahneman et al. 1999) shows that the correlation between GDP and happiness in the western world no longer holds and that societal happiness has been declining for the past thirty years (Veenhoven 2004) very much in parallel to the Index of Sustainable Economic Welfare (Daly et al. 1989) or the Genuine Progress Indicator (Redefining Progress 1995) » (Mureau e Medeazza, 2008).

« [la] capacità di rinunciare ad un piacere immediato, che però ha effetti neutrali o addirittura negativi sulla felicità di medio termine, in vista di un piacere più grande in futuro » (Becchetti 2007).

In altre parole viene ricercato il piacere in sostituzione della felicità per utilizzare termini di Bauman, che considera il primo come

« a distraction from the pursuit of happiness which in turn (or perhaps because of) leads to a 'false' happiness. [...] Pleasures, according to Bauman, are found in easy and instant gratification and are by definition short-lived and momentary. [...] Happiness, by contrast, is found in duration; something immune to passage of time, outlasting the enjoyment that any particular pleasure can bring » (Evans e Jackson, 2008).

Le conseguenze sono gravi, in quanto secondo Scitowsky,

« la crescita del benessere aumenterebbe la quantità di beni e servizi che rendono la vita confortevole, ma questo aumento di agi e comodità influirebbe a sua volta negativamente sugli stimoli a perseguire i cosiddetti "beni ardui", che possiedono invece un'importanza fondamentale per la felicità della persona » (cit in Becchetti, 2007).

Di conseguenza, anche il livello della felicità percepita decresce. I vari studi sulla felicità presentano una notevole uniformità di risultati tale per cui, come denota Becchetti (2007), è possibile dedurre quattro regolarità o leggi fondamentali. Se le prime due leggi indicano, come ci si può attendere, che il reddito contribuisce in modo sostanziale alla creazione di opportunità sia attingendo da prosperità individuale che da quella pubblica, le altre due danno luogo a inaspettate considerazioni. La terza legge evidenzia come a un divario di ricchezza fra Nazioni non corrisponda una proporzionale discrepanza di felicità, ovvero i paesi con maggiore reddito non sono proporzionalmente più felici⁵, come viene dedotta

\ 5 Secondo l'Indagine Mondiale sui Valori, inerentemente sulla felicità dichiarata

anche dall'ultima legge che rispecchia certe considerazioni della precedente su una scala individuale con la generazione dei cosiddetti 'frustrated achievers', ovvero gli arricchiti scontenti⁶. Inoltre, anche le attività di piacere sono state riscontrate non essere vantaggiose per l'incremento di felicità percepita in relazione al consumo di risorse investite in esse (Csikszentmihalyi, 2000).

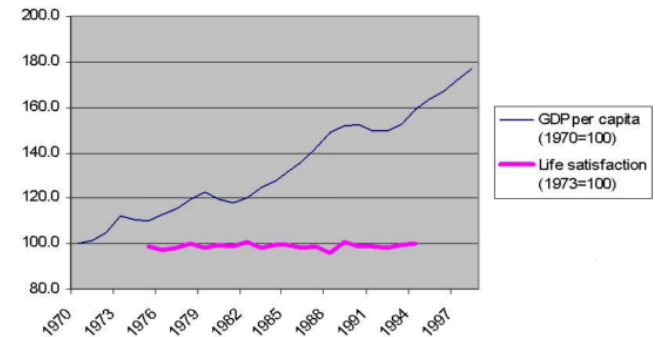


figura 03.10 Andamento e rapporto fra Prodotto Interno Lordo procapite e qualità di vita (o soddisfazione percepita) dalla popolazione del Regno Unito dal 1970 al 1999. In Porrit, 2003.

Dal punto di vista dei progettisti, il design che ha operato a parti-

da più di ottanta Paesi al mondo, la classifica vede ai primi tre posti rispettivamente Nigeria, Tanzania e Messico, tutti caratterizzati da reddito pro capite decisamente inferiore rispetto a paesi industrializzati come gli USA, al sedicesimo posto, o l'Italia, intorno al cinquantesimo posto.

\ 6 « Tim Kasser has found that people with highly materialistic values report lower levels of mental and physical well-being; his discovery is bolstered by a number of other researchers who found similar results across age groups (young and old), cultures (Eastern and Western), and income groups (rich and poor). The finding suggests that continuous increases in consumption are not a good proxy for increases in well-being ». (Thorpe 2010)

re dagli anni '50 ha necessariamente assecondato la promessa di

« *democratisation of access to products which reduce fatigue, leave more free time and extend the opportunities for individual choice – in short, which increase individual freedom. And, for what interests us here, this promise has also been the main ethical guideline to what designers should do in order to to act “for the good and right”, that is: increase individual freedom and democracy of consumption designing effective, accessible, beautiful products* » (Mazini, in Bœuf et al 2006).

La situazione attuale è mutata e come si riportava nei precedenti capitoli, un rinnovato ruolo e contributo del design è auspicabile;

« *ora sono necessarie regolazione e moderazione, stimolazione di motivazioni che siano meno dipendenti dai beni commerciali. Si impongono dei cambiamenti al fine non solo di assicurare uno sviluppo economico sostenibile, ma anche vite meno destabilizzate, meno magnetizzate dalle soddisfazioni del consumerismo. Sotto altri aspetti, invece, abbiamo bisogno di più consumo. [...] Non c'è salvezza senza progresso dei consumi, per quanto necessariamente ridefiniti secondo nuovi criteri. [...] Il tempo delle rivoluzioni politiche si è compiuto, ora ci attende il riequilibrio della cultura del consumerismo e la re-invenzione permanente dei consumi e degli stili di vita* » (Lipovetsky, 2007).

La re-invenzione degli stili di vita sta forse emergendo, in quanto, come denota Fabris (2010) per la prima volta sono emerse nel consumatore

« *segnali di disagio e di sazietà nei confronti di una iperofferta che diviene sempre più pervasiva* ».

Quindi si potrebbe prospettare lo scenario di un consumatore più consapevole e forse pronto a reagire, tale per cui

« *presto o tardi arriverà il momento del suo superamento, che inventerà nuovi modi di produzione e di scambio, ma anche di valutare i consumi e di vedere la felicità. In un futuro lontano*

sortgerà una nuova gerarchia di beni e valori. La società degli iperconsumi avrà vissuto la sua vita e ceduto il passo ad altre priorità, a un nuovo immaginario del ben-vivere e delle vita in società » (Lipovetsky 2007).

A tal riguarda Manzini identifica il contributo e le responsabilità del designer considerato che

« *[g]iven the evident un-sustainability of the ideas of wellbeing that have been dominant until now, and that design as a whole collaborated to consolidate and diffuse, it is clear that the first ethical move that designers have to make is to find a new and (hopefully) sustainable idea of well being* » (Mazini, in Bœuf et al 2006).

03 2

Stili di vita contemporanei per la sostenibilità

La seguente ricerca recepisce l'invito appena esposto di Manzini e tenta di identificare aree di intervento per la promozione di una rinnovata idea di benessere e di soddisfazione che si riceve dal rapporto con i prodotti, perseguendo il lungo termine.

Infatti, come riassume Woolley, la motivazione principale che induce un utente a disfarsi di un prodotto è l'affermarsi di uno stato di insoddisfazione che deriva dal rapporto con esso, per cause principalmente di obsolescenza tecnologia o stilistica. Si tratta dell'ultimo stadio di 4 fasi principali della variazione dell'empatia con l'oggetto⁷.

\ 7 Il primo periodo è segnato dalle riflessioni su un potenziali acquisto caratterizzato da una sensazione di piacere per crescente anticipazione che può essere ulteriormente amplificata con il procrastinamento dell'acquisto.

Il secondo periodo è dato dall'acquisto stesso del prodotto in cui si manifestano sensazioni di piacere per la percezione della novità e per il gusto dell'esplorazione.

Il terzo periodo, il più lungo dei 4, sancisce l'uso regolare del prodotto con conseguente emersione di un atteggiamento critico nei confronti delle reali caratteristiche del prodotto. Il fascino iniziale per il prodotto a partire dalla fase di pre-acquisto è decisamente scemato fino all'affermarsi di sensazioni di insoddisfazione a causa di fattori, come l'usura, malfunzionamento, deterioramento del prodotto fra gli altri, che possono essere potenzialmente sostituite dall'atto di un nuovo acquisto.

	Phase	Pleasure	Change	Outcome
1	pre-purchase	anticipation	growing pleasure	arousal
2	short-term	exploration	optimum pleasure	excitement
3	medium-term	application	decreasing pleasure	assimilation
4	long-term	use	pleasure to dissatisfaction	disinterest or boredom

tabella 03.11 Fasi di interazione fra utente ed artefatto e rispettive sensazioni. Tratto da Woolley, 2003.

L'obsolescenza programmata che si afferma a partire dal secondo dopoguerra (Packard, 1989) ha portato però ad un'estrema riduzione della durata del ciclo di soddisfazione dal prodotto per cui risulta ora ancor più auspicabile l'eventualità di una quinta fase in cui il prodotto genera soddisfazione per lunghi periodi fino a essere considerato un bene durevole per la vita propria e altrui, come nel caso di antiquariato. L'eventualità di quest'ultima fase affonda sul principio secondo cui

« *attachment to the object which transcends its 'practical' functions [...] can be for a variety of reasons including sentiment, historical context, physical/sensory attributes, as well as the value associated with consistently effective performance* » (Woolley, 2003).

La sfida progettuale risulta quindi la capacità di infondere negli artefatti o nelle strategie progettuali realizzate, occasioni di sviluppo di attributi di emozioni o sensazioni, ad esempio in quanto

« *the maintenance of pleasure throughout the lifetime of the product and the extension of product life through extended pleasure, have become imperatives for environmental reasons* » (Woolley, 2003).

Le possibili applicazioni di tale principio possono essere innumerevoli e nella storia del design è ricorrente la tendenza al recupero del valore emozionale o delle qualità 'soft' degli artefatti⁸.

Attualmente è cruciale coniugare tale presupposto con il perseguimento di stili di vita non solo soddisfacenti ma potenzialmente sostenibili. A tal scopo, in questa ricerca viene considerato proficuo il riferimento a pratiche e modelli contemporanei che plausibilmente soddisfano tale criterio e da considerare come fonte di riflessione per

« *finding a mix of products and services through which consumers will be able to buy less, use less, and dispose of less without suffering a loss of well-being* » (Cooper 2005)

affinché si possa favorire il processo di

« *getting more with less, not more stuff but more satisfaction, not quantity but quality. This is what is meant by the concept of consumption efficiency: the level of social welfare and personal satisfaction obtained per unit of energy and materials consumed* » (Manno, 2002).

Quanto riportato può in prima istanza risultare contraddittorio nei termini, eppure si condivide qui la necessità che

« *reduced economic consumption coupled with an emerging appreciation of pleasures that are not so reliant material consumption represents a step towards the resolution of the tension between consumerist consumption and environmental sustainability* » (Evans e Jackson 2008)

foraggiando quanto è stato anche denominato 'alternative hedonism', ovvero

« *sensual pleasures of consuming differently* » (Soper, 2007).

\ 8 A titolo esemplificativo vedi Branzi, Andrea. 1984. La casa calda: esperienze del nuovo design italiano. Milano: Idea books.

03 3

Riferimenti di stili improntati alla sobrietà: i Voluntary Simplifiers

La seguente trattazione riporta i principali contributi sugli studi di stili di vita improntati alla sobrietà e alla semplicità. A tale scopo verrà effettuato fondamentale riferimento alla ricerca di Marchand, secondo la quale

« *relationships are emerging that bring these issues together: getting more satisfaction from goods, consuming less, recovering and maintaining goods locally, re-presenting older goods in new ways, and re-designing products for ease of upgrading. These directions represent a significant challenge and offer new opportunities that recognise not only the functionality of 'things', but also how we relate to them* » (Marchand, Walker e Cooper, 2008).

Lo studio di stili di vita così caratterizzati è discusso e talvolta criticato, come da Fuchs e Lorek (2005) che mettono in dubbio la reale efficacia di tale approccio, soprattutto in termini di incisività sulla condizione di regimi non-sostenibili e di coinvolgimento di altre persone, che vedono nel consumo un diritto individuale. La posizione manca però di ulteriori argomentazioni tali per cui nonostante sia necessario considerare la difficoltà dell'intervento su ampia scala negli stili di vita dei consumatori, l'obiettivo non appare intrinsecamente fallimentare e in questa sede appare invece promettente.

All'avvento della prima crisi ambientale e petrolifera degli anni '70 del secolo scorso sono emersi numerosi movimenti o gruppi

che auspicano e praticano stili di vita improntati alla sobrietà e alla semplicità in risposta ad una tendenza della società verso il consumismo sfrenato.

Fra questi attualmente si annoverano praticanti e sostenitori di Anti-consumerism, Cultural Creatives, Degrowth, Downshifting, Eco-communalism, Ecological economics, Ecovillage, Ethical consumerism, Frugality, Homesteading, Intentional community, Intentional living, Mottainai, Permaculture, Simple living (or Voluntary Simplicity), Slow Movement, Sustainable living, Thrifting, e di Transition Towns.

Lo studio di tali movimenti può suggerire e supportare l'identificazione di pratiche sostenibili che possono venire amplificate e rese piacevoli soprattutto dal contributo del design. Voluntary Simplicity (VS)⁹, ovvero

« *a system of beliefs and a practice, centered on the idea that personal satisfaction, fulfillment, and happiness result from a commitment to the nonmaterial aspects of life. This belief is put into practice by minimizing consumption of material goods, exercising self-reliance, developing one's intellect, and other nonmaterial facets of human existence* » (Zavestoski, 2002).

Marchand et al. (2010), attivi nelle ricerche per il design, hanno studiato e coinvolto la comunità dei

« *Voluntary Simplifiers, who not only consume less but also opt for more environmentally and socially responsible goods and services, can provide interesting and important insights for research into consumer cultures. Although voluntary simplicity is certainly not a panacea to the ecological crisis we are experiencing, many authors see it as a counter response to the dominant consumer culture that holds crucial lessons for a more sustainable society and for advancing our understanding*

⁹ Per uno studio panoramico su questo movimento sono suggeriti: Elgin, D. 1993. *Voluntary simplicity*. New York: William Morrow; e Shi, D. 1985. *The simple life*. New York: Oxford University Press. Altri numerosi riferimenti in Marchand et al., 2010.

of sustainable consumption ».

Limiti e potenzialità delle nicchie e delle transizioni

La scelta effettuata in questa ricerca di analisi a partire dall'osservazione di pratiche interne a comunità come quelle sopraccitate potrebbe sollevare il dubbio sulla rispettiva validità in quanto riferito ad un contesto definito e limitato nel numero di persone coinvolte. In altre parole si tratta di gruppi e nicchie che tendenzialmente operano al di fuori delle convenzioni e dei comportamenti generalmente osservabili.

Tale caratteristica è in questo contesto considerata come una potenzialità da sviluppare in quanto l'obiettivo generale è contribuire agli sforzi di ridefinizione dei modelli di produzione e consumo convenzionali e generalmente osservabili, per cui il riferimento ad essi come modelli risulterebbe controproducente e contraddittorio. D'altro canto il riferimento a pratiche che vengono ormai perpetuate da decenni e da comunità distribuite su diversi paesi del mondo industriale sono qui considerati come laboratori di sviluppo di possibili soluzioni, o perfino come embrioni da alimentare per la generazione di un organismo sano.

« *people and communities who act outside the dominant thought and behaviour pattern and that, when faced with a result to achieve, organise themselves in such a way as to get what they want directly themselves [...] They tell us that, already today, it is possible to do things differently and consider one's own work, one's own time and one's own system of social relationships in a different light. They tell us that the learning process towards environmental and social sustainability is beginning to build up a body of experience and knowledge. They tell us that there is an inversion of tendency from the disabling processes of the past (and sadly still dominant today)* » (Manzini, in Bœuf et al 2006).

Gruppi di persone che agiscono nei modi sopraccitati vendono

denominati da Manzini 'creative communities', ovvero

« *groups of people who cooperatively invent, enhance and manage innovative solutions for new ways of living* » (Manzini, in Bœuf et al 2006).

A supporto di questa visione personale del focus su nicchie, le teorie per la transizione riconoscono il potenziale incorporato da fenomeni apparentemente limitati nel tempo e nello spazio, di cosiddette 'discontinuità sistemiche locali;

« *[t]he groundwork for macro-transformations and for great systemic changes is laid by micro-transformations and by local systemic discontinuities, i.e. through the kind of changes in which design can play an important role* » (Manzini, in Bœuf et al 2006).

Si veda ad esempio la diffusione ormai su scala planetaria dei fenomeni legata alla cultura del cibo biologico o locale, manifestata dalle attività del Gruppo di Acquisto Solidale o dal movimento di Slow Food.

Il passaggio da micro- a macro-sistema è, come ci si può attendere, particolarmente complesso e delicato. Le transizioni richiedono una gestione piuttosto articolata di numerosi elementi nei vari livelli. Da un punto di vista più ampio rispetto al ruolo del designer, infatti,

« *[t]hese system changes are labelled 'socio-technical' because they not only entail new technologies, but also changes in markets, user practices, policy and cultural meanings* » (Geels, 2004)

tali per cui sono fondamentali approcci di analisi ampi, quali la prospettiva multi-livello (MLP) con cui si intende

« *a framework for understanding sustainability transitions that provides an overall view of the multi-dimensional complexity of changes in socio-technical systems* ».

La strategie MLP distinguono tre livelli analitici, quali

« niches (the locus for radical innovations), socio-technical regimes, which are locked in and stabilized on several dimensions, and an exogenous socio-technical landscape [...] The MLP proposes that transitions, which are defined as regime shifts, come about through interacting processes within and between these levels » (Geels, 2010).

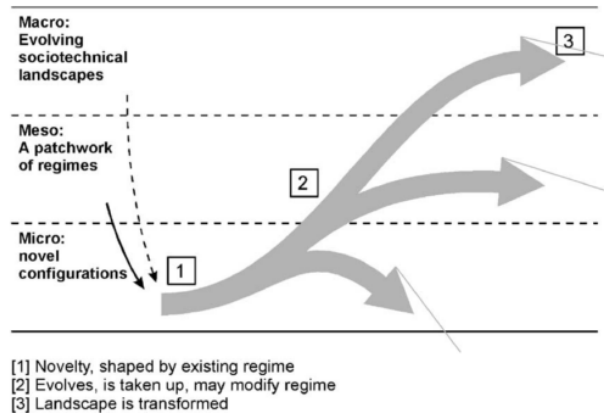


figura 03.12 Rappresentazione delle possibili dinamiche di cambiamento socio-tecnologico. Tratto da Geels, 2002.

Inerentemente alla ricerca qui sviluppata, la considerazione di movimenti e comunità come quella della VS è necessariamente un livello ancora di nicchia, che però può assumere connotazioni si alto potenziale considerando che

« [r]adical innovations emerge in niches, where dedicated actors nurture alignment and development on multiple dimensions to create 'configurations that work'. These niche-innovations may

break through more widely if external landscape developments create pressures on the regime that lead to cracks, tensions and windows of opportunity » (Geels 2010).

Quindi, il riferimento alla nicchia della VS (e di fenomeni affini) si presta comunque a possibili sviluppi verso il livello successivo del 'regime', soprattutto alla luce di quanto verrà trattato e argomentato nei capitoli successivi a proposito della pratica di riferimento analizzata dell'auto-produzione in questo momento storico che sembra favorire proprio tale salto di livello. Laddove forti criticità emergono come barriere a questo salto, si propone il contributo del design.

Contributi dalla VS per il progetto

La volontà di contribuire alla diffusione degli aspetti promettenti della pratica della VS si attua in questa ricerca a partire dall'identificazione di attività riscontrate fra i rispettivi che appaiono incorporare un vantaggio ambientale e che possono ispirare il mondo del progetto.

Le attività dei Voluntary Simplifiers sembrano in generale prediligere prodotti e servizi che sembrano essere sostenibili e relativi ai confini locali, praticare la riparazione, lo scambio e l'auto-produzione, investire nelle proprie comunità, ridurre il consumo di prodotti alimentari di origine animale o lavorati in favore di quelli di natura biologica, evitare di abitare in periferie per ridurre la necessità di trasporti, praticare attività ludiche a basso impatto ambientale (Craig-Lees e Hill, cit in Marchand et al, 2008)¹⁰. Un'adeguata interpretazione ad ampio spettro di tali osservazio-

¹⁰ I praticanti della VS sono caratterizzati da diversi approcci che Marchand e Walker (2008) suddividono in 4 gruppi, di questi, in particolare due - "Better World" Simplifiers e "Quality of Life" Simplifiers - coniugano la pratica della sufficienza con l'efficienza (Marchand et al, 2008), avvalorando la tesi della possibilità di perseguire un rinnovato modo di consumare e produrre, mentre altri potrebbero non necessariamente portare ad un effettivo vantaggio ambientale, da cui si deduce la necessaria precauzione nell'identificazione di eventuali futuri studi sul tema.

ni da parte del mondo del design plausibilmente apporta un sostanziale contributo in termini di appetibilità percepita da altre persone verso pratiche simili a basso impatto ambientale; infatti

« *Design approaches that revisit the notion of personal fulfilment, not simply through product acquisition but within a more holistic perspective, could support positive changes in making sustainable lifestyles more attractive* » (Marchand e Walker, 2006).

Gli studi sul campo di Marchand et al (2008), confermano i benefici individuali o familiari percepiti dai praticanti della VS per motivazioni non solo di sostenibilità generale ma anche di miglioramento della qualità della vita individuale e familiare. L'osservazione è confermata anche dagli studi di Brown e Kasser (2005), dove

« *VS participants were significantly happier (reporting more life satisfaction and positive affect, and less negative affect) than the mainstream group; furthermore, they participated in substantially more ecologically sustainable behaviors and had lower ecological footprints* ».

Dal punto di vista della progettazione, si deducono alcune osservazioni.

In primo luogo la scelta di comportamenti e acquisti eco-sostenibili è conseguenza di una percezione di incremento delle proprie condizioni di vita e benessere, seguito e avvalorato dalla consapevolezza di ripercussioni sul bene collettivo.

La relazione con gli artefatti è caratterizzata in primo luogo da un apparente paradosso fra estrema cura di quanto a ritenuto necessario e distacco per evitare legami con la materialità. Ad ogni modo

« *this position should not be seen as a 'rupture' or 'break' with the material world, but as a different stance towards it* » (Marchand e Walker, 2006).

La volontà di distacco da beni materiali non ritenuti fondamentali amplifica il valore attribuito alla condivisione con altre persone o la comunità per cui da un punto di vista progettuale

« *results focussed design solutions, such as service-systems, are more likely to require users to be able to find satisfaction without 'owning'; something which represents a real challenge for conventional product design. Such directions suggest that designers must look for alternative sources of meaning and pleasure, towards shared products, and products that enable a service* » (Marchand e Walker, 2006).

Da qui il valore attribuito a servizi per i servizi improntati alla condivisione, al noleggio e anche al recupero dell'usato.

D'altro canto, la selezione degli oggetti posseduti viene limitata preferibilmente ad artefatti che richiedono bassi livelli di attenzione e manutenzione per non sottrarre energie alle convenzionali attività giornaliere o al tempo libero disponibile. Da qui la tendenza degli intervistati nello studio di Marchand a preferire l'acquisto di prodotti con una ridotta quantità di componenti e caratteristiche, in quanto oggetti più semplici appaiono anche meno delicati e pertanto meno esigenti in termini di cura richiesta (o perfino di rinnovo dell'acquisto). Dal punto di vista progettuale, quindi,

« *offering fewer but carefully selected features and options are appreciated* » (Marchand e Walker, 2006).

A fronte della predilezione per pochi oggetti, i praticanti della VS sembrano prediligere oggetti altamente specializzati e che effettuano eccellentemente lo scopo per cui sono stati progettati e acquistati, in quanto garantiscono *'more with less'*.

La predilezione di artefatti semplici e pochi da generare maggior tempo libero è coerente anche con la preferenza per le caratteristiche di trasparenza, intelligibilità e facilità di interpretazione dei prodotti per favorire l'autonomia di gestione dell'artefatto nel tempo da parte dell'utente

« *[s]uch qualities give them the feeling that they have control over the objects and that they can repair them if broken, or at least understand what is wrong* » (Marchand e Walker, 2006).

La volontà di intervenire sull'oggetto per allungarne la vita supporta la tesi del contributo che il design può apportare a sostegno della VS ma anche per rendere appetibili pratiche a basso impatto ambientale. La durabilità degli artefatti risulta così cruciale, in termini sia temporali che di adattamento alle preferenze e necessità degli utenti. Pertanto risultano auspicabili qualità come la modularità, la riparabilità e l'evolubilità che in fase di progettazione è possibile definire e favorire.

03 4 Coinvolgimento attivo e focus sulle attività di auto-produzione

L'analisi delle attività portate avanti dai praticanti della VS suggerisce diversi espedienti per il trasferimento di elementi di vantaggio ambientale nei prodotti e servizi. L'aspetto che in questa ricerca viene maggiormente apprezzato della VS è l'associazione del benessere anche alla volontà di agire e creare da sé quanto necessario. Tale aspetto da un lato risulta interessante perché si sovrappone alla professione del progettista e dall'altro perché alle attività di creazione si attribuisce un forte potenziale formativo. Difatti, il benessere come inteso a partire dal dopoguerra è stato associato al sollievo dalle fatiche fisiche così che le persone gradatamente sono state allontanate dal contatto con la matericità e i processi per la generazione di artefatti, con relativi effetti qui ritenuti negativi. Infatti

« *[t]his way of looking at wellbeing has progressively led to the conception and development of disabling solutions: systems of products and services that, seek to reduce user involvement and sequester formerly widespread knowledge and skills to integrate them into technical devices* » (Manzini, in Bøeuf et al 2006).

Concordando con quanto riportato da Manzini, a risoluzione degli effetti generati da questa visione del benessere e modalità operative convenzionali del design si auspica e si persegue qui la definizione di un ruolo del progettista per la creazione di esperienze che apportino contributo formativo all'utente finale.

Da qui l'invito di Thackara a

« *instaurare nuove relazioni al di fuori dei confini abituali, esplorare nuovi modi di collaborare e di realizzare progetti. Dobbiamo incrementare la facoltà di tutti i cittadini di partecipare alla discussione, di interrogarsi in modo costruttivo sul loro ambiente e sul loro contesto, favorendo le relazioni tra le persone che producono cose e le persone che ne fanno uso* » (Thackara, 2008).

Dal punto di vista operativo, viene quindi percepita la necessità

« *to conceive and develop systems able to consider and evaluate people's capabilities in terms of sensibility, competence and enterprise: systems that enable people to fulfil their potential, using their own skills and abilities in the best possible way to achieve their desired results* (Manzini, in Bœuf et al 2006)

cosicché

« *empowers users and communities with the sense of initiative, collaboration and belief in one's ability to find a better way of living* » (Vezzoli e Manzini, 2008),

analogamente a quanto rilevato per i praticanti della VS.

A tale scopo risulta cruciale sostenere lo sviluppo delle abilità delle persone, le loro 'capabilities'. Con riferimento alle teorie di Nussbaum e Sen, il concetto di 'capability' (o capacità) indica

« *the possibility of a person to achieve a result using his/her own personal resources and the set of solutions he/she has access to [...] that it leads us to talk about people's well-being moving our attention away "from goods to what goods enable human beings to achieve"* » (Manzini, in Bœuf et al 2006).

Dal punto di vista del progetto, lo scopo è perseguibile secondo Manzini, generando delle 'enabling solutions' (o soluzioni abilitanti), ovvero

« *systems of tangible and intangible elements (such as technologies, infrastructures, legal frameworks and modes of governance and policy making) that enable individuals or communities to use their skills and abilities to best advantage and, at the same time, make a proposed solution more effective, more accessible and therefore more likely to spread* » (Manzini, in Bœuf et al 2006).

Definita la strategia operativa del design per contribuire allo sviluppo delle abilità delle persone congiuntamente a una sensibilità verso la sostenibilità ambientale, ne consegue la necessità di identificare la modalità applicativa e l'area di intervento.

Tenendo conto di quanto emerso dall'indagine sulle attività e caratteristiche di prodotto apprezzate e valutate dai praticanti della VS, l'auto-produzione e manutenzione degli artefatti viene quindi considerata una delle attività particolarmente promettenti.

La volontà di intervento nella definizione e riparazione degli artefatti congiuntamente al tempo guadagnato da un limitato impegno per la cura di artefatti posseduti e soprattutto per la scelta spesso di impieghi lavorativi a tempo parziale, supporta la diffusione e la pratica del fai-da-te fra i praticanti della VS. Generalmente considerata come un hobby, l'auto-produzione di oggetti può apportare apprezzabili contributi non solo economici ma anche psicologici poiché da un lato si è consapevoli di disporre di un oggetto necessariamente unico (fuori dalle logiche industriali e di produzione di massa) e dall'altro si incrementa la propria autostima. Attività che richiedono il contatto con gli artefatti favoriscono

« *more "direct encounter" with the world. [...] Objects which make them feel as if they are the principal actor in an activity are especially valued, whereas less value is given to the types of objects that have been described by one participant as "products that are doing everything for us and that are creating a sort of distance between us and the task we wish to accomplish"* » (Marchand e Walker, 2006).

Inoltre, le teorie della psicologia – che risulteranno facilmente condivisibili anche ai non esperti – sostengono la centralità del lavoro per il benessere delle persone

« *with the feeling of productivity serving as an important goal for many people [...] a large body of literature which demonstrates a fundamental human need for effectance – an ability to successfully produce desired outcomes in one's environment – and one means by which people accomplish this goal is by affecting and controlling objects and possessions* » (vari autori, cit in Norton, Mochon e Ariely, 2009).

Inoltre, a recuperare quanto precedentemente riportato sul rapporto fra valore dell'oggetto e risorse investite, la pratica dell'auto-produzione tendenzialmente genera un senso di soddisfazione nel praticante, la condizione di Flow come teorizzata da Csikszentmihalyi (1991), che consiste nello stato in cui

« *people are so involved in the activity that nothing else seems to matter; the experience is so enjoyable that people will do it even at great cost for the sheer sake of doing it* ».

La condizione di Flow si raggiunge quando determinate condizioni sussistono¹¹ ma laddove vengono assecondate

« *psychic energy we put into objects is returned in the form of enjoyment, learning, and creativity—in essence, the form of personal growth* » (Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton, cit in Thorpe, 2010).

Parallelamente, si constata nella contemporaneità la diffusione di pratiche nel campo della progettazione, del consumo e della produzione basate sul coinvolgimento attivo del consumatore.

Per cui ne deriva una percezione di elevato potenziale incorporato dalle pratiche di auto-produzione, sia per i vantaggi che queste possono apportare in termini di crescita personale e riduzione

degli impatti ambientali, sia per il contributo che il design può apportare al suo sviluppo in un momento storico che sembra accogliere con favore ulteriori innovazioni e sviluppi nella pratica stessa.

A partire da tali motivazioni, la pratica dell'auto-produzione, meglio nota talvolta con le locuzioni di Fai-Da-Te o Do-It-Yourself, sono considerate in questa ricerca il focus su cui indirizzare le risorse per identificare modalità di intervento progettuale che catalizzi processi coerenti con le strategie di produzione e consumo sostenibili; rimandando ai capitoli successivi per maggiori approfondimenti su questo aspetto, in sintesi

« *something new is emerging: a wellbeing where the 'user' is actively involved. Where he/she is, in some way, the co-producer of the results he/she wants to achieve (and is able to do so because he/she has many of the necessary intellectual and practical resources). Finally, a kind of wellbeing where the involved subject, facing a problem, is not only 'part of the problem', but also 'part of the solution'* » (Manzini, 2006).

Nella seguente trattazione della ricerca si vorrà indagare le potenzialità della pratica dell'auto-produzione e del coinvolgimento del praticante nel processo creativo (soprattutto per l'allungamento della vita degli artefatti altrimenti dismessi) perché si assume che possa stimolare la crescita del praticante verso pratiche sostenibili in quanto consente di

- instaurare un rapporto ravvicinato e plausibilmente durevole con i propri oggetti
- fornire occasioni di constatazione dei parametri cruciali per un artefatto di qualità e quindi guidare in acquisti futuri
- indurre a valorizzare le risorse (naturali e culturali) locali
- ricevere soddisfazione personale dalla pratica e apprezzamenti dal contesto sociale
- collaborare con appassionati e professionisti del mestiere, quali manutentori, artigiani e, appunto, designer

\ 11 Per maggiori approfondimenti, si veda il capitolo Analisi, Interviste, pagina XXX.

tenendo presente che

« *[h]ighly creative, informed and sensitive design interventions are necessary for the development of alternatives solutions that are ecologically acceptable, socially relevant, aesthetically pleasing, economically viable, technologically appropriate, and individually satisfying* » (Marchand e Walker, 2006).

CAPITOLO 03

Il senso del consumo e il nuovo volto del benessere : in sintesi

Il terzo capitolo riporta sinteticamente le teorie principali sul consumo e stili di vita argomentando

- il ruolo cruciale del consumo nell'ultimo secolo che distinto in tre fasi culmina con l'Iper-consumo
- il paradosso (di Easterlin) sul mancato incremento di felicità individualmente percepito nonostante la crescita del PIL nazionale e di conseguenza del benessere economico, da cui deriva che all'incremento di consumi non corrisponde un incremento di felicità percepita
- la necessità di intervenire nel rapporto fra persona ed artefatto per implementarne il legame emozionale e auspicabilmente la longevità dell'artefatto stesso, considerando eventuali strategie di 'edonismo alternativo' che renda piacevole pratiche di consumo a basso impatto ambientale
- gli stili di vita basati sulla sobrietà e attualmente praticati da comunità globalmente distribuite (come i Voluntary Simplifiers) che associano la felicità percepita alla limitatezza dei consumi e al rispetto delle risorse naturali fra gli altri
- le potenzialità che tali nicchie di 'discontinuità locale' offrono per studiare e favorire i fenomeni di transizione di buone pratiche coltivate al loro interno verso livelli superiori
- aspetti assunti come positivi nelle pratiche di interazione con

gli artefatti internamente alla comunità dei Voluntary Simplifiers (quali limitatezza del numero di oggetti posseduti, predilezione per i servizi, riparabilità come criterio di scelta dell'acquisto) e che posso risultare come riferimento per il progetto che ambisce a trasferirli su scale maggiori

- il contributo del progetto a generare 'enabling solutions' per sviluppare le 'capabilities' delle persone
- la potenzialità della pratica di auto-produzione ricorrente nei Voluntary Simplifiers e che appare in questa ricerca come occasione una valevole 'enabling solution' in grado di favorire il prolungamento della rapporto delle persone con gli artefatti.

I

contesto
p. 3

II

ambito
p. 31

III

strategia

IV

field work
p. 139

V

proposte
p. 267

4

5

IL DESIGN PER IL DIY E IL COIN-
VOLGIMENTO DELLE PERSONE
p. 67

CAPITOLO 04

DIY E COINVOLGIMENTO DELLE PERSONE

49

- 51 | Origini e sviluppo del DIY
- 56 | Le motivazioni per il DIY
- 58 | Gli aspetti motivazionali del DIY
- 62 | DIY come appropriazione

Il seguente capitolo costituisce uno dei principali contributi alla ricerca attraverso l'identificazione, analisi e strutturazione dei principali fenomeni contemporanei di coinvolgimento delle persone nel processo creativo dell'artefatto. A tale scopo viene in primo luogo trattato il concetto del Fai-Da-Te o dell'inglese Do-It-Yourself (DIY), studiando i suoi principali riferimenti nello stato dell'arte soprattutto in ambito sociologico. In seguito sono esplicitati i casi ritenuti significativi di coinvolgimento dell'utente, valorizzando il potenziale contributo da parte del Design.

L'acronimo DIY nella lingua inglese indica la pratica del Do-It-Yourself, ovvero del Fai-da-te, qui inteso generalmente come attività di ideazione e realizzazione di un artefatto da parte di praticanti non professionisti, come da seguente definizione:

« any creation, modification or repair of objects without the aid of paid professionals » (Kuznetsov e Paulos, 2010).

Il DIY è una pratica ampiamente diffusa;

« Despite periodic ups and downs, spending on DIY/decorating has been growing at a fairly steady rate of around 7-8% per year since the late 1990s (Mintel 2003; 2005). Around 62% of the UK adult population claim to participate in DIY, including decorating – a separate category defined as “internal and external painting, staining or wallpapering” (Mintel 2003; 2005). Such activities account for around 13% of the time spent on house related activities in 2000 (ONS 2001) and generate a market for related products that is currently worth around £12 billion per year in the UK » (Watson e Shove, 2006).

In questa ricerca, la connotazione assunta dalla pratica del DIY valorizza l'azione diretta del praticante in qualità di attore principale dell'esperienza e del processo creativo, senza comunque escludere la possibile partecipazione di ulteriori figure anche professionali, fra qui il product designer appunto.

Il momento storico è favorevole allo sviluppo della pratica, in quanto

« Ulrich Beck has argued that, [...] we live in an era of 'individualization'. The term refers to the requirement to create one's own self, to 'write one's own biography' instead of having it more or less drafted by the circumstances of one's birth » (Hamilton, 2010).

La scelta del campo di applicazione di ricerca sul DIY è avvalorata dal potenziale che questa pratica offre, congiuntamente al coinvolgimento di fattori condivisi con la professione della progetta-

zione.

Come dedotto da una ricerca multi-disciplinare inglese¹,

« [f]irst, [DIY] constitutes a significant but relatively unexplored domain both of consumption and of practice.

[...] Second, DIY is a field in which the relation between tools, materials and competence is plainly significant. As such it allows us to investigate the characteristics and qualities of specific combinations of skill and consumer goods, here including tools and materials, involved in accomplishing projects such as the renovation of a room.

Third, the process is typically transformative, both of those who do DIY and of the physical objects and structures on which they work » (Watson e Shove, 2006).

Considerate le aree di sovrapposibilità con la pratica progettuale, la ricerca si propone di valutare il DIY come esperienza dotata di potenziale per innescare non solo soddisfazione creando esperienze favorevoli per la condizione di flusso, ma anche processi empatici di crescita e consapevolezza negli utenti. In questa ricerca il diretto contatto con la tangibilità degli artefatti è assunto come occasione per gli utenti di conoscere o rafforzare la consapevolezza dell'energia e dei tempi necessari alla produzione di un artefatto, auspicabilmente favorendo il rallentamento dei ritmi di consumo e dismissione.

Inoltre, creazioni da parte di figure non professionali hanno dimostrato poter apportare consistenti innovazioni, pari anche all'80% (Baldwin, Hienerth, e von Hippel, 2006), tale per cui un contatto ravvicinato con il contesto professionale del progetto potrebbe di riflesso contribuire a stimolare o anche migliorare l'approccio dei professionisti stessi.

L'ipotesi del potenziale incorporato dalla pratica prende vigore poi dal recente fenomeno di diffusione delle forme di auto-pro-

\ 1 Dati ricerca Shove, Ingram, Watson... Consuming Cultures...

gettazione e –creazione, come verranno riportate in questo capitolo, tale per cui viene amplificato il potenziale effetto che lo studio su questa pratica può generare sul terreno fertile della contemporanea creatività distribuita.

Anche il Victoria&Albert Museum di Londra ha celebrato la potenza del fare di comuni persone nei più disparati ambiti, nella mostra conclusa di recente, intitolata appunto 'Power of Making',

« *showing works by both amateurs and leading makers from around the world to present a snapshot of making in our time* »².

A tale scopo viene in seguito analizzata la pratica del DIY comunemente intesa e tipicamente riferita all'implementazione dell'ambito domestico (ambiente di riferimento di questa ricerca) con riferimento alle motivazioni che supportano i suoi praticanti. In seguito, verranno enfatizzati gli aspetti inerenti alla professione del progettista per identificare potenziali ambiti di intervento.

Difatti,

« *if it is true that we live in a society where 'everybody designs', designers should accept that they can no longer aspire to a monopoly on design and, at the same time, they have to be able to recognise what could be their new, and in my view important, specific role* » (Manzini, 2006).

04 1 Origini e sviluppo del DIY

Secondo le visioni tradizionali di filosofi e critici come Marx o Veblen,

« *the form of labour that was undertaken by the craftsman or craftswoman was the most quintessential of all human activity. It was seen as ennobling, humanizing and, hence, the ideal means through which individuals could express their humanity* » (Campbell, 2005).

L'auspicio di un ritorno alla produzione o trasformazione diretta degli artefatti direttamente da chi ne fruisce si presenta periodicamente nella storia dell'ultimo secolo e soprattutto a seguito delle grandi trasformazioni apportate dalla rivoluzione industriale e dal consumo di massa. I principali esponenti sono a proposito Marx, Veblen e Morris con le loro teorie a favore della manualità e contatto diretto con i processi di trasformazione per un utente che non subisca invece passivamente il consumo degli oggetti o la loro produzione alienante. Più in generale, sembra che la proposta per un recupero della manualità e delle attività per la creazione diretta di artefatti da chi li consumerà si affermi più decisamente in contesti di crisi verso, tipicamente del sistema economico o sociale. Difatti, seppur il termine è stato pubblicizzato negli Stati Uniti sin dal 1912 (Gelber, 1997), la pratica del DIY viene generalmente contestualizzata e praticata a partire dagli anni '50³, a

\ 3 Seppur « its taken-for-granted application to a distinct set of activities and its contraction to 'DIY' seems particular to the UK in the late twentieth century » (Watson, e Shove, 2006).

\ 2 <http://www.vam.ac.uk/content/articles/p/powerofmaking>

seguito della fine delle guerre mondiali, quando la strutturazione del lavoro, l'incremento del tempo libero disponibile e la ricerca di modalità di investimento di esso hanno portato l'uomo e il sesso maschile, a ricercare attività domestiche che al contempo non inficiassero l'idea di virilità (vedi Thompson, in Jackson, 2006). Infatti,

« *'the industrially induced bifurcation of work and leisure' at the end of the nineteenth century as one of the main reasons that hobbies and handicrafts took hold, stating that 'the ideology of the workplace infiltrated the home in the form of productive leisure.' [...] DIY was clearly a necessity rather than a leisure pursuit* » (Gelber, in Atkinson, 2006).

L'origine del DIY potrebbe venir fatta coincidere con l'incremento delle abilità manuali dell'uomo primitivo che realizza da sé utensili con le selci, ma i primi segni di movimenti strutturati del DIY in Inghilterra risalgono al 1800 circa. Eppure, Johnson, fondatore del DIY Magazine, ritiene che 3 sono stati i fenomeni e invenzioni che hanno affermato la pratica del DIY:

« *First, the introduction of the electrically powered pistol drill with its attachments, which reduced the efforts of sawing, drilling, sanding, etc, enabled the amateur to tackle basic woodwork and home-repairs.*

Second was the appearance of emulsion paint and the paint roller. Here was a water-based paint, almost odourless, which the amateur could use to cover large areas with the minimum of labour and fuss. It was new something new to be able to clean brushes with water.

Third was the far-reaching decision of the Wall Paper Manufactures Ltd (which in fact had been founded in 1899) to make their products available to the public for the very first time through their retail outlets. And not only to make them available but to give demonstrations throughout the country to

show how easy it was to apply them » (Johnson, 1977).

I tre elementi di sviluppo del DIY proposti da Johnson, per quanto espressione di considerazioni soggettive ed euristiche, possono trovare facilmente consenso nell'esperienza di coloro che hanno affrontato attività di bricolage e miglioramento dell'ambiente domestico, soprattutto inglese. È interessante denotare come le tre invenzioni abbiano contribuito sui diversi aspetti della pratica: alleggerendo il peso di costose strumentazioni nel primo caso, come anche nel secondo congiuntamente all'ottenimento di un risultato non sgradevole al naso, e la fatica del reperimento nell'ultimo caso, supportato dalle dimostrazioni dirette.

Per quanto riguarda il primo punto, negli anni della strutturazione del lavoro e creazione del tempo libero, le aziende produttrici di utensili e materiale per l'edilizia e i suoi professionisti hanno colto la possibilità di soddisfare tali richieste estendendo la propria categoria di clienti anche alle classi non professionali. La Black and Decker immette così sul mercato utensili elettrici per attività che oggi definiremmo di bricolage e il genere maschile le accoglie sia per impiegare il proprio tempo libero che per contribuire alla domesticità e al suo bilancio. Nel 1972, McLuhan e Nevitt vedevano nella tecnologia elettrica la possibilità per ogni consumatore di diventare anche un produttore. Negli ultimi anni il ritorno al DIY è stato supportato da sviluppi tecnologici mirati all'abbassamento dei prezzi o alla facilitazione dei processi d'uso a diversi livelli di competenze richiesta, portando alla rimodellazione e riprogettazione di materiali e prodotti (Watson, e Shove, 2006).

Lo sviluppo del DIY in questi anni è stato sostenuto dal ruolo dei media, soprattutto riviste specializzate e programmi televisivi (Jackson, 2006), o dal web. La rivista emblematica del settore, 'Make' (e l'analoga 'Craft'), ha esteso la modalità di comunicazione e divulgazione. Dal 2006, è attiva l'iniziativa di Maker Faire, ovvero un evento di condivisione delle proprie creazioni, dall'anima ibrida;

« [p]art science fair, part county fair, and part something entirely new, Maker Faire is an all-ages gathering of tech enthusiasts, crafters, educators, tinkers, hobbyists, engineers, science clubs, authors, artists, students, and commercial exhibitors. All of these “makers” come to Maker Faire to show what they have made and to share what they have learned »⁴.

L'iniziativa è stata avviata negli USA pochi anni fa e si è ormai estesa su scala planetaria a testimonianza del crescente interesse verso la partecipazione attiva alle attività creative. Make magazine comunica anche attraverso il web⁵ nelle molteplici forme di blog, rivista on-line o dimostrazione di realizzazione da parte degli utenti.

La rete offre ormai infiniti blog di presentazione di quanto realizzato da sé e analogamente numerose piattaforme di condivisione di progetti realizzati dagli utenti della comunità di appartenenza⁶. Alla prima categoria, ovvero piattaforme realizzate per suggerire modalità di interventi e creazioni, appartengono numerosi siti che squali eHow⁷ o DIY:happy⁸. Il Web 2.0 supporta anche lo sviluppo di simili piattaforme a cui contribuiscono gli utenti caricando il proprio suggerimento o creazione per ispirare altri utenti. Fra i più noti di quest'ultimo genere, si annoverano iFixit⁹ e Instructables¹⁰, entrambi principalmente indirizzati a suggerire modalità di intervento per riparare, implementare, riusare e in generale prolungare la vita di un artefatto per lo scopo originale (vedi il primo) o alternativi (tipicamente il secondo).

\ 4 <http://makerfaire.com/about.html>

\ 5 <http://makezine.com> e <http://craftzine.com>

\ 6 La rete e i media contribuiscono decisamente allo sviluppo e divulgazione della pratica, anche se secondo von Hippel,

« [s]omething like the Maker Movement has always existed. What's new about this is that it's visible on the web, so we can find and see each other » (in Lomsee, 2010).

\ 7 <http://www.ehow.com>

\ 8 <http://www.diyhappy.com>

\ 9 <http://www.ifixit.com>

\ 10 Ulteriori riferimenti a questa piattaforma al capitolo XXXXXXX. <http://www.instructables.com>

Un ruolo analogo era stato assunto dalle riviste negli anni '20 e '30 per il cucito e in generale per il DIY considerato femminile (Hackney, 2006).

Forti analogie con il contesto attuale di crisi e di affermazione dell'utente come fautore si riscontrano ad una distanza di ulteriori 20 anni circa.

« [N]el 1973 il movimento radicale cominciò a pensare a una sorta di collegamento permanente tra i molti gruppi operanti nel paese, attraverso un'agenzia che organizzasse laboratori comuni di ricerca aperti anche al pubblico. Questa idea nasceva dal tentativo di non disperdere il movimento, ma di avviarlo verso una strategia dei tempi lunghi mettendolo a confronto con nuove tematiche. La principale di queste tematiche era proprio la “creatività di massa”, che la società del tempo libero (e della scomparsa del lavoro) poneva come necessario riferimento, dentro più una generale crisi energetica della società tradizionale » (Branzi, 2008).

Nello stesso anno, il critico di arti e Design Dorfler rilevava alcuni aspetti fondamentali per un buon design nel futuro prossimo, strettamente connesso alle premesse del DIY e di questa ricerca, e secondo il quale:

« [i]l futuro dell'industrial design può essere salvato solo a patto di tre fondamentali processi:

1. l'avvento di tendenze di contro-design, di una specializzazione del design, d'una lotta contro il consumismo, contro l'edonismo disegnativo. [...] l'attuale fase di consumistica rischia di portare a una degenerazione e a un dissolvimento di ogni caratteristica formale e formativa dell'industrial design;
2. l'avvento d'un consapevole ritorno ad artefatti artigianali nel senso di un artigianato tradizionale e stilisticamente superato, ma nella presa di coscienza d'una necessità di attività manuale da parte dell'uomo in tutte quelle situazioni - e sono

molte - dove non è indispensabile l'intervento coattivo della macchina;

3. *il tentativo di dar vita ad una nuova forma di design autogenetico, trasformabile ed individualmente perfezionabile; con la creazione di oggetti componibili, assemblabili, dalle possibilità multivoche, capaci cioè di modificazioni da parte degli utenti, di rifiniture personalizzanti, e di manovrabilità multiformi, solo in parte previste dalla lavorazione in serie.*

Attraverso questi accorgimenti, anche se per ora in parte utopistici, dovrebbe essere possibile, in un futuro non molto lontano, promuovere e ristabilire nell'uomo d'oggi una autonomia creativa: quella autonomia creativa che è andata perduta o che va perdendosi per colpa d'una programmazione che avviene soltanto dall'alto e che toglie all'individuo singolo ogni possibilità di intervento e di creatività personalizzata » [testo inedito del 1973 e pubblicato per la prima volta in Dorflès, 2010 (nella prima edizione del 1996)].

Difatti, è proprio in questi anni che il futurologo Alvin Toffler (1980) 'predice' la figura del Prosumer, ovvero della crescente sovrapposizione del Produttore (PROducer) col consumatore (CONSUMER) come strategia per offrire prodotti personalizzati ad una società massificata dalla produzione industriale.

Su questa figura di un utente che pratica la creazione e trasformazione di un artefatto, Dorflès aggungerà più avanti che

« *è verosimile, tuttavia, che anche a livello di produzione industriale vera e propria in futuro si provvede a fornire direttamente all'utente dei mezzi per la "modificazione dell'oggetto" industrialmente prodotto, per la sua "personalizzazione" o attraverso elementi "decorativi" o attraverso vere e proprie modificazioni strutturali »¹¹.*

\ 11 Oggetti "trasformabili" per combattere l'obsolescenza. In Oggetti arredamento comunicazione, Liguori, Napoli, 1985. (cf. Dorflès 2010 [94-95])

Nell'ultima decade si è assistito a un crescente interesse verso le realizzazioni prodotte dalla gente comune su molteplici fronti. Tipicamente l'affermazione dei reality show nelle loro molteplici attività (dalla vita quotidiana del BigBrother alle scuole di canto di X-Factor) hanno esaltato le potenzialità degli sconosciuti, trovando supporto in fenomeni paralleli come l'affermazione di piattaforme web per la condivisione e la costruzione collettiva, tipicamente della conoscenza come per Wikipedia o della molteplice realtà di YouTube. Ad affermare l'importanza attribuite ai nuovi Carneadi, nel 2006 il Times proclama come uomo dell'anno "You", ovvero Tu, il lettore, il pubblico, una sineddoche per indicare la comunità globale dei singoli individui, considerato che

« *[i]t's about the many wresting power from the few and helping one another for nothing and how that will not only change the world, but also change the way the world changes »¹².*

Quattro anni dopo, è il fondatore di Facebook ad accreditarsi lo stesso titolo, poiché

« *In less than seven years, Zuckerberg wired together a twelfth of humanity into a single network, thereby creating a social entity almost twice as large as the U.S. If Facebook were a country it would be the third largest, behind only China and India. It started out as a lark, a diversion, but it has turned into something real, something that has changed the way human beings relate to one another on a species-wide scale »¹³.*

Pertanto, fenomeni di 'modernità debole e diffusa' dall'enorme potenziale innovativo nella realizzazione di attività e prodotti, il cui fruitore e anche il (co-)produttore, ed è promotore del cambiamento e dell'innovazione.

\ 12 <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html#ixzz1WhUBxFzU>

\ 13 http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2036683_2037183_2037185,00.html#ixzz1WhW50olt

Tale figura viene descritta nella contemporaneità dai ProAm come descritto da Leadbeater e Miller, ovvero

« *innovative, committed and networked amateurs working to professional standards. This emerging group, the Pro-Ams, could have a huge influence on the shape of society in the next two decades [...] Pro-Ams are creating new, distributed organisational models that will be innovative, adaptive and low-cost* » (Leadbeater e Miller, 2004).

La caratterizzazione del ProAm si fonda sulla profonda soddisfazione derivante dalle attività correlate al tempo libero fuori dai contesti lavorativi e dalla convenzionalità dello shopping (riprendendo le teorie dello psicologo Graham Privette), paragonabili alla teoria del Flow, considerato che

« *A Pro-Am pursues an activity as an amateur, mainly for the love of it, but sets a professional standard. Pro-Ams are unlikely to earn more than a small portion of their income from their pastime but they pursue it with the dedication and commitment associated with a professional. For Pro-Ams, leisure is not passive consumerism but active and participatory; it involves the deployment of publicly accredited knowledge and skills, often built up over a long career, which has involved sacrifices and frustrations* » (Leadbeater e Miller, 2004).

A questi si sommano ulteriori benefici in termini di capitale culturale e di impatto sociale ed economico, considerato che

« *Pro-Ams put their time and money in many different things – equipment, props, technology, travelling to and from events, club memberships. What all this amounts to is a substantial investment in ‘cultural capital’* » (ibidem).

Eppure, non bastano la predisposizione e competenze per identificare un ProAm, ma è fondamentale secondo gli autori il ruolo del network, della formazione, e della tecnologia. A testimonianza del potenziale dei ProAm, gli autori riportano 3 sostanziali innovazio-

ni apportate da non-professionisti nel campo dell’astronomia (es. il telescopio di Dobson), nello sviluppo di software e di videogames, alludendo anche ad altri campi di applicazione innovazione. Del DIY si esalta poi il potenziale innovativo e creativo soprattutto grazie all’ampliamento del bacino di praticanti, la gente comune o comunque non professionisti. Alcuni studi hanno già dimostrato come l’80% delle grandi innovazioni sia attribuibile a non professionisti. Seppur il dato non garantisca necessariamente l’incremento di qualità generale delle realizzazioni delle persone comuni rispetto ai professionisti, la possibilità di monitorare o perfino guidare il fenomeno potrebbe comunque catalizzare la creatività diffusa verso apprezzabili innovazioni.

04 2 Le motivazioni per il DIY

La pratica del DIY richiede motivazione dell'utente per agire e mobilitarsi, piuttosto che preferisce l'acquisto di un prodotto confezionato sullo scaffale o ancor più pigramente su una piattaforma d'acquisto virtuale. Tale figura ha forti connotazioni di passività, che nel gergo del marketing rappresenta il 'dupe', cioè il credulone, un utente passivo e soggetto alle forze del marketing

« *conned into buying quantities of aesthetically uninspiring standardized products, many of which they did not actually need and few of which were capable of bringing any real or lasting satisfaction* » (Slater, 1997a).

Plausibilmente questa figura porterebbe a dubitare della validità della proposta di una pratica attiva per l'utente poiché rischia di non trovare riscontro nelle intenzioni di quest'ultimo. Eppure convenzionalmente a questa figura si contrappone anche quella dello 'eroe', che invece è attivo, calcolatore e razionale. Inoltre, a queste recentemente è stata anche affiancata la figura di un

« *self-conscious manipulator of the symbolic meanings that are attached to products, someone who selects goods with the specific intention of using them to create or maintain a given impression, identity or lifestyle* » (Featherstone, 1991, cit. in Campbell, 2005).

Quindi si tratta di utenti con volontà di perseguire intenzioni e interpretare significati, soprattutto alla luce dei cambiamenti del contesto sociale;

« *the past few decades have witnessed the gradual development of a rather different interpretation of the role of consumption in late modern capitalist societies, one in which this association of consuming with the stifling of authentic modes of self-expression has effectively been turned on its head* » (Campbell, 2005).

In logiche di valutazione della predisposizione dell'utente all'azione, risulta promettente la figura delineata da Colin Campbell¹⁴, chiamata 'craft consumer', ovvero un consumatore attivo ma non necessariamente creativo, che media le caratteristiche delle prime due figure di Slater e dalla definita identità. Difatti, la concezione di Campbell si basa sulla considerazione secondo cui

« *individuals consume principally out of a desire to engage in creative acts of self-expression. Thus, although this model embodies the presumption that consumers actively respond to commodities and services, consciously employing these as a means to achieving their own ends, there is no assumption that they are trying to create, or even necessarily to maintain, a sense of identity. Rather, it is claimed that these consumers already have a clear and stable sense of identity; indeed, that it is this that gives rise to their distinctive mode of consuming* » (Campbell, 2005).

La visione del consumatore attivo proposta dal sociologo induce a considerare i praticanti del DIY come fruitori e produttori al contempo (in linea con la teoria del Prosumer) di materiali, tecnologie e conoscenze, in quanto

« *individuals not merely exercise control over the consumption process, but also bring skill, knowledge, judgement, love and passion to their consuming in much the same way that it has always been assumed that traditional craftsmen and craftswomen approach their work* » (Campbell, 2005).

\ 14 Professore emerito del dipartimento di Sociologia dell'Università di York e studioso dei fenomeni del consumo.

La figura risultante è 'Craft Worker',

« *someone who chooses the design for the product, selects the materials needed and generally personally makes (or at least directly supervises the making of) the object in question. Thus, one may say that the craft producer is one who invests his or her personality or self into the object produced. [...] It follows that the term 'craft consumption' is similarly used to refer to activities in which individuals both design and make the products that they themselves consume* » (Campbell, 2005).

Dalla descrizione di tale figura è agevolmente deducibile la condivisione di aspetti con la professione del progettista. L'aspetto cruciale della figura delineata da Campbell è l'affermazione della necessità di abilità per il desiderio di personalizzazione di merce, anche attraverso lo sviluppo di abilità;

« *the craft consumer is someone who transforms 'commodities' into personalized (or, one might say, 'humanized') objects. And it is because such consumption is usually characterized by a marked element of skill and mastery, while also allowing for creativity and self-expression, that it is justified in being described as 'craft consumption'* » (Campbell, 2005).

Il potenziale della figura del craft worker così definita è però minata dal rischio di mantenere lo status quo in termini di scenario produttivo generale, basato sulla produzione di massa, e conseguenti problematiche ambientali come trattato nella definizione del contesto generale di questa ricerca.

Infatti, come denotato da Watson e Shove (2006)

« *Campbell's version of craft consumption is inextricable from mass production. It is so because craft consumers are frequently involved in making connections and producing assemblies and creations that may "consist of several items that are themselves mass-produced retail commodities"* ».

Questa ricerca ambisce pertanto a valorizzare le potenzialità del-

la pratica del DIY e delle abilità dei suoi praticanti, dai Prosumer ai Craft Workers, affinché posso apportare un contributo al contempo in termini di contributo positivo per la risoluzione degli effetti negativi del consumo sull'ambiente e la società. Tale obiettivo si concilia con il contesto economico descritto nella prima parte di questa ricerca, che indaga modelli economici alternativi basati sul rispetto dei biocicli e che spesso trova il favore anche nelle motivazioni dei praticanti del DIY.

Difatti, il perseguimento dell'obiettivo di personalizzazione del prodotto sulla base delle esigenze dell'individuo che desidera soddisfare un bisogno e che opera in prima persona spesso si concilia con il rifiuto dei sistemi di produzione finalizzati al consumo smisurato, al limite con la politicizzazione della pratica stessa:

« *privilege the ethic of DIY, do-it-yourself: make your own culture and stop consuming that which is made for you* » (Duncombe, 1997).

La pratica del DIY è stata generalmente considerata maggiormente nei suoi effetti piuttosto che nelle sue motivazioni (Shove, Watson, Hand e Ingram, 2007), ma il rispettivo studio può offrire elementi sostanziali per valorizzare le potenzialità dell'approccio e lasciar intuire modalità di intervento per reindirizzare le motivazioni risultanti verso scenari vantaggiosi per le finalità della ricerca. Di seguito, vengono riportati i principali risultati da studi sulle componenti motivazionali della pratica.

04 3

Gli aspetti motivazionali del DIY

Comunemente, la pratica del DIY è considerata come una modalità per il mero risparmio economico. Seppur da studi precedenti (e da come confermato da risultati ottenuti da questa ricerca) la componente economica è rilevante per i praticanti, seppur da sola non costituisca condizione sufficiente ad esaurire o definire la pratica.

Infatti,

« According to Mintel's consumer research (2005) over 25% of UK adults enjoy DIY and 8% go so far as to identify it as a hobby [...] In reflecting on reasons for doing DIY, we have touched upon explanations that variously view the consumer as a rational actor (saving money, increasing property values); as a 'dupe' lured into new ways of spending time and money by TV programmes, magazines and DIY stores (Slater 1997); and as a figure engaged in absorbing forms of self-expression (Woodward 2003) » (Watson, e Shove, 2006)

Difatti altre motivazioni concorrono all'affermazione della pratica nella contemporaneità, tale per cui Atkinson (2006) propone 4 categorie principali:

«

- Pro-active DIY,
- Re-active DIY,

- Essential DIY,
- Lifestyle DIY ».

Tali aree differiscono principalmente per quel continuo rimando reciproco fra aspetti legati alla piacevolezza e al risparmio economico, implicando anche una diverso livello e tipologia di abilità. Di seguito verranno illustrate le componenti principali della pratica, proprio a partire dalle motivazioni economiche che talvolta, come palesato dai rispettivi numeri, evidenziano la pressoché necessaria presenza di ulteriori motivazioni alla conduzione della pratica.

Le motivazioni economiche

Il risparmio economico è una delle motivazioni ricorrenti per coloro che praticano del DIY. L'argomento ha costituito il focus di una ricerca condotta da Colin Williams, dell'Università di Leicester (Regno Unito), al fine di evidenziare le caratteristiche dei praticanti di diversa provenienza economica e sociale.

Williams ha apportato un contributo sperimentale intervistando direttamente 511 persone distribuite omogeneamente in due contesti a diverso tenore di vita, chiedendo sostanzialmente se praticassero il DIY per il miglioramento dell'ambiente domestico¹⁵ e le motivazioni sottese. Se ne deduce come in primo luogo, prevalga la predilezione a demandare il compito tipicamente pagando,

« when the finance is available, consumers often prefer to externalise these tasks than do them on a DIY basis » (Williams 2004).

D'altro canto, tutte e le 16 attività di mantenimento domestico vengono tutte praticate anche a livello di DIY.

\ 15 Le attività identificate sono 16, in riferimento ad uno studio precedente.

Table V Modes of provision used to conduct 16 tasks

	% doing task		% of households who last used:		Formal labour
	DIY		Unpaid external labour	Paid informal labour	
Wallpapering	68.0	75.7	13.6	5.9	4.8
Indoor painting	61.2	73.9	8.2	6.9	11.0
Build a garage	1.2	60.0	20.0	0.0	20.0
Carpentry	46.7	55.6	11.2	9.1	24.1
Maintain appliances	53.7	41.4	9.3	11.1	38.1
Plastering	33.7	36.3	8.1	11.8	43.7
Mend broken window	20.7	34.9	7.2	7.2	50.6
Put in central heating	8.0	31.2	3.1	9.4	56.3
Outdoor painting	44.2	26.0	2.8	10.2	61.0
Convert attic	1.0	25.0	0.0	25.0	50.0
Electrical work	33.2	22.6	9.0	11.3	57.1
Build an extension	2.5	20.0	20.0	0.0	60.0
Plumbing	46.0	13.6	7.6	12.5	66.3
House insulation	18.2	9.6	2.7	1.4	86.3
Put in bathroom	10.5	2.4	0.0	23.8	73.8
Double glazing	24.5	2.0	2.0	7.2	88.8
All tasks (last five years)	29.6	33.1	8.9	10.9	47.1

Seppur la frazione di praticanti del DIY vari in dipendenza della tipologia di attività, tale variazione e pertanto la scelta di praticare il DIY per un determinato scopo sembra non dipendere tanto dalle competenze richieste.

Ne deriva che variabili sono le motivazioni della pratica del DIY, soprattutto in dipendenza di contesti. Difatti, seppur nei contesti a minor reddito, la motivazione economica spinge quasi la metà degli intervistati, un curioso fenomeno emerge nel confronto fra le classi. Nello specifico, a fronte del 44% degli intervistati da aree a basso reddito spinti dalla volontà di risparmio, un terzo dei praticanti dalle aree a reddito alto hanno dichiarato che la motivazione principale risiede nel piacere e nella soddisfazione che la pratica gli procura (mentre la stessa motivazione caratterizza il 14% degli intervistati nelle aree a basso reddito).

A tale fenomeno si aggiunge la considerazione del DIY come attività facile da prediligere al commissione a terzi, poiché

« the effort of finding a tradesperson to do the work and the trauma of having someone else in the house, combined with the risk of getting a botch job or of being ripped off, constituted powerful reasons for doing it yourself » (Watson e Shove, 2006).

Considerando anche la percentuale di praticanti motivati dalla volontà di personalizzazione per proprio gusto, desiderio e così via, ne deriva che

« some 56 per cent of DIY activity in higher-income areas but just 35 per cent in lower-income areas might be explained as a lifestyle choice » (Williams, 2004).

Table VII Primary reasons for conducting tasks on a DIY basis

Reason for using DIY	Lower-income urban areas (%)	Higher-income urban areas (%)
Pleasure	14	32
Individualisation	21	24
Ease	18	37
Economic	44	10

Focalizzando poi la preponderanza di una motivazione sostanzialmente economica, risulta comunque che indipendentemente dalla facoltosità della provenienza, il DIY è fondamentalmente o del tutto una scelta per la maggior parte dei partecipanti (86% per i più agiati, 56% per i meno agiati).

Table VIII Rationales for participation in DIY activity: comparison of higher- and lower-income areas

Reason for using DIY	Higher-income areas (%)	Lower-income areas (%)
Pure economic	5	14
Primarily economic but also other factors	5	30
Primarily a choice but also other factors	75	53
Pure choice	15	3

Williams approfondisce gli aspetti motivazionali legati alla disponibilità economica dei praticanti. Si evince innanzitutto come, apparentemente in modo paradossale, il tasso di partecipazione al DIY da parte di disoccupati sia inferiore rispetto ai lavoratori part-time o a tempo pieno. La deduzione avanzata da Williams indica nel DIY la necessità di un esborso o in generale di disporre di reddito affinché venga favorito l'approccio alla pratica. Come conseguenza, il DIY potrebbe essere considerato un campo per l'affermazione di opportunità commerciali per persone ad alto reddito, per lo meno limitatamente alle tipologie di praticanti e confini geografici della ricerca sviluppata da Williams¹⁶. Pertanto, per lo meno in merito ai più facoltosi e parzialmente anche ai meno, le motivazioni per la pratica del DIY risiedono in altri ambiti. In particolare, l'inseguimento delle mode e il desiderio di espressione della propria personalità appaiono fra le motivazioni principali (Mintel, 2002, cit. in Williams, 2004). Pertanto,

« *DIY is much more a lifestyle choice than a response to economic circumstance. It is about people producing "effects in their environment to reflect their personalities, tastes, attitudes and desires" (Mintel, 2001, p. 25) and DIY is seen to have shifted from an activity which is about maintaining a home that is in good condition to creating a home which reflects the personality, ethos and lifestyle of the owners or those renting. As such, DIY activity is not for example seen as a coping practice used by those unable to afford to externalise the activity to formal firms and/or self-employed individuals. Instead, and reflecting the broader cultural turn in retail studies, their explanation for engagement in DIY is firmly grounded in human agency » (Williams, 2004).*

\ 16 Opportunità di nuovi campi di business vengono rilevati anche da Mont (2004) in merito alla condivisione fra più utenti (rispetto all'acquisto individuale) di attrezzi elettrici per il DIY e giardinaggio, contribuendo non solo all'implementazione del livello di qualità degli attrezzi a cui i praticanti avrebbero accesso ma anche a ridurre l'impatto ambientale di tale pratica.

Tale riflessione costituisce ulteriore argomentazione per includere il DIY fra le attività che possono offrire una optimal experience e pertanto una condizione di flow ai suoi praticanti.

Motivazioni di stile e risvolti sociologici

Le argomentazioni della sezione precedente portano quindi a considerare possibili motivazioni che operano a livello dell'individuo per la pratica del DIY, tale per cui viene anche considerato fra le tipologie di lavoro perfetto, in quanto

« *Hobbies do indeed seem to embody almost every positive element of work Workers enjoy jobs that allow them to create something, permit them to use a skill, give them the opportunity to work wholeheartedly, and let them exercise initiative and responsibility » (Gelber, in Atkinson, 2006).*

Hoftijzer (2009) raggruppa le diverse motivazioni personali in:

- «
- *Status, Pride of Authorship;*
 - *Democratizing Design/ Self-determination;*
 - *Control;*
 - *People have always wanted to express their creativity;*
 - *Added Value by 'doing' it Yourself ».*

Seppur le argomentazioni sulla selezione di queste non appaia particolarmente argomentata, tali motivazioni sono tendenzialmente condivisibili a attese; tipicamente l'ultima è in linea con lo 'I did effect' delle teorie sulla Mass Customization. Con questa locuzione si intende

« *the value increment a subject ascribes to a self-designed object, arising purely from the fact that she feels like the originator of*

that object » (Franke, Schreier e Kaiser, 2009)¹⁷.

Il senso di controllo è coerente con la predilezione precedentemente riportata citando lo studio di Williams (2004) secondo la quale i praticanti ricorrono al DIY per le incertezze anche del coinvolgimento di terzi nelle proprie attività e ambienti.

Mentre, a supporto della teoria per cui 'People have always wanted to express their creativity', il ricercatore cita Friedman per la tendenza delle persone a creare da sé ai fini di raggiungere una condizione di soddisfazione e crescita personale, in linea con le teorie di Csikszentmihalyi.

Come denota Hackney (2006), le diverse motivazioni possono anche essere apparentemente contraddittorie, eppure è generalmente condivisa la motivazione della volontà di espressione dell'individualità nella comunità.

Come avveniva anche per le attività 'femminili' dei primi '900,

« [p]leasures, not only of making, but also of achieving an enviable social display, were central to DIY and home craft features » (Hackney, 2006).

Difatti, per quanto i rapporti sociali, la pratica del DIY ha delle ripercussioni nelle relazioni fra le persone, quali

« within the family (Nelson 2004); through the maintenance of self-esteem (Woodward 2003); by means of reconstructing space and identity (Miller 1995); or in the consequences of project-definition for modes of provision (Williams 2004) and in-store purchasing (Van Kenhove et al. 1999) » (Watson e Shove, 2006).

Infine, la motivazione legata a una concezione democratica della progettazione appare particolarmente dilagante, soprattutto in riferimento paralleli fenomeni dello Open- Crow-Sourcing; infatti

« [t]oday's DIY cultures reflect the anticonsumerism, rebelliousness, and creativity of earlier DIY initiatives, supporting the ideology that people can create rather than buy the things they want. » (Kuznetsov e Paulos. 2010).

Più integrato, Campbell sostiene che in realtà non si tratta di una forma di ribellione, quanto integrazione secondo esigenze diverse; si tratta di persone che

« have co-opted and adapted consumerism in such a way that it can give expression to their own distinctive cultural values and traditions. Essentially this involves aestheticizing and ethicizing (if not also spiritualizing) this World » (Campbell 2005).

Ad ogni modo, continua,

« [t]hey desire, in effect, to become craft consumers, and if it is assumed that this trend is set to continue into the near future, then the prospect exists of a postmodern society in which craft consumption is not merely the dominant form of consumption, but also the principal mode of individual self-expression ».

In accordo con le teorie del Flow, anche la pratica del DIY può assecondare il raggiungimento di uno stato di soddisfazione; citando Cullis, Hackney (2006) celebra

« the pleasure to be had when producing 'beautiful', 'original' or 'quality' work. In addition to the satisfaction of simply 'having accomplished something', such qualities were to be valued in a world where creative instincts were increasingly threatened by the 'mechanical' nature of work »,

oltre alla distensione dai ritmi frenetici della vita nell'epoca moderna, proteggendo l'idea di domesticità.

\ 17 Maggiori approfondimenti sulla Mass Customization nel capitolo DIY: Definizione, pagina XX)

04 4 DIY come appropriazione

La partecipazione attiva delle persone nel processo creativo sembra favorire il rafforzamento del legame della persona all'artefatto. Come suggerito in uno studio di Pierce et al. (2003)

« *the most obvious and perhaps the most powerful means by which an individual invests himself or herself into an object is to create it* ».

Questa intuizione trova riscontro in radicate teorie sul valore del possesso degli artefatti, come avanzata da Belk (1988), secondo il quale

« *[t]he idea that we make things a part of self by creating or altering them appears to be a universal human belief* »

sulla base del principio condiviso da alcuni antropologici secondo cui l'individuo è padrone di sé, del suo lavoro e di ciò che ne consegue da esso a partire da materiali non posseduti da nessun altro. Secondo Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton, tale senso di appropriazione è imputabile all'energia psichica investita nell'oggetto, in termini di fatica, tempo e attenzione (in Belk, 1988), tale per cui all'ottenimento del risultato si associa un senso di competenza ed efficacia (Franke, Schreier e Kaiser, 2009).

L'esplorazione della modalità di interpretazione delle logiche del possesso è di particolare interesse per il mondo del business che mira al consolidamento della fedeltà dei clienti al brand o all'iniziativa, o ad ogni modo alla predisposizione a pagare anche cifre relativamente alte per l'ottenimento dell'oggetto desiderato.

In questo settore

« *later research emphasized psychological ownership, the state in which individuals feel as though an object is "theirs" (Pierce et al. 2003). The stronger this feeling of psychological ownership is, the higher one's appraisal of an object's value will be (Reb and Connolly 2007) » (Franke, Schreier e Kaiser, 2009).*

Per cui negli ultimi anni si è assistito al foraggiamento di strategie per il coinvolgimento attivo del cliente nelle fasi di personalizzazione dell'oggetto, seppur in un contesto di produzione di massa, meglio note come Mass- o Consumer-Customization¹⁸.

Nell'ambito di tali teorie vengono riportati i principali benefici percepiti dall'utente attivo nei processi di personalizzazione. Tali benefici corrispondono alle motivazioni che contribuiscono a supportare la pratica del DIY e che tendenzialmente confermano quanto precedentemente riportato. Nello specifico, Schreier (2006) riconosce:

- Il beneficio funzionale
- La percezione di unicità
- Godibilità dell'esperienza
- Orgoglio dell'autore.

Con beneficio funzionale si intende il vantaggio generato dalla possibilità di definire caratteristiche dell'artefatto secondo bisogni tangibili e limiti dell'ambiente dell'individuo, plausibilmente specifici per ciascuno e spesso imposte dal contesto, tale per cui risulta oneroso ricercare e soprattutto trovare del prodotto nei diversi canali di vendita.

Al beneficio funzionale si somma il valore semantico e simbolico dell'oggetto. L'oggetto fatto da sé implica generalmente unicità particolarmente apprezzata e motivante (Franke e Schreier, 2007), anche per l'implementata possibilità di identificarsi nell'artefatto (Franke e Schreier, 2008); difatti, oltre alla possibilità di acquista-

\ 18 Per ulteriori informazioni su questo approccio, vedi capitolo seguente, XXXXX

re oggetti intrinsecamente unici o rari per disponibilità di risorse o modalità ed era di creazione, le persone (e i praticanti del DIY)

« *may decorate, arrange, and display a composition of goods in such a way that they are perceived as one of a kind* » (Franke e Schreier, 2008).

Il valore percepito dell'artefatto personalizzato aumenta ulteriormente se l'esperienza che ha generato il prodotto è godibile, divertente o appagante (Franke e Schreier, 2010), coerentemente con le teorie di auto-determinazione, secondo cui

« *people have a need to feel competent and autonomous, and that certain activities satisfy these needs* » (Gagné e Deci, 2005, cit in Franke e Schreier 2010).

Viene infine confermato il beneficio dell'orgoglio per essere autore della creazione, confermando quanto rilevato precedentemente.

Diverse sono pertanto le motivazioni che possono supportare la pratica, variabili per individuo e contesto. La trattazione sugli aspetti semantici del DIY, del fare, della partecipazione ai processi collaborativi appare quindi articolata e complessa tale per cui in questa ricerca viene qui limitata la trattazione dell'argomento nel suo livello generico e a partire dallo stato dell'arte, per prediligere invece le informazioni derivanti da contesti specifici e inerente al contesto dell'indagine personale, come si leggerà nei capitoli sulla parte empirica svolta e sulle sue deduzioni.

Alla luce però di quanto rilevato dallo stato dell'arte e dalle considerazioni di alcuni pensatori, è deducibile che alle diverse motivazioni corrispondono molteplici modalità di affrontare la pratica sia da parte del praticante stesso sia da parte di personali che a titolo amatoriale o professionale possono contribuire al suo sviluppo.

In altre parole, la molteplicità delle motivazioni risulta qui considerato come evidenza della vastità dei modi e livello di intervento anche per la figura del designer, in quanto può contribuire alla

pratica per implementare aspetti legati all'economia domestica o ad aspirazioni individuali.

Nelle seguenti sezioni, è indagato il ruolo del design a supporto di fenomeni per il coinvolgimento di amateurs nel processo creativo, focalizzando le diverse fasi del processo creativo in cui l'utente o meglio la persona può essere coinvolta.

CAPITOLO 04

DIY e coinvolgimento delle persone : in sintesi

Il capitolo quarto argomenta il fenomeno dilagante dell'auto-produzione e di coinvolgimento attivo delle persone (non professioniste) nei processi creativi con riportando

- i riferimenti alle origini della pratica di auto-produzione, generalmente indicata con le locuzioni di Fai-Da-Te o di Do-It-Yourself (DIY), generalmente associati al tempo libero (soprattutto maschile) generato dall'industrializzazione
- fenomeni che concludono l'affermazione del DIY nella contemporaneità, supportati dallo sviluppo di strumenti, eventi e sistemi mediatici per la pratica
- la previsione del forte coinvolgimento delle persone non professioniste in processi auto-creativi, definiti Prosumers, ovvero produttori e consumatori al contempo, come testimoniano numerose iniziative mediatiche (vedi i programmi televisivi) e il riconoscimento dalla stampa ('You' come personaggio dell'anno per Times magazine)
- il potenziale innovativo che gli amatori appassionati, detti anche Lead-Users, possono e sembra abbiano apportato per anche l'80% delle grandi innovazioni
- la carica motivazionale di Prosumers, ProAms, o Craft Workers, che viene convenzionalmente associata al risparmio economico, nonostante non sia necessariamente l'unica o

non rappresenti la motivazione principale

- il valore sociologico e psicologico del DIY come motivazione alla pratica, includendo fattori come l'orgoglio di essere fautori, il senso di controllo sugli artefatti, la volontà di esprimere la propria creatività, dichiarazione di non-conformismo
- il potenziale che la pratica del DIY incorpora per favorire i processi di appropriazione dell'artefatto da parte delle persone coinvolte, come sfruttato anche dalle strategie di business della Mass-Customization.

I
contesto
p. 3

II
ambito
p. 31

III
strategia

IV
field work
p. 139

V
proposte
p. 267

4
DIY E COINVOLGIMENTO DELLE
PERSONE
p. 49

5

70	Esperienze progettuali per il coinvolgimento delle persone nel processo creativo
74	Ideazione
78	Definizione
87	Assemblaggio
96	Realizzazione
105	Trasformazione
129	Approcci progettuali strutturati per il coinvolgimento dell'utente nel processo creativo

CAPITOLO 05

IL DESIGN PER IL DIY E IL COINVOLGIMENTO DELLE PERSONE

Il seguente capitolo costituisce uno dei principali contributi alla ricerca attraverso l'identificazione, analisi e strutturazione dei principali fenomeni contemporanei di coinvolgimento delle persone nel processo creativo dell'artefatto. A tale scopo viene in primo luogo trattato il concetto del Fai-Da-Te o dell'inglese Do-It-Yourself (DIY), studiando i suoi principali riferimenti nello stato dell'arte soprattutto in ambito sociologico. In seguito sono esplicitati i casi ritenuti significativi di coinvolgimento dell'utente, valorizzando il potenziale contributo da parte del Design.

L'approccio creativo allo svolgimento della pratica del DIY è necessariamente condiviso con il mestiere del design, seppur con plausibili distinzioni nelle modalità di interpretazione e svolgimento delle due. Atkinson definisce il DIY come

« *a more democratic design process of selfdriven, self-directed amateur design and production activity carried out more closely to the end user of the goods created* » (Atkinson, 2006).

Tendenzialmente, si potrebbe assumere la pratica come l'antitesi o lo svilimento della professionalità della progettazione;

« *[n]o accounts have really developed the key issue of how DIY acts as the antithesis of the prescribed design of the mass marketplace [considerato ancor di più che] DIY as a design activity has not been the focus of a great deal of attention* » (Atkinson, 2006).

Eppure, alla luce dei recenti e crescenti fenomeni di creatività distribuita, come precedentemente riportato, l'approccio del mondo del progetto alla pratica amatoriale del DIY è emerso. La questione è stata difatti sollevata anche da una delle principali comunità del progetto, la Industrial Designer Society of America (IDSA), contestualmente alla ricorrente conferenza dal titolo, nel 2010, *'DIY Design: threat or opportunity?'*. La considerazione apportata dagli organizzatori come premessa consta nella constatazione secondo la quale seppur la pratica del DIY non sia affatto recente,

« *all that's changing. New technologies enable motivated individuals to do things that were once the domain of engineers and corporations, and new social norms are making it acceptable. Consumers value craft and localism in a way they've not for decades, to the point where a DIY enthusiast can look like anything, come from anywhere, and find resources and markets for her projects with a few mouse clicks.*

The implications of this shift for the design professions are potentially massive. The DIY resurgence is making consumers question the need for mass production, and by extension, the need for designers »¹.

Il fenomeno è stato analizzato secondo le componenti e i fattori concomitanti che plausibilmente hanno favorito lo sviluppo della pratica, quali

- «
- *Enabling Technologies*
- *DIY as an Innovation Engine*
- *Slow Craft*
- *Consumer Customization*
- *Crowdsourcing*
- *Independent Design & Creation* »².

Si denota quindi come gli aspetti considerati coinvolgano diversi livelli, quali il contesto, trend, tecnologie e valore innovativo attribuito alla pratica.

Per quanto concerne le tendenze della contemporaneità, è plausibile intravedere una connessione fra la diffusione della pratica del DIY e il rinnovato valore attribuito all'artigianato e all'autoproduzione da parte di designer professionisti.

Entrambi i mondi condividono il valore delle competenze, delle abilità, dell'opera necessariamente unica, svincolata dalla produzione industriale e di massa. I lavori di designer come Branzi e Gamper sono venduti presso le gallerie, Mendini cura la mostra

\ 1 <http://www.idsa.org>

\ 2 <http://www.idsa.org/idsa-2010-conference-diy-design>

degli auto-produttori al Fuori-Salone del 2012³, dilagano i libri di Sennet e Micelli sull'artigianato⁴.

Lo sviluppo dell'artigianato rientra nelle strategie di valorizzazione della località, del chilometro zero, della tipicità e in generale di quegli stili di vita per un rallentamento dei consumi e dei ritmi – conformi a quanto esplicitato nella descrizione del contesto di questa tesi – fino a sancire lo Slow Design (Fuad-Luke, 2004).

Congiuntamente vengono sviluppati strumenti e soluzioni per agevolare l'intervento dell'acquirente nel processo creativo, ovvero Enabling Solutions, come kit per la personalizzazione del prodotto di massa (vedi paragrafo Definizione, pagina XXXX) o macchine domestiche per la produzione rapida che in pochi minuti materializzano il modello virtuale che il cliente ha realizzato (vedi paragrafo Creazione, pagina XXX).

Tali produttori di oggetti personali, definiti *makers* o *fabbers*, operano generalmente in condivisione e in collaborazione, attraverso tipicamente web-community o piattaforme wiki, per generare un risultato condiviso anche con un vasto pubblico, tramite strategie Open- or Crowd-Sourcing, che spesso hanno apportato considerevoli contributi innovativi (vedi paragrafo Ideazione, pagina XXX). Il riconoscimento del contributo di pratica di DIY e auto-produzione viene anche avvalorato dalla recente inclusione della rispettiva categoria in un apprezzato riconoscimento del mondo del progetto, quale il Core77 Design Awards⁵. Così progettisti di tutto il mondo avanzano la candidatura a specifiche commissioni di esperti per il proprio progetto; ai convenzionali settori⁶ sono state aggiunte nuove categorie sintomatiche dello sviluppo dell'attività progettuale verso frontiere, quali Design for Social Impact, Design Education Initiative, Strategy / Research, Specula-

tive Objects / Concepts, Never Saw the Light of Day e, per l'appunto, DIY / Hack / Mod. In quest'ultima categoria sono raggruppati

« [a]ny personal project produced as a one-off that involves do-it-yourself know-how, whether it's the modification of an existing system or artifact or the creation of something new. DIY implies that you came up with the idea and saw it to fruition. We can accept projects that are plans or instructions showing others how to make the object by themselves »⁷.

La constatazione che uno dei più acclamati blog per l'informazione e l'aggiornamento sul design in generale abbia incluso la categoria del DIY fra i campi di azione e innovazione del progetto è sintomatico di come non solo sussista dell'interesse dagli addetti al settore verso tale pratica ma anche che possa essere meritevole di premiazione e visibilità, affinché funga da stimolo ai progettisti.

\ 3 <http://milanosiautoproducedesign.com>

\ 4 vedi Sennett (2008) e Micelli (2011)

\ 5 <http://awards.core77.com>

\ 6 Nello specifico Products / Equipment, Soft Goods / Apparel, Furniture / Lighting, Interiors / Exhibition, Graphics / Branding / Identity, Packaging, Interactive / Web / Mobile, Service Design, Transportation.

\ 7 <http://awards.core77.com/categories.html>

05 1

Esperienze progettuali per il coinvolgimento delle persone nel processo creativo

Il mondo del progetto può assumere diversi atteggiamenti nei confronti del fenomeno della creatività diffusa come finora delineato. Nei fenomeni di partecipazione alla co-creazione e nello strumento della rete Internet è stato intravisto un forte pericolo per lo sviluppo di capacità. Di conseguenza, se non si ambisce ad inveire contro, per lo meno il designer che condivide tale posizione potrebbe ignorare il fenomeno confidando nel suo fluire verso una dispersione delle energie dei praticanti, e quindi nello scemare della risonanza che ha assunto attualmente la pratica del DIY come è avvenuto per situazioni analoghe nei decenni passati, tale per cui sforzi di progettisti per il coinvolgimento attivo dell'utente durante il XX secolo sono rimasti casi isolati.

Alternativamente, i progettisti possono decidere di attribuire valore al potenziale di questo fenomeno, proprio per le differenze che distinguono la contemporaneità dai decenni precedenti in termini sia di contesto sia di strumenti a favore della progettazione condivisa. Come conseguenza, apparentemente sembra che venga legittimata la mancanza di professionalità dei praticanti amatoriali, eppure valide opportunità possono emergere anche per gli stessi progettisti. Come propone Manzini,

« *if it is true that we live in a society where 'everybody designs', designers should accept that they can no longer aspire to a monopoly on design and, at the same time, they have to be able to recognise what could be their new, and in my view important,*

specific role.

In this new environment of diffuse creativity, designers have to learn how actively and positively to participate in the social processes where new and, hopefully, promising ideas are emerging » (Manzini, 2006).

Diversi teorici del progetto hanno da tempo proposto la figura del designer come facilitatore o come entità enzimatica del processo creativo attivato dalle persone. Brown (2008) riporta i contributi a proposito pratiche alternative degli utenti del costruito del calibro di Victor Papanek, Amos Rapoport, Turner e Fichter, Colin Ward e Ward e Hardy, emerse dalle critiche post-Marxiste a riguardo dell'allontanamento delle persone dalla produzione del progetto;

« *[w]hile these studies focused on marginal groups and post-hoc consumer interventions in a world designed by professionals, they argued for a new kind of partnership between professionals and 'users' such that designing might be conceived as providing a democratizing influence on housing provision. In Philip Pacey's polemical discussion of the absence of non-professional design in design history, he advocates a discussion of the relationship between professional and non-professional design on the basis that it presents a wider social role for design 'over and above the dubious benefits of "designer" commodities' » (Brown, 2008).*

Seppur alcuni tentativi per un approccio collaborativo nella teoria del progetto sono stati avanzati (come si leggerà più avanti), la modalità progettuale convenzionale prevede tuttora la figura centralizzata del progettista.

Redström rileva come nel tempo l'attività del design si sia progressivamente focalizzata sulla rigida determinazione del prodotto e dell'esperienza anche nel tentativo di superare le problematiche di fallimento di usabilità dei prodotti.

« *The problems of designs failing the tests of use have generated a set of ideas relating to the role of the user in design. First, that these problems can be avoided through the optimisation of fit between object and user; second, that design can, or even needs to be based on knowledge about users, their capacities, abilities and desires. These ideas, then, seem to have pushed definitions of design towards being increasingly in terms of the user, as in accounts of, for instance, 'experience design' » (Redström, 2006).*

Se quest'approccio top-down, dal designer verso l'utente in direzione univoca e dai confine definiti può apparire potenzialmente promettente in termini tipicamente di sicurezza e sollievo per l'utente finale, in realtà l'approccio ha rivelato nel tempo alcune debolezze.

In particolare, la progettazione dell'esperienza è un'attività di predeterminazione che non necessariamente si manifesta nella realtà. Seguendo l'approccio convenzionale al progetto, le persone vengono considerate quasi passivamente, prevedibili come realtà oggettuali;

« *[t]hus, the concept of a 'user' is based on an object-centric perspective, the person defined in relation to the object. User-centred design then risks becoming a kind of user design » (Redström, 2006).*

In altri termini, vengono predilette forme di prescrizione dell'uso e del suo utente; come afferma la sociologa della tecnica Akrich (1992)

« *[d]esigners thus define actors with specific tastes, competences, motives, aspirations, political prejudices, and the rest, and they assume that morality, technology, science, and economy will evolve in particular ways. A large part of the work of innovators is that of 'inscribing' this vision of (or prediction about) the world in the technical content of the new object. To be sure, it may be that no actors will come forward to play the roles envisaged by the designer. Or users may define quite different*

roles of their own ».

La considerazione generale verso tale approccio è necessariamente critica e seppur motivata da modi di agire che favoriscono modalità di consumo basate sulla sicurezza, desiderio di innovazione, o qualunque altra plausibile e interessante motivazione progettuale, ad ogni modo

« *there is a hidden cost, a severe one, which has only recently become evident. It is that of inflexibility, over-specialization, the realization that this 'plastic world' of homogenized, cost-reduced products is increasingly unalterable, un-repairable, and imposes upon us (from its stabilization of the larger scale of functions) a life, an obligatory way of using what is made, that is felt as coercive, not satisfying, with decreasing outlets for individuality. The lesson is obvious, though how to apply it is not: do not stabilize functions » (Jones, 1988, in Redström, 2006).*

Da qui, emerge la considerazione di Redström per un'accezione attiva e reattiva dell'utente, secondo cui

« *[f]irst of all, people, not users, inhabit the world. A 'user' is something that designers create. As a person turns to an object, inviting it to be a part of her lifeworld, making it hers, she might decide to start using it for some purpose; and as she begins to use the object, she becomes a 'user' » (Redström 2006).*

Quindi, condiviso il potenziale del coinvolgimento degli amateurs nel processo creativo, l'argomentazione si sposta sulle modalità adeguate o predisposte a favorire un proficuo dialogo e collaborazione;

« *[w]e must now discuss whether and how it is possible to change direction, or if it is possible to imagine a system able to incorporate the active side of people and their capabilities in terms of sensibility, competence, and enterprise along with those benefits offered by technology » (Manzini, in Manzini,*

Walker e Wylant, 2008).

Il mondo del product-design incorpora alcuni casi ormai di attenzione e collaborazione in tal senso. Sintomatica è la creazione di una mostra sull'argomento negli Stati Uniti e la rispettiva curatela da parte di un acclamato designer. La mostra in questione è 'TechnoCRAFT: Hackers, Modders, Fabbers, Tweakers and Design in the Age of Individuality', a cura di Yves Béhar⁸. Yves Béhar, generalmente noto per alcuni suoi progetti che mirano alla sostenibilità sociale nel mondo⁹, affronta in questa occasione il valore del DIY nella pratica progettuale attraverso una raccolta di progetti – tendenzialmente noti – che valorizzano alcuni aspetti del coinvolgimento dell'utente nel progetto, o ancora

« the different ways that consumers are personalizing design in efforts to assert creativity and individuality in an age of mass-production [...] TechnoCRAFT explores how an emotional connection to objects has been resurrected in individuals and how the two realms—design and mass production—have combined to once again allow for “Design in the Age of Individuality” » (TechnoCRAFT, comunicato stampa).

L'apparente ossimoro del titolo Techno-Craft indica

« all these new ways in which people are bringing the notion of craft into design, the notion of self-made, self-crafted, self-developed products and software. The big phenomenon that the show is trying to explain and walk visitors through is this notion that while a lot of people said craft was disappearing, actually there's a new type of craft, a new type of involvement of the human and the hand in the mass-production process »

\ 8 La mostra si è tenuta presso lo Yerba Buena Center For the Arts (www.ybca.org), a San Francisco (USA) nel 2010, da luglio ad ottobre.

\ 9 I più noti sono il primo computer portatile da100\$ chiamato XO per l'organizzazione di Nicholas Negroponte 'One Laptop Per Child (OLPC)' e gli occhiali del programma "See Better to Learn Better" in partnership con il governo messicano e la Augen Optics, per garantire protesi correttive a student di famiglie messicane indigenti.

(intervista di Furio, del Metropolis magazine, luglio 2010).

Tale coinvolgimento è finalizzato alla possibilità di creare personalizzazione, ovvero del ruolo del 'Design in the Age of Individuality', sulla base del presupposto secondo cui

« customizing is part of how people are regaining access to an emotional connection with the object » (ibidem).

Nel processo di coinvolgimento emotivo dell'utente, viene posto il dilemma se le persone comunque desiderino intervenire in prima persona sull'oggetto; a tal proposito Béhar replica affermando che

« [t]hey don't have to, but I think when they do, the door will remain open instead of always closed » (ibidem).

Tale strategia, secondo Behar, ingloba una rilevante opportunità commerciale al contempo poiché

« [t]here is a whole new economy made possible by technology, the craftsman's economy multiplied by the web »¹⁰

in cui si prospettano vantaggi anche per i progettisti considerato che

« [t]he role of the designer is not diminished; on the contrary, it's actually enforced—as an arbitrator of the dialogue between the product and its user » (ibidem).

Le tipologie di intervento individuate da Béhar vengono raggruppate in 6 categorie principali che possono essere considerate come indicatori di potenziali fattori, componenti e fenomeni per la 'distribuzione delle competenze'¹¹ che predispongono la professione del progettista ad aprirsi alla collaborazione, partecipazione o alla modifica di e per i propri progetti. Tali categorie sono:

- Crowdsourcing, ovvero il coinvolgimento delle masse e delle

\ 10 Béhar. DomusWeb Interview, 15 July 2010. (<http://www.domusweb.it/en/design/technocraft-design-in-the-age-of-individuality>).

\ 11 vedi Shove, 2008, e sezione Teoria della Pratica.

- comunità per lo sviluppo o la definizione di progetti, come Threadless (vedi sezione seguente Ideazione);
- **Platforms**, ovvero piattaforme progettate per il coinvolgimento dell'individuo nella definizione del prodotto che intende acquistare come il programma BBQ di Puma BBQ (vedi sezione seguente Definizione);
 - **Blueprints**, ovvero la donazione o vendita di progetti e idee che vengono poi realizzate direttamente dall'acquirente, come per Autoprogettazione di Enzo Mari (vedi sezione seguente Creazione);
 - **Hacks**, ovvero la modifica non solo di software ma di qualunque sorta di artefatto per un nuovo aspetto o funzionalità, come per Hacking Ikea (vedi sezione seguente Trasformazione);
 - **Incompletes**, ovvero oggetti volontariamente progettati per essere incompleti e completati dall'utente come per la sedia Do hit chair di Droog Design (vedi sezione seguente Trasformazione);
 - **Modules**, ovvero progettazione per componenti modulari che agevola l'utente nella creazione di soluzioni personalizzate, come per il sistema Clouds di Kvadrat (vedi sezione seguente Assemblaggio).

Ciascuna di queste categorie implica o richiede particolari competenze agli utenti coinvolti, o viceversa la molteplicità delle soluzioni che favoriscono il coinvolgimento dei praticanti offre diversi livelli di competenze e abilità richieste per sopperire al compito, condividendo dei principi fondamentali;

« [t]hese new “makers and craftsmen” range from the everyday person to the tech entrepreneur; from the young curious designer to the multinational, focused on custom solutions. All of whom share a new sense of “making”, and openness to collaborate while operating in a more individualized marketplace ».

La mostra e soprattutto la classificazione operata da Béhar pone i semi per lo sviluppo strutturato di un nuovo approccio al progetto, dove si identificano le principali strategie operative e gli strumenti per l'inclusione dell'utente nel progetto, per la valorizzazione delle risorse locali, per la realizzazione di elementi unici e personalizzati a basso investimento energetico da parte delle aziende.

In questa ricerca è condivisa la volontà di palesare le molteplici manifestazioni e potenzialità degli artefatti (co-)generati da persone non formate o professioniste del progetto; in compenso, piuttosto che focalizzare gli strumenti e i fenomeni in quanto tali, allo scopo della ricerca e coerentemente con gli obiettivi della disciplina accademica del Design, il metodo adottato implica un'analisi dello stato dell'arte dei fenomeni partecipativi indagando le diverse fasi del processo creativo in cui l'utente viene coinvolto, apportando al contempo un contributo in termini di riduzione degli impatti ambientali e sociale, come verrà analizzato nelle prossime pagine.

Le fasi del processo creativo identificate sono:

- **Ideazione**, ovvero di concept del prodotto (vedi pagina XX)
- **Definizione**, ovvero di selezione delle caratteristiche del prodotto finale (vedi pagina XX)
- **Assemblaggio**, ovvero di unione dei vari componenti (vedi pagina XX)
- **Realizzazione**, ovvero di attività pratica per l'ottenimento del prodotto (vedi pagina XX)
- **Trasformazione**, ovvero di alterazione e cambiamento del prodotto esistente (vedi pagina XX).

Lo step di ideaione indica la fase di individuazione di un'idea portante del brief progettuale da sviluppare. È probabilmente la fase in cui meglio si esprime la creatività e la capacità di libere associazioni di un progettista, il *'design thinking'*, all'interno del processo creativo. Con il coinvolgimento dell'utente in fase di ideaione per il DIY si ambisce a delegare o comunque rendere accessibile e valorizzare il ruolo creativo e di generazione del concept per gli amateur.

La diffusione di fenomeni ed espedienti per il coinvolgimento delle figure non professionali nelle attività di ideaione di un prodotto ha tratto vigore dal contributo innovativo che diverse soluzioni hanno generato, spesso attraverso una modalità partecipata in logiche di gruppo. L'artefatto emblematico che ne rappresenta l'anima è di certo Wikipedia,

« *un'enciclopedia multilingue collaborativa, online e gratuita [...] che dà la possibilità a chiunque di collaborare, utilizzando un sistema di modifica e pubblicazione aperto* » (lemma *'Wikipedia'*, su *Wikipedia*¹²).

Nata nel 2001 come progetto complementare a un progetto con scopo analogo ma la cui redazione era affidata ad esperti (chiamato Nupedia), ha nel tempo ridefinito l'approccio dominante alla modalità di costruzione dell'informazione, in quanto

\ 12 <http://it.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

« *[è] curata da volontari seguendo un modello di sviluppo di tipo wiki, nel senso che le pagine possono essere modificate da chiunque e non c'è un comitato di redazione né alcun controllo preventivo sul materiale inviato* » (lemma *'Wikipedia'*, su *Wikipedia*¹³).

Diversi sono gli apprezzamenti e critiche nei confronti di tale approccio, eppure non solo la piattaforma risulta essere uno dei siti web più visitati al mondo¹⁴, a testimoniare il favore riscontrato dall'ampio pubblico, ma dal punto di vista scientifico risulta anche essere particolarmente accurata, in modo pressoché uguale (Giles, 2005) o perfino migliore¹⁵ rispetto all'Enciclopedia Britannica.

La forza di Wikipedia e di fenomeni analoghi risiede principalmente nella strategia della Common-Based-Peer-Production (CBPP), ovvero di

« *large groups of individuals [...] who cooperate effectively to provide information, knowledge or cultural goods without relying on either market pricing or managerial hierarchies to coordinate their common enterprise* » (Benkler e Nissenbaum, 2006).

Da tale approccio sono emersi diversi fenomeni e strategie (vedi Wiki-wiki, Open Source, Peer-to-Peer, Crowd-Sourcing, The Long-Tail, ...) che si sviluppano grazie ai vantaggi e alla modalità operativa apportata dal Web 2.0, ovvero dell'amplificata interattività offerta dallo strumento della rete.

Il concetto di Web 2.0, seppur originariamente coniato in relazione al campo dei software, si è nel tempo esteso ad indicare un

\ 13 *ibidem*

\ 14 « [Wikipedia] è il quarto in classifica mondiale con milioni di visitatori al mese (circa 450 milioni): riceve, infatti, circa 60 milioni di accessi al giorno » (*ibidem*).

\ 15 <http://www.ilfattoquotidiano.it/2012/08/07/wikipedia-migliore-enciclopedia-del-mondo-dal-regno-unito-ai-paesi-arabi/319733/>

« *approccio filosofico alla rete che ne connota la dimensione sociale, della condivisione, dell'autorialità rispetto alla mera fruizione: [...] è proprio la modalità di utilizzo della rete ad aprire nuovi scenari fondati sulla compresenza nell'utente della possibilità di fruire e di creare/modificare i contenuti multimediali [...] La possibilità di accedere a servizi a basso costo in grado di consentire l'editing anche per l'utente poco evoluto, rappresenta un importante passo verso un'autentica interazione e condivisione in cui il ruolo dell'utente è centrale* »¹⁶.

Nell'ambito del product-design, numerose sono le iniziative di progettazione condivisa. Fra questi, Quirky¹⁷ è la piattaforma statunitense che raccoglie idee di prodotto, generalmente implementazioni di categorie di prodotti esistenti, tentando di risolvere situazioni annose comuni. Il sistema di Quirky si basa sulla partecipazione di un'intera community che supporta sui molteplici livelli di sviluppo del prodotto, dal concept alle finiture, in cambio di una percentuale dei guadagni delle due idee che settimanalmente vengono messe in produzione sulla base dei voti attribuitigli. Il processo è indipendente dal livello di esperienza e competenza dei partecipanti, apportando limitati o consistenti contributi, per un totale di migliaia di persone coinvolte nello sviluppo di un prodotto, in seguito acquistabile on-line o presso rivenditori. Alcuni aspetti di tale strategia sono condivisi da Design Smash,

« *a company for designers, producers and people who support open-source creative collaboration. DesignSmash has a web-store where you can purchase objects and see the designers who made them. We also offer an open-source file-sharing platform for the exchange of design ideas* »¹⁸.

Come riportato nella mission, Design Smash ambisce alla progettazione partecipata e collaborativa efficiente e godibile che si co-

\ 16 http://it.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

\ 17 <http://www.quirky.com>

\ 18 <http://design-smash.com>

niughi con lo sviluppo di competenze e sostengono della località, con il mantra 'as local as possible'. Difatti, per quanto a supporto anche di professionisti la piattaforma supporta palesemente le attività di auto-produzione sostanzialmente slegate da sistemi produttivi di scala, in favore di un sistema localmente distribuito;

« *[i]nstead of having larger manufacturers, we intend to have more manufacturers. The idea that every locality has its own producer means that the manufacturing profits stay local and the products themselves are more sustainable* »¹⁹.

La località è valorizzata da un'ulteriore iniziativa di co-progettazione e coinvolgimento dell'utente nella fase di ideazione, quale la statunitense Local Motors. Si tratta di una piattaforma per creare un'autovettura personalizzata da parte di una comunità di esperti e appassionati del settore che partecipano alla ideazione e definizione delle componenti, dal telaio alle finiture. I promotori sanciscono la facilità d'uso della piattaforma, il guadagno ambientale dell'auto-produzione, l'orgoglio di essere autori della creazione e i vantaggi dell'aggiornabilità nel tempo. Inoltre,

« *[i]n auto-making, Local Motors will build low inventory, high cash conversion, low capital intensity assembly facilities distributed across the United States, which will bring satisfying and meaningful manufacturing employment in a pleasurable life-work experience* »²⁰.

Seppur il settore automobilistico e più in generale dei trasporti appaia fra i più critici per l'impatto ambientale ancora arrecato, modelli di business e progettazione partecipata come proposto da Local Motors appare promettente e interessante per i potenziali aspetti positivi in termini di valorizzazione delle risorse ed economie locali e per la progettazione a lunga durata grazie alla riconfigurabilità e alla personalizzazione.

La centralità dell'utente considerato crescentemente come fonte

\ 19 <http://design-smash.com/about/as-local-as-possible>

\ 20 <http://www.local-motors.com>

di conoscenza tanto del mondo quanto dei propri desideri è stata anche valorizzata per generare nuovi modelli tipicamente commerciali (vedi Consumer Customization nella sezione successiva) ma anche sociali per i risvolti positivi anche in termini di benefici sulla morale ed etica collettiva. Le CBPP vengono infatti considerate come

« *an opportunity for more people to engage in practices that permit them to exhibit and experience virtuous behavior* » (Benkler, and Nissenbaum, 2006).

Difatti, numerosi sono i progetti e le iniziative che hanno valorizzato lo strumento del Web 2.0 e le strategie collaborative appena menzionate per apportare un contributo sociale e ambientale. A titolo esemplificativo – e restando nell’ambito dei trasporti e dei macchinari – si considera in questa ricerca il progetto Open Source Ecology (OSE), una piattaforma wiki sviluppata dal 2003 da Marcin Jakubowski per creare e condividere le componenti di macchinari ad alte prestazioni per aree che richiedono apparati tecnologici per la conduzione di stili di vita decenti. Allo OSE collaborano contadini, ingegneri e in generale sostenitori del progetto del Global Village Construction Set

« *an open source, low-cost, high performance technological platform that allows for the easy, DIY fabrication of the 50 different Industrial Machines that it takes to build a sustainable civilization with modern comforts* »²¹.

OSE rappresenta un mirabile esempio di professione a azione progettuale impegnata che valorizza strumenti contemporanei di progettazione e scambio, ma dal punto di vista meramente di approccio al progetto ulteriori stimoli derivano dal concept sviluppato dallo studio di progettazione olandese Infrastructures²², denominato Open Structures (OS), che

\ 21 <http://opensourceecology.org>

\ 22 <http://www.infrastructures.net>

« *initiates a new standard for sustainable and democratic design that, based on the principles of open-source software, facilitates the re-use of objects, parts and components and allows us to build things together* »²³.

A detta dell’ideatore Thomas Lommée, si tratta di un progetto che esplora la possibilità di un modello di costruzione modulare dove ‘tutti progettano per tutti’, sviluppando componenti e strutture compatibili fra loro. A tale scopo proprio la modularità rappresenta l’aspetto cruciale e fondamentale dell’intero progetto. Gli elementi che ciascun attore elabora o modifica vengono con riferimento ad una griglia²⁴ di cui si tiene conto per definire le dimensioni, la distanza fra gli elementi di assemblaggio (tipicamente fra fori) o i diametri di elementi circolari per il raccordo di elementi. In tal modo, i componenti sono predisposti a integrarsi con altri dello stesso progetto.

Il modello così elaborato consente un’agile complessità del prodotto che può così evolversi nel tempo, grazie agli interventi progressivi degli utenti, apportando modifiche o assemblando componenti progettati da altri ampliano. La gamma dei prodotti ottenuti o potenziali è vasta, spaziando dal componente per l’assemblaggio fino ad un’intera cucina, da un macina-caffè fino a un’ambizioso concept di struttura architettonica.

La piattaforma web consente lo sviluppo del progetto secondo modalità e regole condivise che favoriscano la condivisione e partecipazione collettiva, affinché

« *[t]his vivid exchange of components will allow the parent structures to adapt, expand or shrink according to current needs and also stimulates continuous upgrades over time through a phased interchange of components.*

\ 23 <http://www.openstructures.net>

\ 24 La griglia di riferimento è a trama ortogonale, di assi distanziati fra loro di 4 cm.

Through online forums, open-source 3D software and participatory production techniques the customer now has all the tools he or she needs to get truly involved in the design process ».

I principi in generale del coinvolgimento dell'utente e l'affermazione di un approccio progettuale 'aperto' sono stati esplicitati contestualmente ad una mostra dal titolo *'yes, we are open'*, realizzata a Kortrijk, Belgio, nel 2010 (Lommée, 2010b.). L'obiettivo della mostra è la presentazione delle possibilità di sviluppo di un linguaggio progettuale di tipo collaborativo, attraverso la raccolta di casi studio e prodotti che possano palesare le caratteristiche e l'estetica degli output dell'approccio. In questa occasione si fa riferimento ad ulteriori elementi chiave del progetto e soprattutto dell'approccio di matrice sostenibile e open. Ad un primo livello si fa riferimento alla necessità di ricevere supporto e investimenti prediligendo forme di decentralizzazione di finanziamento, tipicamente tramite il recente ed entusiasmante caso di co-finanziamento Kickstarter²⁵. Per quanto riguarda invece il livello prettamente di progetto, risulta cruciale la condivisione di un vocabolario comune, attraverso la condivisione dei progetti e la valorizzazione delle critiche (vedi Quirky). Procedendo lungo il processo di generazione del prodotto, per la produzione occorre prediligere soluzioni che agevolino la piccola quantità, attraverso la modularità, espedienti per il disassemblaggio e lo scambio di competenze fra gli altri.

I principi del progetto includono suggerimenti che favoriscono anche gli aspetti legati alla vendita, quali il sostegno verso vendite personalizzate. Durante la vita del prodotto, ovvero, durante il consumo è auspicabile invece coinvolgere l'utente, attraverso strategie alterazione o di stimolo alla crescita individuale.

Il fine-vita del prodotto, in conclusione, dovrebbe essere strutturato per l'attuazione di cicli chiusi, attraverso logiche di rifunzionalizzazione del rifiuto (vedi Rammed earth construction e

Belland).

Limiti e sviluppi design-driven

Il tipo di coinvolgimento richiesto all'utente durante la fase di ideazione è sostanzialmente molto attivo e cruciale nella definizione del progetto.

Dai casi citati e descritti risulta che le abilità richieste all'utente coinvolto sono inerenti alla creatività, all'inventiva, all'immaginazione, con parziale coinvolgimento anche delle qualità espressive. Marginale risultano invece le qualità di fisicità e abilità manuali, e limitate all'uso di software e programmi per la modellazione o comunicazione di un'idea.

L'inventiva distribuita rappresenta difatti qui il principale contributo che la collaborazione può offrire ai professionisti del progetto per la possibilità di confrontarsi con un pubblico vasto di potenziali inventori e innovatori. Quindi in questa fase dello sviluppo del processo creativo, è auspicabile che il designer agisca da catalizzatore e amplificatore delle idee emerse in prima istanza. D'altro canto, il possibile coinvolgimento di persone che mancano di una formazione tecnica può portare il designer professionista a doversi confrontare con progetti ambiziosi o tecnicamente onerosi. A tal proposito il progettista può offrire il proprio contributo riportando la propria esperienza nel caso di progetti da sviluppare simili a precedenti, o ricorrendo alle abilità di *problem-solving* per l'identificazione delle soluzioni adeguate in termini di aspetti materici e di processo del prodotto.

In base al caso di volta in volta considerato, varia il mezzo di comunicazione, nonché il tipo di relazione fra gli attori e il tipo di fornitura. Si può assistere tipicamente al caso di condivisione libera della propria ideazione, per altri utenti di condizione paritetica, che frequentano le piattaforme precedentemente citate o che consultano le riviste di settore. In generale, considerato che la comunicazione avviene tendenzialmente via web, forti qualità espressive potrebbero risultare utili, tipicamente a esplicitare limi-

\ 25 <http://www.kickstarter.com>

ti dei progetti proposti, sia per gli aspetti tecnici che per quelli espressivo-estetici.

Dal punto di vista dell'impatto ambientale, un consistente rischio è presagito, ovvero la realizzazione di concept e prodotti non convenzionali per la piacevolezza di partecipare alle attività creative;

« *[t]he flipside of printing or 'fabbing' exactly what we want may also be the ability to create with abandon. 'The inevitable consequence of mass-market fabbing will be a huge increase in the amount of non-biodegradable plastic waste clogging up the planet for hundreds of years into the future,' says Nick Jones, analyst at information technology research company Gartner. 'But if we wait until all the problems with a technology are solved before we permit it, then we waste a decade or two of potential value' » (Lommée, 2010).*

Al fine di limitare questo potenziale ER, è auspicabile che il designer operi al contempo sollevando le criticità sostanziali di un prodotto se viene intuita la possibile debolezza del concept, sia esso per scopi individuali sia per la sua collocazione sul mercato o nella community.

05 3 Definizione

La seconda fase del processo creativo in cui l'utente finale di un prodotto può essere coinvolto è inerente alla definizione delle caratteristiche che l'artefatto incorporerà. L'obiettivo del coinvolgimento in questo momento specifico della generazione di un prodotto è modellare l'artefatto sulla base delle preferenze e dei bisogni di chi ne fruirà così da auspicabilmente rafforzare il legame utente-artefatto. Il potenziale ambientale della possibilità di personalizzazione viene incluso anche dagli autori dell'approccio Dalla culla alla culla, secondo i quali

« *[i]nvece di promuovere un'estetica universalmente valida, le industrie potrebbero lavorare nell'ottica di una personalizzazione di massa » (McDonough e Braungart, 2003).*

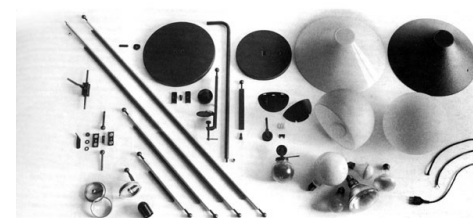
Il coinvolgimento dell'utente nella fase di definizione delle caratteristiche del prodotto è piuttosto esplorato dal mondo industriale, tipicamente offrendo all'acquirente molteplici elementi e varianti da applicare a un format di base. È il concetto di serie diversificata, ovvero

« *un modo per contenere la complessità delle richieste dentro un sistema normale, chiuso, di composizione e varianti » (Branzi, 2008).*

Si tratta di una strategia sviluppata soprattutto a partire dagli anni '80, quando ci si rese conto che il paradigma della produzione di (e indistintamente per la) massa era entrato in crisi (Pine, 1993) e al contempo

« *la complessità [era] ormai diventata un elemento normale e gestibile nella produzione industriale di arredamento* » (Branzi, 2008).

A tal proposito egli fa riferimento alle capacità imprenditoriali di Pasquale Natuzzi, che intervenendo sulla normalizzazione della complessità sia riuscito a erigere un impero nel settore dell'imbottito, proprio offrendo una considerevole quantità di risultati finali ottenibili a partire da elementi da aggiungere a fusti-base. Fra gli esempi nella storia del prodotto industriale, è emblematico il caso del sistema di lampade 'Aggregato' sviluppato da Mari e Fassina per Artemide, messo in commercio nel 1976, quindi appena prima dell'inizio degli anni '80. L'idea del sistema si basa proprio sulla libera composizione di un set base composta da 11 componenti base che permettono di ottenere 72 diversi modelli di lampade (VV, 2008).



In seguito si assiste al diffondersi della componibilità da piccoli oggetti a sistemi di imbottito riconfigurabili fino alle cucine componibili.

Curioso a proposito è il fenomeno del tutto contemporaneo della personalizzazione di scarpe da ginnastica. Negli ultimi anni infatti, i maggiori marchi del settore promettono e garantiscono un prodotto del tutto unico e su esplicita definizione da parte dell'acquirente. Puma ha avviato il processo con il programma chiamato Mongolian Shoe Barbecue (BBQ)²⁶, presto seguito da New Balan-

\ 26 http://www.shop-eu.puma.com/on/demandware.store/Sites-Puma-EU-Site/default/Link-Category?cgid=MBBQ&source=marketing_pumacom_mbbq_redirect (temporaneamente sospeso)

ce con il programma US574²⁷, da Adidas con MiAdidas²⁸ e dal più noto forse ID Nike²⁹. Più recentemente anche Converse offre ai suoi clienti la possibilità di definire fino a 15 caratteristiche diverse delle sue scarpe, inclusa una scritta identitaria sul fianco della scarpa stessa, attraverso il programma DesignYourOwn³⁰. L'investimento di tali aziende in strategie di personalizzazione è basato sulla considerazione secondo la quale processi di auto-progettazione portano il cliente ad attribuire un valore maggiore al prodotto, consolidando le ipotesi e i presupposti di questa ricerca³¹. I benefici percepiti infatti sono di 4 tipologie principali secondo Schreier (2006), come riportato nel capitolo XXXXXX. Alla luce dello stato dell'arte, 3 risultano i fenomeni che hanno principalmente contribuito allo sviluppo della produzione personalizzabile:

« First, new flexible manufacturing and information technologies enable production systems to deliver higher variety at lower cost.

[...] Second, there is an increasing demand for product variety and customization.

[...] Finally, the shortening of product life cycles and expanding industrial competition has led to the breakdown of many

\ 27 <http://www.shopnewbalance.com/custom/style/US574M1?&CZ01B010101&CZ02B020301&CZ03B030201&CZ04B040201&CZ05B050201&CZ06B060201&CZ07B070501&CZ08B080201&CZ09B090201&CZ10B100409&CZ11B110601&CZ12B120710&CZ13L130809&CZ14R130809&CZ15B140801>

\ 28 http://www.adidas.com/us/_/N-1z12gjj

\ 29 <http://nikeid.nike.com>

\ 30 <http://www.converse.com/#/products/shoes/converseOne/scratch/all>

\ 31 Vedi Pine 1999, von Hippel 2001, Franke e Schreier, 2010. La valutazione del valore attribuito deriva principalmente da studi che misura la cosiddetta Willingness-To-Pay (WTP), ovvero la volontà di pagare un determinato prezzo, che in questo caso risulta superiore per oggetti personalizzati rispetto agli standard a parità di prestazioni del prodotto.

mass industries, increasing the need for production strategies focused on individual customers » (Da Silveira, 2001).

La possibilità di personalizzazione che viene offerta anche all'acquirente è una strategia attualmente incoraggiata nel mondo del business che mira per l'appunto alla Consumer o Mass Customization (MC), ovvero

« enabling consumers to tailor products to suit their individual needs »³².

La strategia della MC è piuttosto articolata e costituisce materia di studio di settori del business per il contributo che sembra apportare in termini sia di soddisfazione per l'utente che di guadagni per le aziende; difatti

« [t]he main objective of mass customization is to provide superior customer value. It is assumed that a certain value increment stems from increased satisfaction with the individualized product. This value increment is said to make customers willing to pay price premiums —as long as the premium is commensurate to the perceived added value » (Schreier, 2006).

Eppure l'ambito è ancora in via di sviluppo, considerato che

« only one very recent study has aimed to assess empirically the value created by masscustomized products » (Franke e Piller, 2004, cit. in Schreier, 2006).

A tale scopo vengono sviluppate modalità di interazione fra acquirente e azienda, o meglio fra individuo e sistema di prodotto a sé più consono per cui seppur in un contesto di produzione di massa è ormai possibile garantire soluzioni pressoché uniche che da un lato appagano il desiderio di unicità della persona e dall'altro favoriscono l'azienda per molteplici aspetti; come sottolinea Schreier, uno dei maggior ricercatori nell'ambito

\ 32 <http://www.idsa.org/content/content1/what-we-mean-by...consumer-customization>

« [t]his is where mass customization comes into play: A manufacturer can equip its customers with a set of tools which enable them to convert their ideas, preferences, and tastes into products. Their final, individual solutions are then produced by the manufacturer, who takes advantage of mass customization production systems » (Schreier, 2006).

La strategia raccoglie l'interesse delle aziende per diversi potenziali vantaggi. La MC viene difatti generalmente descritta come

« the ability to provide customized products or services through flexible processes in high volumes and at reasonably low costs » (Da Silveira, 2001).

Sussistono potenzialmente anche vantaggi sociali nel conferimento all'acquirente della possibilità di definire il proprio artefatto, in quanto le persone divengono

« active agents in the creation of enchanting myths of individual sovereignty » (Korczyński e Ott, cit in Hamilton, 2010).

A fronte della intrinseca complessità del sistema tale da assecondare celermente le singole esigenze dell'acquirente, un sistema così basato su prodotti personalizzati consente la produzione di prodotti unici, realizzati con sistemi di produzione altamente flessibili, e soprattutto già venduti, limitando i rischi di invenduto, con relativi costi di immagazzinamento e trasporto, tale per cui i prezzi finali – come nel caso delle scarpe da ginnastica precedentemente citate – non risultano essere generalmente superiori a quelle acquistabili in negozio a fronte di un'attesa di pochi giorni per la consegna³³. Inoltre, è dimostrato come oggetti anche solo parzialmente definiti dall'utente secondo tale strategia risultano essere maggiormente graditi e apprezzati dall'acquirente finale³⁴.

L'approccio è ormai piuttosto diffuso a vari livelli e ambiti di in-

tervento, eppure la sua intuizione vanta ormai alcuni decenni. Lo scenario è stato ipotizzato per la prima volta da Toffler (1970), ma descritto – con i termini anche – da Stan Davis nel 1987³⁵, coerentemente con quanto rilevato e riportato precedentemente sulla crisi e la complessità degli anni '80.

Secondo le strategie di MC la modalità di coinvolgimento dell'utente e di conseguenza il modello di strategia varia sulla base del ruolo dell'utente stesso, della fase di intervento per la personalizzazione e il livello di cambiamento apportato alla versione base del prodotto. Gilmore e Pine (1997), ad esempio, propongono 4 approcci – o facce – principali per la personalizzazione sulla base di una duplice opzione di mantenimento (o cambiamento) in termini di prodotto o di modalità di rappresentazione, quali:

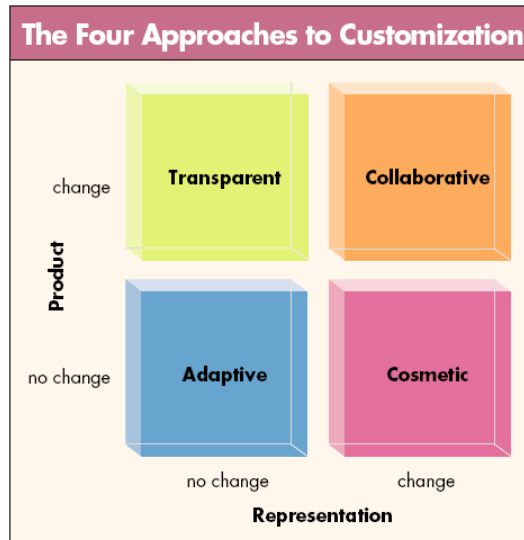
- 'Collaborative', in cui il progettista o l'addetto dialoga con l'utente per la definizione delle caratteristiche dell'oggetto desiderato; è il caso dell'azienda di occhiali Paris Miki con il suo Mikissimes Design System, che aiuta gli acquirenti a scegliere gli occhiali più adatti al proprio volto e gusto
- 'Adaptive', secondo cui prodotti standard o con limitate configurazioni possono essere alterati e personalizzati direttamente dall'utente secondo le proprie esigenze; è il caso della Lutron Electronics Company con il sistema di illuminazione – unico – che consente all'utente di definire la tipologia di luce in base all'umore e alla sensazione da ricreare
- 'Cosmetic', secondo cui prodotti standard assumono un aspetto personalizzato in dipendenza, tipicamente, del canale di vendita e generalmente tramite confezioni personalizzate su questa base
- 'Transparent', ovvero prodotti personalizzati sulla base del target prefissato, ma senza un'esplicita comunicazione dell'unicità del prodotto, che appare pertanto secondo aspetti convenzionali; è il caso del servizio offerto dalla ChemStation

\ 33 2-3 settimane nel caso di Converse.

\ 34 Inserire qui riflessione sulla Willingness-to-pay, riportata altrove.

\ 35 vedi Futuro Perfetto, 1989. Edizioni di Comunità,

di Dayton per l'erogazione di sapone secondo composizioni stabilite dalla macchina sulla base delle abitudini dell'utente, evitando la fase di esplicitazione delle stesse.



La progettazione di Tool-kit per la personalizzazione

Al fine di garantire il successo del risultato, risulta cruciale che l'acquirente sia nelle condizioni di liberamente definire la configurazione o le caratteristiche del prodotto. Il luogo dell'interazione è rappresentato tipicamente dalla raccolta in cataloghi di elementi modulari o da piattaforme virtuali, che rientrano in generale nella categoria dei tool-kit, ovvero di espedienti che agevolano la definizione dell'oggetto e visualizzano in anteprima il risultato. MC toolkits

« allow customers to design their own individual products online. These toolkits allow trial-and-error experimentation and deliver immediate (simulated) feedback on the potential outcome of design ideas. Once a satisfactory solution is found, the design can be transferred into a firm's production system and subsequently delivered to the customer » (Franke e Schreier, 2010).

Questi espedienti per la personalizzazione di massa possono essere di diversa natura e denominati in diverso modo, quali configuration system, configuration tool, choiceboard, co-design platform, o ancora più semplicemente 'configurator', ovvero

« a software application for designing products exactly matching customers' individual needs »³⁶.

I configurator trovano applicazione in un pressoché illimitato numero di settori³⁷. Vengono applicati per definire camicie³⁸ e borse prestigiose³⁹, tazze riutilizzabili⁴⁰ o batterie⁴¹, ma anche forse più inaspettatamente la composizione di birre⁴² o di cereali da colazione⁴³.

Efficienti soluzioni sviluppate in tal senso posso incrementare il valore percepito dai clienti in modo decisivo, anche del 100% su uno studio effettuato da uno dei maggiori sostenitori della Consumer Customization e dei rispettivi tool-kit, quali Von Hippel (in Schreier, 2006). A tal riguardo un'adeguata progettazione del dispositivo favorisce la godibilità dell'esperienza di personalizzazione, con ripercussioni sia sulla perseveranza nel portare a ter-

\ 36 <http://www.configurator-database.com/definitions/configurator>

\ 37 Per un approfondimento sui maggiori casi studio di MC è possibile consultare un database che ne raccoglie più di 500, a cura di uno dei principali sostenitori dell'approccio alla personalizzazione di massa, quali Piller, nel sito <http://www.configurator-database.com>

\ 38 <http://www.blanklabel.com>

\ 39 <http://laudividni.com>

\ 40 <http://www.keepcup.com/design-my-keepcup>

\ 41 <http://2007.sq2-drumsystem.com/index.php?content=11580>

\ 42 <http://www.braufaesschen.com/de/hopfenauswahl.html>

\ 43 <http://uk.mymuesli.com>

mine il processo sia sul valore percepito del prodotto realizzato (Franke e Schreier, 2010)

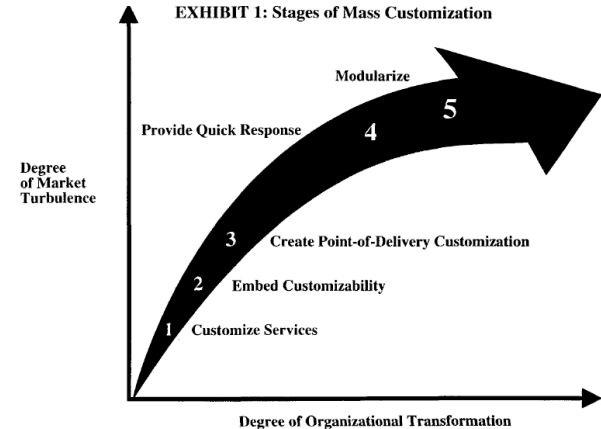
Secondo Von Hippel, la progettazione di tali espedienti per la personalizzazione deve assecondare 5 criteri fondamentali per predisporre a risultati apprezzabili, e nello specifico:



1. *toolkits have to enable complete trial-and-error cycles in order to efficiently allow customers to create their individual designs;*
2. *[...] The scope of the toolkit describes the customer's design possibilities;*
3. *[...] enabling customers to use skills they already possess (user friendliness);*
4. *[...] Furthermore, module libraries should be offered to customers, as individual designs will rarely be novel in all aspects of the product;*
5. *[...] Finally, once the customer finds a satisfactory solution, his/her design is automatically translated into the language of the production system without requiring revision by the manufacturer » (Von Hippel, 2001).*

Limiti e sviluppi design-driven

Lo sviluppo di strategie per la MC richiede anche consistenti cambiamenti e sviluppi per le aziende. A tal proposito Pine (1993b) propone 5 fasi principali affinché le aziende o gli interessati possano avanzare verso livelli progressivi di elevata personalizzazione sulla delle ricerche realizzate insieme allo MIT per IBM Consulting Group.



In questo processo, il product design può plausibilmente supportare lo sviluppo di aspetti potenzialmente vantaggiosi sia economicamente sia ambientalmente.

L'efficacia della MC è connessa ad alcuni fattori principalmente legati al mercato (fattori 1 e 2) o sull'organizzazione (fattori 3-6), ovvero (Da Silveira, 2001)



1. *Customer demand for variety and customization must exist,*
2. *[...] Market conditions must be appropriate,*
3. *[...] Value chain should be ready,*
4. *[...] Technology must be available,*
5. *[...] Products should be customizable, and*
6. *[...] Knowledge must be shared.*

« *Industrial design also has contributed to the most recent evolution from mass production to mass customization. Its contribution was key in supporting more modular product structures and product platforms, by which industrial production has achieved a level of flexibility that comes closer to the flexibility of craftsmanship in the pre-industrial age* » (Morelli, 2011).

Uno dei principali limiti e potenziale rischio cruciale dello sviluppo di queste strategie e piattaforme è la mancata educazione dell'utente verso gli aspetti fondamentali del progetto. Il rischio percepito in altre parole è la tendenza dell'individuo medio che lascia coincidere il desiderio di unicità con l'apporto di grafica e decorazione su forme, siano esse archetipali o complesse, ma prive di studio raffinato che tenga conto di considerazioni inerenti a significato, eleganza, adeguato uso delle risorse e delle potenzialità del processo. Le tecniche di realizzazione agevole di prodotto incorporano un forte potenziale soprattutto nel caso di artefatti molto complessi o con caratteristiche che non possono essere generate attraverso i processi convenzionali, e spesso a minor impatto ambientale. Quindi fra i rischi connessi, si palesa un Rebound Effect di incremento del dispendio delle risorse dovuto alla mancata formazione dell'utente, oltre che di possibile eccesso di complessità per l'utente, definito anche Mass Confusion (Pine, 1993). I siti web corrispettivi generalmente contengono anche una sezione per i suggerimenti basilari per lo sviluppo di un prodotto ottimale. Si tratta generalmente di indicazioni per la riduzione del prezzo principalmente, al fine di evitare elevazioni eccessive di costo rispetto alla qualità percepita, anche perché le tecnologie di realizzazione istantanea non sono necessariamente le più convenienti per la produzione di oggetti.

Da qui la necessità di elaborazione di prodotti e/o piattaforme che siano in grado di informare l'utente sulla qualità del proprio risultato in termini di impatti ambientali, se non anche di qualità del progetto. O ancor meglio, lasciare all'utente medio la possibilità di personalizzare soltanto alcuni aspetti, la cui variazione non

comporta sostanziali alterazioni degli impatti ambientali o della qualità del prodotto.

L'opportunità economica della possibilità di delegare la realizzazione del progetto all'utente sembra essere esplorata in modo auspicabilmente incoraggiante dal gruppo olandese Droog Design⁴⁴. In occasione del Salone del Mobile di Milano del 2011, il gruppo ha ufficialmente presentato la proposta di un nuovo concept di progettazione e soprattutto vendita e realizzazione dei loro prodotti, chiamato Design for Download, dal mantra *'everything is makeable, anytime, anyyywhere, by anyone'*⁴⁵. Attraverso una piattaforma web chiunque è in grado di definire le caratteristiche del proprio prodotto rendendolo personalizzato e soprattutto realizzato da sé o da competenze locali, evitando oneri ambientali ed economici di trasporto e montaggio;

« *first platform for downloadable design, which will feature curated and open content, easy-to-use parametric design tools and a network of local low- and high-tech manufacturers [...] digital design tools that allow ordinary computer users to easily make functional design decisions, automatically generating blueprints for local execution in various materials. The tools also enable communication between designer and customer, streamlining and lowering the cost of a custom design process* » (Droog Design, 2011).

La prima collezione presentata include arredamento e accessori progettati appositamente per essere scaricati dagli studi Event Architectuur e Minale-Maeda, quali tavoli, credenze, tavolini, librerie o divani realizzati con tecnologia CNC, o prese elettriche realizzata con la stampa 3D.

La proposta incorpora un forte potenziale di innovazione nel sistema complesso e articolato del progetto; come sostiene la co-

\ 44 <http://www.droog.com>

\ 45 http://www.youtube.com/watch?v=Nuzcl_QdTOM&feature=player_embedded

fondatrice e presidente del gruppo, Renny Ramakers,

« Taking design to the digital realm opens many possibilities. Not only does it have consequence on transport and storage efficiencies, it also calls for new design approaches, innovative digital design tools and online shopping experiences, and innovative business models for all actors along the distribution chain ».

La stessa Ramakers rileva il forte cambiamento in ambito anche di realizzazione del prodotto

« Another important decision was to incorporate both digital producers and ordinary workshops in the network of manufacturers. I like the idea that through a digital network one can enhance crafts. In bridging high- and low-tech it becomes similar to our Dry tech projects. Our goal is to create a network of certified producers, and in some cases the files will go directly to the producers and the consumer will receive the finished good »⁴⁶.

Dal punto di vista del progetto, si percepisce la sfida verso la necessità di creare le condizioni fondamentali per l'apprezzamento del prodotto, la percezione di essere in grado di realizzarlo e poi personalizzarlo. Pertanto in prima istanza sussistono le premesse verso la necessità di semplificazione dell'oggetto. Herman Verkerk, progettista di EventArchitectuur a cui Droog ha commissionato per primi il brief, racconta che

« [w]e were working on installations of a cupboard system and we wanted to standardize the design to make it more accessible to people. Digital media came as a good tool for us to communicate the design to the customer, and for the customer, to be able to interfere or interact with it. Ultimately the customer makes the design decisions. We wanted to make a framework and not to define the final design. We made building blocks and the interface so that people can add or transform the design. That gives a lot of freedom ». Il collega Tal Erez aggiunge poi che

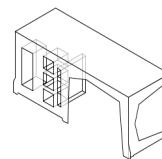
« The process was about simplifying the design and giving options that are very clear. Our designs offer endless possibilities within very simple boundaries. Take for example, Box-o-rama. Dragging and dropping boxes gives an endless range of options. It is a fun process that normal computer users can understand. And this process gives people programmatic choices; functional choices which will eventually determine the design, rather than just decorative options ».

droog

FACADES EDITOR

Draw boxes on the front to create your own design. You can rescale the boxes and use the slider to set the depth.

Red boxes indicate an overlap problem, which you can easily fix by moving it to another position.



Facades and Functions
by EventArchitectuur

SAVE

a tool developed by STUDIO ludens



Lo stesso Erez evidenzia la sfida progettuale.

« It certainly does by considering the interface from the very beginning. We have to think of an interface that is digestible. And, since a 3D representation on a 2D screen can be confusing, it means the core of the interface should be in 2D. This affects the design, which also starts with a 2D existence. We played with a dotted line, which is a very common 2D representation. Using Illustrator, we applied the same thickness, but modifying the gaps to achieve a specific tone or a unique rhythm in a dotted line. This was then transformed into press fit connections in 3D. The process went back and forth, like a ping-pong game between 2D and 3D in the design, interface, detailing, decoration, manufacturing and assembly. The ping-ponging gave it a specific character. It created a certain visual language that is

recognizable. Whatever you do with Box-o-rama it will always be Box-o-rama ». I

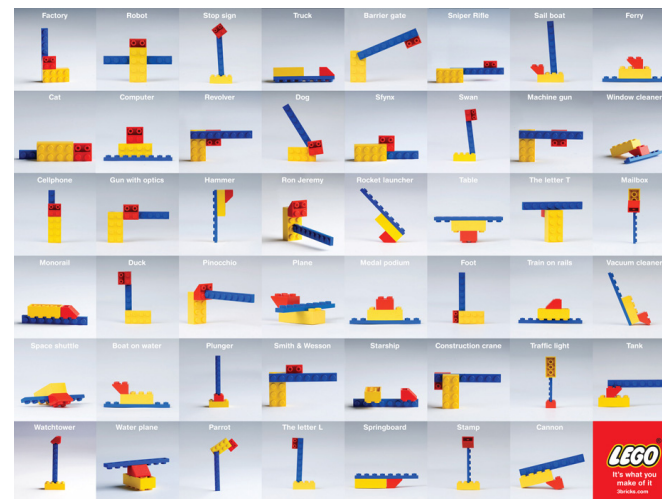
In conclusione, il designer tende a divenire principalmente un curatore e colui che si preoccupa in particolare di far dialogare le parti coinvolte, e come afferma Verkerk

« [t]his system is not star designer based. Making a framework instead of defined and finished products is where I see the difference between star design and non-star design ».

05 4 Assemblaggio

La terza fase del processo creativo in cui l'utente può essere coinvolto attivamente è l'assemblaggio, ovvero di composizione di elementi esistenti secondo configurazioni suggerite per la generazione di un artefatto predefinito.

Icona di progetti che valorizzano la creatività delle persone attraverso operazioni di assemblaggio è il sistema Lego, dove elementi di diverse dimensioni, forme e colori possono essere composti per realizzare il prodotto sia come originariamente inteso dal produttore sia secondo l'inventiva e l'immaginazione individuale.



La fase di assemblaggio è inclusa in questa ricerca per i potenziali benefici intuiti in favore l'utente per il coinvolgimento in operazioni relativamente semplici rispetto alle categorie di intervento finora analizzate. Rispetto alle fasi precedentemente analizzate del processo creativo, infatti, l'assemblaggio può apparire relativamente semplice da eseguire ed effettuare tale per cui la sua per lo meno presunta accessibilità riscontra un'elevata partecipazione di persone a diversi livelli di abilità percepita. Infatti, vengono generalmente richieste operazioni basilari con utensili comuni per l'unione di componenti standard o meno, seguendo i passaggi di composizione su fogli illustrati che rappresentano il risultato progressivamente raggiunto.

Eppure le operazioni di composizione sono anche valutate come forme creative del Craft Consumer di Campbell, che viene definito in tal caso un operatore che esegue una

« *form of the creation of new 'ensemble-style products' out of the raw materials of finished commodities. [...] what is actually 'created' is an 'ensemble' or a 'putting together' of products, each of which may itself be a standardized or mass-produced item. Indeed, it is this kind of 'ensemble creativity' that is so typical of the modern craft consumer » (Campbell, 2005)*

Il caso dei mobili componibili 'flat-pack' prodotti da Ikea costituisce plausibilmente il caso più emblematico di esperienza di assemblaggio nel contesto del product-design per fini non intenzionalmente ludici.

Nonostante l'apparente semplicità di questa fase, sono qui richieste abilità di diverso tipo, quali soprattutto manuali, concentrazione e in parte anche di visualizzazione mentale del risultato durante il processo stesso. Il coinvolgimento è tale che alcuni studi dimostrano come l'assemblaggio di componenti contribuisca comunque ad accrescere la condizione di soddisfazione di chi la pratica.

Il fenomeno ha anche preso il nome di 'effetto Ikea', indicando

« *consumers' increased valuation for goods they have assembled when compared to objectively similar goods not produced by the self [proprio] in honor of the Swedish manufacturer whose products typically arrive with some assembly required » (Norton, Mochon e Ariely, 2012).*

Prendendo in esame prodotti a basso livello di complessità e stimolo creativo, un'interessante ricerca sul ruolo dell'assemblaggio come componente per incrementare il valore percepito (Norton, Mochon e Ariely, 2009), ha mostrato come

« *successful assembly of products leads to value over and above the value that arises from merely being endowed with a product, or merely handling that product ».*

La ricerca ha fondamentalmente individuato alcune caratteristiche potenzialmente utili per la progettazione di prodotti e ser-

vizi che richiedono il coinvolgimento dell'utente per terminare la composizione del prodotto stesso, fino ad attribuire maggior valore all'oggetto montato da sé piuttosto che al medesimo pre-montato; difatti è stato verificato che

« *those who assembled their own box valued it more than those who were given the chance to buy an identical pre-assembled box [fino anche ad essere] sufficient in magnitude that consumers believe that their self-made products rival those of experts » (Norton, Mochon e Ariely, 2009).*

A tal scopo, risultano cruciali alcuni aspetti, tipicamente – coerentemente con quanto riportato da Csikszentmihályi per la generazione della condizione di Flow – che l'utente sia in grado di portare a compimento l'operato. Il presupposto è generalmente valido anche per le altre fasi del processo creativo, ma non va sottovalutato in questa circostanza, considerato che

« *in his seminal research on selfefficacy, Bandura specifically pointed to successful completion of tasks as one means by which people can meet their goal to feel competent and in control (see also White 1959). Just as completing tasks has a positive psychological impact, failure to complete tasks has corresponding negative psychological consequences: People ruminate more on tasks that they failed to complete than on those that they successfully completed, leading to negative affect and regret » (Norton, Mochon e Ariely, 2009).*

Fra i possibili effetti psicologici generabili dal coinvolgimento delle persone nella fase di assemblaggio, è riscontrabile l'incremento di valore attribuito all'artefatto rispetto a un prodotto pre-assemblato, similmente a quanto rilevato dalle teorie della Mass Customization durante la fase di Definizione del prodotto (vedi pagina XXXX). A differenza di questi, però, nello studio preso in considerazione

« *no opportunity for customization exists, suggesting that any increase in valuation due to labor we observe is likely not due*

to customization. [...] by using simple IKEA boxes and Lego sets that did not permit customization, we demonstrated that the IKEA effect does not arise solely as a result of participants' idiosyncratic tailoring of their creations to their preferences » (Norton, Mochon e Ariely, 2009).

Si deduce quindi che le operazioni di assemblaggio possono favorire il rafforzamento di un legame fra artefatto e individuo anche al più basso coinvolgimento delle abilità creative, come testimoniato dal precedente studio ricorrendo a prodotti dal mero scopo funzionale e a basso valore edonistico, quali delle scatole. Il risultato è ulteriormente avvalorato dalla constatazione secondo cui il beneficio atteso dall'assemblaggio sia percepibile a diversi livelli di auto-considerazione delle proprie abilità manuali o creative; difatti risulta

« *evidence for the magnitude of the IKEA effect being over and above that due to endowment this increase in valuation was not limited to only participants who considered themselves DIYers » (Norton, Mochon e Ariely, 2009).*

Limiti e possibili sviluppi design-driven

Il coinvolgimento dell'utente nel processo di assemblaggio presenta un principale vantaggio, decisamente valorizzato da Ikea ad esempio, quale la possibilità di abbattere costi di montaggio e trasporto poiché è la persona stessa che si fa carico delle risorse da dedicare a tali operazioni. D'altro canto, strategie che puntano alla riduzione dei prezzi hanno talvolta manifestano Effetti Rebound in termini di impulsività all'acquisto e dismissione anticipata dell'oggetto. A tal riguardo (come si rileverà fra poche pagine) i prodotti realizzati con questo obiettivo non necessariamente risultano economici nel momento in cui si predilige la qualità dei materiali o si sposano principi etici che comportano drastici incrementi di costi.

Un forte limite emerge però per l'affermazione di strategie che

portino ad un reale coinvolgimento dell'utente anche nella fase di assemblaggio; l'effetto documento dallo studio preso in esame ha carattere retrospettivo e non è necessariamente atteso, ovvero il riconoscimento del valore aggiunto agli artefatti assemblati da sé si manifesta a posteriori del processo. Infatti

« *[w]hile our results suggest that consumers may pay a premium for "did it yourself" projects, they may still be unwilling to choose to engage prospectively in "do it yourself" projects. [...] The challenge for marketers lies in convincing consumers to engage in the kinds of labor that will lead them to value products more highly, especially given this general aversion to such pursuits » (Norton, Mochon e Ariely, 2009).*

Plausibilmente tale limite coinvolge principalmente la comunicazione degli aspetti godibili della pratica, tale per cui si fa esplicito riferimento alla professione del marketing. Il product-design può comunque intervenire sull'amplificazione o agevolazione del processo di coinvolgimento e di raggiungimento del risultato finale. A tal proposito, a luce degli esempi raccolti per l'inclusione dell'utente nelle fasi di assemblaggio di prodotti per l'arredamento è stato dedotto il ruolo cruciale rivestito dalle connessioni, ovvero dagli elementi, superfici e in generali espedienti che consentono l'unione e l'interazione fra le varie componenti di un artefatto da assemblare.

La raccolta di casi esemplificativi ha evidenziato soluzioni design-driven che agevolano il compito dell'assemblaggio inerentemente a 3 contesti di riferimento, quali:

- Oggetti specifici o gamma limitata
- Composizioni riconfigurabili nel tempo
- Riutilizzo di altri componenti e oggetti.

Al primo contesto appartengono le soluzioni con connessioni che garantiscono prestazioni elevate ma per una ristretta gamma di prodotti o per singole configurazioni. Rievocando riferimenti esterni a titolo esemplificativo, si tratta delle connessioni che pos-

sono offrire occasioni di soddisfazione come per un puzzle, dove l'uso di connessioni è mirato a una singola configurazione, per quanto riconfigurabile. A questa categoria molto sinteticamente appartengono i prodotti tipicamente di Ikea. Questi infatti fanno generalmente ricorso a connessione sviluppate appositamente ad una specifica collezione o tipologia di prodotto. A fronte della difficoltà o impossibilità di reperimento al di fuori dei confini del punto vendita Ikea, tali connessioni tendenzialmente facilitano le operazioni di assemblaggio anche da parte di una singola persona coinvolta nel montaggio di oggetti di grandi dimensioni e spesso richiedono un limitato uso di attrezzi, quali la brugola (icona dei processi di assemblaggio del marchio) generalmente inclusa nella confezione del prodotto.

Al secondo contesto appartengono le connessioni che agevolano le operazioni di riconfigurazione nel tempo, tipicamente sulla base di variabili gusti e bisogni dell'individuo, con soluzioni facilmente disassemblabili senza danneggiare o alterare il prodotto e le sue componenti. È il caso del già citato sistema Lego che offre l'opportunità di godere della variabilità e compatibilità di elementi diversi, per quanto internamente al sistema dato dei mattoncini con sporgenze geometricamente definite e per cui elementi provenienti da sistemi diversi non sono tendenzialmente adatti a interagire con essi.

Al terzo contesto appartengono le soluzioni di connessioni sviluppate per includere componenti diversi dal sistema di riferimento, imprevedibile per caratteristiche e generalmente riconfigurabile, pertanto assecondando modalità tipiche dei sistemi universali.

Questi ultimi due contesti sono risultati particolarmente stimolanti per lo sviluppo di soluzioni interessanti nel campo del product design e del coinvolgimento dell'individuo tale per cui verranno di seguito presentati alcuni prodotti per l'arredamento sviluppati da designer per lo scopo e appartenenti a queste due categorie.

Composizioni riconfigurabili nel tempo

La riconfigurabilità e aggiornabilità di prodotti nel tempo costituisce un fattore chiave per svariati artefatti, tipicamente perseguendo la modularità e il riferimento a standard condivisi. È il tipico caso di cucine e divani componibili, ma in questa ricerca sono stati particolarmente apprezzati espedienti che esplorano soluzioni tecniche mirate a valorizzare il coinvolgimento dell'utente congiuntamente a una contraddistinta espressività.

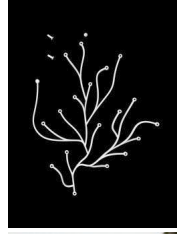
È il caso di diversi sistemi sviluppati dall'ormai affermato studio dei fratelli Bouroullec⁴⁷ per generare superfici divisorie assemblabili a partire da apparentemente semplici moduli. Fra tali sistemi, vi sono gli elementi plastici Algues e Twigs (entrambi per Vitra⁴⁸), o quelli a base di tessuto North-Tiles e Clouds (entrambi per Kvadrat⁴⁹). Il concetto chiave di questi sistemi è la suddivisione dell'idea di parete in elementi assemblabili che proprio dall'assemblabilità traggono vigore generando soluzioni del tutto uniche e adattabili al contesto. Si possono così realizzare da sottili tendaggi a pareti insonorizzati, mono- o multi-colore. In questi progetti non solo l'operazione di montaggio ma anche la definizione del pattern viene affidata all'utente selezionando fra i diversi colori disponibili e perfino ricorrendo a un configurator⁵⁰ che visualizza in anticipo la resa della configurazione sulla base di dimensioni dell'ambiente, eventuali passaggi, tipologia di pattern, tessuto e combinazione di colori scelti per tonalità e percentuale.

\ 47 <http://www.bouroullec.com/>

\ 48 <http://www.vitra.com>

\ 49 <http://www.kvadrat.dk/>

\ 50 [http://www.kvadrat.dk/textiles/north_tiles/create_your_own_wall/?tx_tcmenuлист_pi1\[index\]=](http://www.kvadrat.dk/textiles/north_tiles/create_your_own_wall/?tx_tcmenuлист_pi1[index]=)





kvadrat



I progetti per pareti divisorie favoriscono la smaterializzazione delle componenti domestiche che non necessariamente richiedono le qualità del peso di una struttura permanente e potenzialmente contribuendo alla transizione verso l'apprezzamento della leggerezza laddove risulta essere un altrettanto valida soluzione. Vengono inoltre assecondate le esigenze espressive e dimensionali delle persone, coinvolgendole in prima linea alla finalizzazione del progetto.

La variabilità di configurazione a partire da elementi base compatibile è la base anche per il concept House of Furniture Parts dello Studio Makkink & Bey elaborato per Droog Design. Il progetto generale mira a offrire un'ampia versatilità domestica nel minimo spazio possibile, lasciando a disposizione della persona gli elementi base per configurare lo spazio nel modo più consono all'ambiente domestico e all'occasione. A tal fine Lo studio propone l'inclusione di un abitacolo all'interno dello spazio da vivere le

cui



parete sono realizzate da elementi che, staccati, possono essere assemblati fra di loro grazie a semplici incastri geometrici a formare i componenti fondamentali della casa o dell'ufficio (quali sedia, tavolo, sgabello,...) ed essere infine riposti a parete quando non sono necessari.

« *With walls of stool, bench and table parts that easily come out and assemble, the functionality and character of the house can be changed as more or less furniture is used. A poetic vision for efficient production and material use, House of furniture parts transports flat and can be made to suit different functions, produced locally and customized* »⁵¹.

Il progetto pertanto apparire valevole ai fini della ricerca non solo per la volontà di rendere la persona progettista del proprio contesto variabile ma anche per la proposta di una produzione

\ 51 http://www.studiomakkinkbey.nl/list/projects/3163_house_of_furniture_parts

localizzata al fine di ridurre l'impatto da trasporti e valorizzando l'economia locale.

Riutilizzo di altri componenti e oggetti

Il contesto di componenti per il riutilizzo di materiale esistente consiste nella possibilità offerta alle persone di integrare propri o genericamente esistenti materiali e oggetti in sistemi di base. In tale modo si favorisce un'implementata partecipazione delle persone al completamento del progetto, congiuntamente a strategie di riduzione degli impatti ambientali per la produzione e trasporto di materia che possa non solo essere sostituita da equivalenti locali ma anche fonte di rafforzamento del legame.

Fra i prodotti che palesano la forza di questo scenario il tavolo (universale) T.U. di Philip Nigro, attualmente prodotto da Lignet Roset, consiste fondamentalmente in una base regolabile sia in larghezza sia in spessore grazie a un sistema a staffa che fissa alla struttura il piano che l'acquirente ha intenzione di usare, possibilmente riusando il piano di un tavolo precedente, una superficie recuperata o del legno locale.



La soluzione elaborata appare particolarmente adattabile alla variabilità sia di materiale e dimensioni da adattare sia delle abilità del potenziale acquirente.

Similmente, Nicola Stäubli ha sviluppato un concept finalizzato al riutilizzo di materiale proprio o locale per la realizzazione di una libreria, dal nome Indie-furniture⁵². A tal scopo, Stäubli ha progettato un elemento di connessione universale fra ripiani e montanti che possono essere recuperati localmente e possibilmente segati direttamente dalla persona, esplicitamente chiamata a partecipare al processo di realizzazione e completamento del prodotto.

\ 52 <http://www.indie-furniture.org>



Anche in questo caso, il modello della libreria è definibile attraverso un configurator⁵³, che, una volta definite le dimensioni desiderate dall'acquirente, identifica il numero di connettori necessari. In tal modo solo gli elementi di connessione, che rappresentano il 7% circa del peso totale della libreria, vengono spediti, abbattendo notevolmente l'impatto ambientale dovuto al trasporto. Il valore della proposta di Indie-furniture viene argomentato in un manifesto elaborato dal progettista, basato su 10 punti cruciali del concept, includendo il valore della co-realizzazione, l'unicità del risultato, la flessibilità del prodotto nel tempo, la necessità di abilità manuali, la valorizzazione della località e l'affermazione di una modalità alternativa di prodotto, ovvero di fondamenti condivisi da questa ricerca.

\ 53 <http://www.indie-furniture.org/configurator>

INDIE FURNITURE

[About](#) [Pictures](#) [Configurator](#) [Shop](#) [Support](#) [Environment](#)

BLOK

GRID

UNITS

imperial
 [inches]
 metric [cm]

OVERALL DIMENSIONS

Width: 192.8 cm
 Height: 200.2 cm
 Depth: 41.4 cm

YOU: WOOD

Quantity: 9.65 m²

Cutting Plan

WE: CLAMPS

48 pcs: \$ 960.00

Riassumendo, la raccolta di esempi selezionati da questa ricerca e qui presentati per il coinvolgimento delle persone nella fase di assemblaggio del processo creativo appare come un possibile terreno fertile per un agevole sviluppo della pratica. Difatti gli espedienti si basano su operazioni relativamente semplici da attuare tale per cui la pratica può essere condotta a tutti i livelli di abilità manuali e creative degli utenti. Inoltre il ricorso a configurator per l'anticipazione del risultato o l'uso di soluzioni riadattabili, favorisce l'attuazione di processi 'trial&error', ovvero di prova tale per cui anche persone che si ritengono scarsamente abili sono maggiormente agevolate a tentare di applicare la soluzione che di volta in volta sembra a loro interessante senza inficiare la qualità dei materiali né auspicabilmente il livello di soddisfazione perso-

nale acquisibile dalla pratica.

Inoltre, proponendo una forte presenza di componenti locali del luogo in cui si trova l'utente finale, la fase di assemblaggio risulta predisporre al contribuire alla riduzione degli impatti ambientali e alla valorizzazione della località congiuntamente a strategie di co- e participatory design.

Generalmente parlando quindi, si tratta di un interessante campo di unione di interessi fra gli attori principali della produzione, ovvero produttori di massa, trasformatori locali e necessariamente utente.

Il limite attualmente percepiti riguarda principalmente i costi generalmente constatati per i progetti descritti. Questi risultano relativamente elevati se rapportati a prodotti simili sul mercato. Generalmente parlando si presagisce la possibilità della barriera che come intuito già da Norton et al, la soddisfazione generata dal processo sia un contributo che deriva a posteriori del processo, mentre in fase di valutazione può indurre sostanziali dubbi sul rapporto fra fatica richiesta per portare a termine il progetto, qualità prevista del risultato e denaro speso, in un momento storico ancora di transizione dal paradigma del desiderio dell'oggetto nuovo e scintillante.

A tal riguardo sarà auspicabile investire energie nella comunicazione del valore non solo della partecipazione al processo creativo ma anche dell'uso di risorse locali, dell'inclusione di oggetti e materiali vissuti.

05 5 Realizzazione

La quarta fase del processo creativo in cui le persone possono essere attivamente coinvolte è inerente alla Realizzazione del progetto. Con la precedente fase di Assemblaggio è condivisa la natura manuale e di contatto diretto con l'artefatto finale durante il suo sviluppo, ma qui il praticante opera a partire dalla creazione anche degli elementi base, occupandosi anche del recupero e della trasformazione dei materiali per generare gli eventuali componenti da assemblare in un secondo tempo.

Pertanto il praticante che opera per la realizzazione del progetto rappresenta la mano operativa che può praticare e sviluppare abilità manuali e competenze di processo. Inoltre, similmente ad un processo artigianale, egli dispone anche della possibilità di modificare il progetto in corso d'opera. La fase di realizzazione, infatti, incorpora un ulteriore fattore contraddistintivo di potenziale variabilità e imprevedibilità rispetto alla precedente fase di Assemblaggio, proprio per la possibilità di incidere sul risultato finale anziché porsi come puro esecutore⁵⁴.

L'idea progettuale in questa fase può derivare da un concept sviluppato collaborativamente (vedi Ideazione) o da modelli di riferimento simulati con un configuratori (vedi Definizione) o ancora ad imitazione di un prodotto esistente (incluso progetti dalla

\ 54 Margini di mutamento del progetto anche in progetti in cui al praticante si richiede di operare per l'Assemblaggio dei componenti sono possibili, ma si rientra generale in ambiti di Trasformazione del prodotto e dell'idea originale, tipicamente di Hackeraggio, tale per cui verranno tali casi presentati nelle corrispondente sezione seguente a pagina XXXX.

fase di Assemblaggio).

Un sostanzioso contributo in termine di stimoli e proposte progettuali da creare provengono da media come programmi televisivi⁵⁵, blog e siti web, o tradizionalmente manuali, libri e riviste⁵⁶. Allo sviluppo della pratica di Realizzazione in prima persona contribuisce sostanzialmente la diffusione di luoghi dove praticare, col supporto di tecnologie e persone che condividono interessi simili. Si tratta di laboratori assimilabili a falegnamerie dotate di macchinari convenzionali e/o sperimentali per la lavorazione, produzione e trasformazione di materiali e artefatti di diversa natura, sia lignei che polimerici.

Fra questi, il più famigerato è senz'altro il FabLab, forma contratta di Fabrication Laboratory con cui è stata denominata l'idea di un piccolo laboratorio che offre la possibilità di fruire principalmente di tecnologie di produzione digitale. Il concept del FabLab nasce come progetto all'interno del Media Lab presso lo Massachusetts Institute of Technology (MIT)⁵⁷ indagando modalità di relazione fra contenuto informativo e rappresentazione tangibile, congiuntamente a strategie di innovazione dal basso supportate dalle tecnologia. Attualmente sono operativi quasi 100 FabLab

\ 55 Alcuni programmi televisivi mirano direttamente a mostrare come realizzare determinati oggetti facilmente realizzabili anche da persone che si ritengono poco abili (vedi 'Faidatè' o 'Paint Your Life', entrambi trasmessi sulla rete di Sky). Forti stimoli derivano anche da programmi che mostrano ambiziosi progetti realizzati da praticanti non professionisti, tipicamente le proprie case. Un intero canale è poi dedicato alla trasmissione di servizi dedicati alla casa, includendo entrambe le tipologie di contributo, quali Leonardo.

\ 56 Numerosi sono i supporti cartacei per il suggerimento di idee da realizzare. La pratica del DIY dispone di una vasta raccolta di manuali per i lavori domestici e la realizzazione di piccoli mobili, il più famoso dei quali, per lo meno nel Regno Unito (dove la pratica è molto diffusa) è il best seller 'Collins complete DIY manual' nelle sue molteplici edizioni (vedi Jackson, e Day, 2007). Oltre alle riviste straniere quali la già citata 'Make', fra le riviste italiane, si annoverano 'Fai Da Te' o 'Far Da Sé' per suggerimenti di miglioramenti domestici, o anche 'Creare' per stimoli di creazioni tipicamente decorative

\ 57 <http://www.media.mit.edu>

nel mondo e numerosi altri sono in procinto di essere attivati⁵⁸, ciascuno allestito con macchinari ed attrezzature da alta flessibilità in termini di materiali utilizzabili e prodotti realizzabili, ricorrendo a tecnologie sia convenzionali (quali tornitura o fresatura) che avanzate (quali stampa 3D o taglio laser)⁵⁹, con l'obiettivo - mantra del FabLab 'to make almost anything'⁶⁰.

Altri laboratori che agevolano la Realizzazione di artefatti sono i TechShop, ovvero

« a membership-based workshop that provides members with access to tools and equipment, instruction, and a community of creative and supportive people so they can build the things they have always wanted to make »⁶¹.

Rispetto al FabLab, TechShop sottolinea la volontà di auto-creazione indipendentemente dai macchinari a disposizione. Il numero di corrispettivi laboratorio è ancora limitato (solo 4 ed esclusivamente negli Stati Uniti), con una diffusione pertanto limitata, a cui plausibilmente ha contribuito la procedura di accesso a pagamento (99\$ al mese), contrariamente all'ingresso generalmente libero dei primi.

A superamento dei limiti soprattutto geografici, come l'assenza di un laboratorio degli appena citati agevolmente fruibile, i praticanti per la Realizzazione del prodotto possono anche ricorrere a piattaforme on-line sulle quali virtualmente realizzare l'oggetto desiderato, disegnando o caricando il progetto, che verrà indi realizzato e recapitato a domicilio. A supporto di tale servizio di modellazione dell'oggetto, Autodesk, nota compagnia di software di modellazione per progettisti professionisti, ha distribuito versioni free-ware di modellatori e strumenti che facilitano operazioni di trasferimento di un'idea o un'immagine in un modello virtuale,

\ 58 <http://fab.cba.mit.edu/about/labs>

\ 59 Per la lista completa dei possibili macchinari messi a disposizione in un FabLab vedi <http://fab.cba.mit.edu/content/tools>

\ 60 <http://fab.cba.mit.edu/about/faq>

\ 61 <http://techshop.ws/index.html>

pronto da produrre tramite tecnologie di produzione rapida, quali stampa 3D e taglio laser principalmente⁶².

Le aziende che promuovono questo servizio di produzione a partire dal modello sono diverse, come nel caso di Imaterialise⁶³, Vectorealism⁶⁴ o Ponoko⁶⁵. In quest'ultimo caso viene anche offerta la possibilità di acquistare e vendere o condividere liberamente quanto realizzato, ampliamento l'attività verso comunità più vaste. Il valore della condivisione di progetti che valorizzano tali tecnologie viene invece profondamente promosso dalla piattaforma Thingiverse auspicando che

« together we can create a community of people who create and share designs freely, so that all can benefit from them »⁶⁶.

La peculiarità di Thingiverse è anche la consistente presenza di progetti condivisi per applicazioni di tipo prettamente funzionale (tipicamente incastri, agganci, componenti specifici, come molletta da bucato, gancio per tovaglia da tavola, o maniglia per sacchetti di plastica), anziché meramente decorativo, come più comunemente riscontrabile in altre piattaforme.

A livelli avanzati di motivazione nel processo di creazione, la pratica può perfino includere l'uso domestico di macchinari simili a quelli disponibile nei casi sopraccitati. Difatti è possibile acquistare ed eventualmente assemblare da sé stampanti 3D, come la Makerbot⁶⁷, o frese a controllo numerico, come la DIYLILCNC, che offrono prestazione e interfacce d'uso generalmente semplificate proprio per agevolare l'accessibilità a un vasto pubblico in termini sia di competenze richieste che di costi, decisamente inferiori agli equivalenti per uso professionale. A queste si affianca il pro-

getto della stampante 3D RepRap, forma contratta di RepRap Replicating Rapid-prototyper a sottolineare come, oltre al suo convenzionale impiego per stampare oggetti tridimensionali, tendenzialmente a basso costo, è in grado anche di riprodurre la maggior parte delle proprie componenti, e pertanto ad auto-replicarsi.

La diffusione di movimenti, servizi e strumenti per l'auto-produzione è stata monitorata anche dai curatori di una recente pubblicazione sui fenomeni connessi all'Open Source, ovvero 'Open Design Now', dove Troxler riporta il panorama della produzione condivisa attraverso i maggiori casi di piattaforme e laboratori dediti alla condivisione della produzione, quali quelli sopraccitati⁶⁸.

\ 62 Per un approfondimento sui diversi servizi offerti dal progetto, visita <http://www.123dapp.com>

\ 63 <http://i.materialise.com>

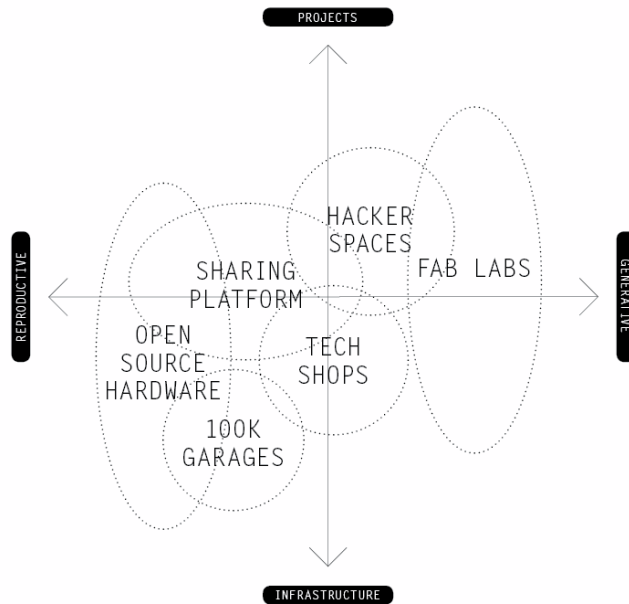
\ 64 <http://www.vectorealism.com>

\ 65 <http://www.ponoko.com>

\ 66 <http://www.thingiverse.com>

\ 67 <http://www.makerbot.com>

\ 68 Il capitolo è consultabile anche nella versione on-line al sito <http://opendesignnow.org/index.php/article/libraries-of-the-peer-production-era-peter-troxler>



Come si denota dalla mappa elaborata, Troxler enfatizza gli aspetti legati da un lato alla tipologia di output generato (nuovo o riproduzione) e dall'altro alle fonti per la realizzazione spesso derivanti da chi è stato coinvolto nel processo di ideazione e che spesso le condivide gratuitamente.

Ne risulta quindi un panorama articolato e variabile per modalità di coinvolgimento e scopi che incorporano necessariamente alcuni limiti secondo i principi di questa ricerca e quali il design può contribuire per il rispettivo superamento.

Limiti e possibili sviluppi design-driven

Gli espedienti sopra descritti per il coinvolgimento delle persone nella processo creativo incorporano un forte potenziale nel favorire la predisposizione di soggetti a diversi livelli di abilità a interagire con strumenti e tecnologie per lo scopo.

Il sostanziale limite presagito in questa ricerca è la tendenza alla produzione con abbandono, come rilevato anche fra i limiti della precedente fase di Definizione. Infatti, come è anche facile riscontrare visitando le raccolte di immagini e prodotti delle singole piattaforme, un corposo numero di oggetti meramente decorativi affolla la collezione di oggetti realizzabili che portano la tecnologia ai suoi limiti, seppur non sia in essi riconoscibile un apprezzabile contributo in termini di risoluzione di una criticità funzionale o l'ulteriore sviluppo del linguaggio di specifici oggetti, ovvero i principali contributi riconosciuti alla professione del Product Design. Ovviamente, la valutazione della qualità espressiva di un prodotto può rientrare nei confini della giudizio soggettivo ma è di certo condivisibile la percezione secondo la quale in assenza di un contributo funzionale, l'oggetto elaborato si somma ad una massa già esistente di oggetti decorativi che non aiutano al superamento comunque della criticità di una sovrapproduzione e iperconsumo. Durante il processo creativo ricorrendo a tali strumenti e tecnologie non si riscontrano supporti informativi sull'impatto che si sta generando, né tantomeno suggerimenti per la sua implementazione in tal senso. In altre parole, il risultato certamente non aiuta a stimolare la presa di coscienza delle qualità materiche di un artefatto, sul consumo di risorse per la sua realizzazione, su tecnologie alternative anche convenzionali più convenienti allo scopo. D'altro canto, la relativa celerità spesso promessa dalle tecnologie di produzione rapida può fra l'altro indurre a reiterare il processo o ad abusare della possibilità di ritentare in caso di fallimento del risultato o non coerenza con le aspettative. La situazione estrema risultante è una sovrapproduzione di plastica e trucioli.

Il design può pertanto contribuire a limitare eventuali derive verso tali direzioni, valorizzando le potenzialità di tali processi e soprattutto dei contributi che la partecipazione attiva alla realizzazione di un artefatto può generare.

A tal proposito è emblematico il concept di Autoprogettazione sviluppato dal maestro del design Enzo Mari nel 1974. Si tratta di uno studio per l'industria d'arredamento Gavina voluto da uno spirito fortemente etico del progettista che dona progetti (nella forma di disegni con le rispettive dimensioni, e pubblicato a cura del Centro Duchamp col titolo di "Proposta per un'autoprogettazione") per la realizzazione di 19 elementi comuni dell'ambiente domestico (sedie, tavoli, letto, armadio,...).

Il progetto si presenta come il risultato di un raffinato processo di semplificazione ed educazione per il praticante, poiché solo

«*tavole grezze e chiodi da parte di chi le utilizzerà. Una tecnica elementare [poi definiti anche "tecnica archetipica e facile", nda] perché ognuno possa porsi di fronte alla produzione attuale con capacità critica*» (Mari, 2002).

Il termine stesso riprende gli obiettivi della proposta di Mari che lo intende come

«*esercizio individuale da realizzare per migliorare la propria consapevolezza delle ragioni oneste del progetto*» (Mari 2002),

a superamento dei limiti percepiti da questa ricerca e precedentemente citati.

A sottolineare la natura educativa del progetto, questi è stato intitolato Autoprogettazione – e non Autorealizzazione – proprio perché

«*questi oggetti non vogliono essere alternativi agli oggetti dell'industria, la loro realizzazione vuole essere una sorta di esercizio critico della progettazione [...] nel fare l'oggetto l'utilizzatore si rende conto delle ragioni strutturali dell'oggetto stesso, per cui, in seguito, migliora la propria capacità di valutare criticamente gli oggetti proposti dall'industria*» (Mari 2002).

Personalmente, condivido il presupposto secondo cui i tentativi di coinvolgere le persone nel processo creativo non necessariamente implicano il totale rifiuto del mondo della produzione, ma semmai ambiscono a offrire un'opportunità di crescita per la persona stessa, nonostante il prodotto finale risulti fruibile e la persona possa reiterare l'auto-realizzazione di un prodotto evitandone l'acquisto.

Tale processo per la presa di consapevolezza viene favorito dalla scelta operata da Mari di ricorrere a "semispontanea e di immediato apprendimento", per cui l'onerosità del ruolo da parte dell'utente viene decisamente alleviata dalla constatazione del fatto che non sussista

«*nessun pericolo di errore, quindi: un listello mal sagomato non pregiudica affatto l'equilibrio del letto o del tavolo*» (Mari, 2002).

Quindi un concept che tiene conto anche dei potenziali effetti di intervento da parte di inesperti, valutando poi l'influenza delle conseguenze sul risultato.

La proposta di Mari risulta però decisamente interessante per l'intenzione del progettista di educare le persone ad abbandonare la predilezione di artefatti sulla base delle tendenze e del gusto imposto, attraverso un procedimento di

«*decondizionamento della forma in quanto valore e non in quanto strettamente corrispondente ai contenuti*» (Mari, 2002).

Ed è proprio tramite un approccio empirico e diretto – tipico della fase di realizzazione – con l'attività progettuale che può sostenere tale processo di acquisizione di conoscenza degli aspetti tecnici e fisici inerenti alle scelte progettuali, seppur il risultato possa risultare plausibilmente diseconomico per costi e qualità del risultato, a detta del progettista.

Il limite della proposta di Mari è però l'errato o confuso recepimento proprio di tali intenti. La maggior parte delle persone che hanno chiesto di ricevere il progetto lo hanno fatto per motivi

come:

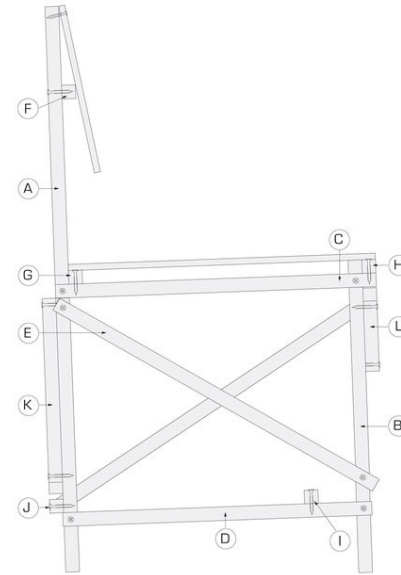


- *soddisfare un'esigenza di gusto che stava iniziando in quel periodo e a cui di fatto io stesso ho fornito degli alibi, cioè dell'oggetto "povero" di legno, dell'oggetto pseudoartigianale, dell'oggetto appunto ingenuo di ritorno alla natura*
- *risolvere i problemi reali dell'arredamento da parte di giovani studenti o simili che semplicemente volevano poter realizzare quanto a loro serviva spendendo il meno possibile;*
- *Arredare la casa di campagna, la seconda casa, in stile rustico, etc... » (Mari, 2002)*



Intenzioni simili sono state perseguite circa 20 anni dopo, nel 1998, dal progettista olandese Tord Boontje come riflessione e risposta all'abbondanza di oggetti prodotti industrialmente. La risultante 'Rough-and Ready' è difatti una collezione di elementi di arredamento realizzati a partire da materiale di recupero e il cui progetto è distribuito gratuitamente. L'autore sostiene di

« *see this as something very positive, offering people the information to make their own things themselves, instead of automatically buying something made. It is about offering awareness of choice. Providing information instead of stuff. Homemade instead of factory produced. [...] Each one manufactured locally, with local materials, skills and hopefully each one with its own personal interpretation* »⁶⁹.



Building instructions for Rough-and Ready Chair.

Materials:

1"x1" softwood, or similar wood, 12mm OSB plywood, 32 screws No. 8 x 1 1/2", blanket, strapping material.

Tools:

Saw, 3 m.m. drill, screwdriver, pencil, tape measure.

Quindi viene mantenuta la natura auspicabilmente educativa del progetto rispetto al concept di Mari, seppur il numero di attrezzi richiesti e di materiali da recuperare sia maggiore, aumentando di conseguenza la complessità percepita per la realizzazione del prodotto.

A distanza di circa 15 anni dal concept di Boontje e di circa 35 da quello di Mari, si assiste ad un ulteriore interessante proposta di progetto liberamente condiviso con coloro che desiderano realizzarlo attivamente, ovvero la sedia open-source del progettista

inglese James Tooze⁷⁰. Per quanto apparentemente simile nel risultato e nelle intenzioni coi due precedenti progetti, la complessità richiesta per la realizzazione del concept di Tooze può perfino dissuadere dal tentativo di approcciare l'idea. È pur vero che, come sottolinea il designer, la disponibilità di un progetti semi-definito per l'utente,

« *it does not necessarily mean skill free or when applied to the material world, free from cost or the implications of material use* »⁷¹.

Eppure, lo stesso Tooze dichiara che per agevolare la realizzazione del prodotto, egli si è curato di prevedere l'uso di attrezzi e il ricorso a competenze basilari, oltre ai costi limitati. Eppure, il foglio illustrativo per l'auto-produzione delle sedia richieda una considerevole quantità di attrezzi nonché precisione nel taglio di componenti dalle geometrie non del tutto lineari, rispetto all'essenzialità del progetto di Mari.

Quindi, se da un lato le aspettative di facilità di realizzazione e personalizzazione appaiono particolarmente intriganti per l'utente comune e soprattutto interessanti e promettenti dal punto di vista degli scenari futuri del progetto, la visualizzazione del file scaricabile del sito del progettista evidenzia istantaneamente come le aspettative di semplificazione possano essere non mantenute o per lo meno non enfatizzate.



\ 70 <http://jamestooze.wordpress.com>

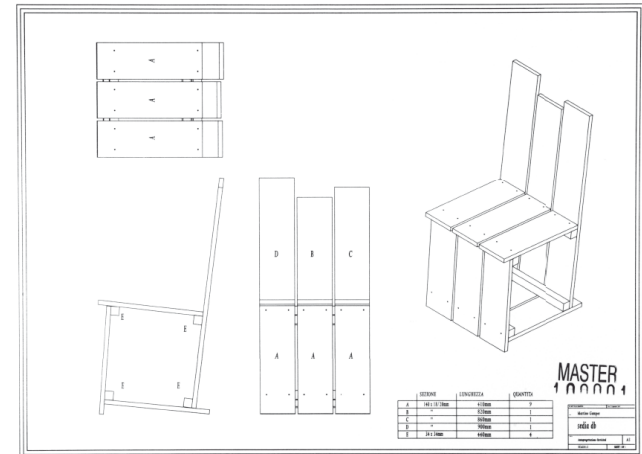
\ 71 <http://jamestooze.wordpress.com/projects/how-to-make-a-chair-open-source/>



Il rapido riferimento a 3 casi interessanti di progetti condivisi da professionisti con il mondo dei praticanti per il desiderio di educare al progetto o al consumo ambisce qui a riportare come per quanto apparentemente agevole come pratica, i risultati non appaiono necessariamente valida e considerevoli sforzi sono richiesti per il raggiungimento di un risultato efficiente e accattivante, tale per cui personalmente rimane insuperato l'operato (forse non a caso) del maestro del design, e quindi auspicabilmente altre energie potrebbero attualmente essere rivolte al trasferimento delle intenzioni e della pratica di Mari nella contemporaneità e verso altri elementi dell'oggetto domestico.

A confermare l'interesse e la potenziale validità del concept di Mari nella contemporaneità, l'azienda finlandese Artek (nota per la produzione dei progetti storici di Alvar Aalto) ha riproposto la produzione di uno dei pezzi del progetto Auto-progettazione, una Sedia 1 Chair⁷² nello specifico, venduta come kit in tavole di pino da assemblare seguendo le istruzioni allegate. Altri progetti hanno invece intenzionalmente tentato di perseguire l'obiettivo di Mari, come Autoprogettazione Revisited⁷³, nel 2009, dove 9 artisti e designer sono stati chiamati a reinterpretare del concept originario, con diversi strumenti e modalità.

Martino Damper
Sedia db, 2009



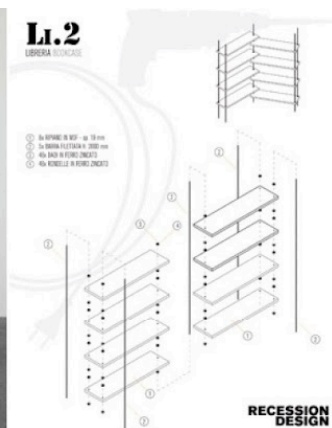
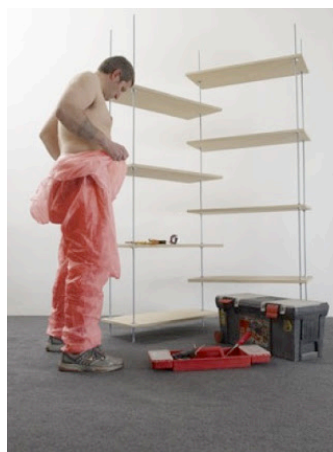
Anche il progetto Recession Design⁷⁴ ha spesso fatto riferimento ad Autoprogettazione di Mari. Qui una comunità di 40 progettisti ad ogni edizione dal 2009 ha donato dei progetti per la creazione

\ 72 <http://www.artek.fi/products/chairs/242>

\ 73 <http://www.aaschool.ac.uk/PUBLIC/WHATSON/exhibitions.php?item=161#autoprogettazione-revisited>

\ 74 <http://www.recessiondesign.org>

di oggetti domestici a partire da materiali e artefatti acquistabili presso un comune negozio di bricolage. Purtroppo, come anche criticamente commentato da Mari alla presentazione del catalogo della terza edizione – di cui ha curato la prefazione (Recession Design, 2011) – i progetti risultanti non risultano particolarmente forti né tantomeno perseguono lo scopo di educare. Si tratta comunque di una raccolta di stimoli e ispirazioni per praticanti che tendenzialmente si riconoscono bassi livelli di manualità tali per cui tali edizioni possono attivare il meccanismo di approccio alla pratica.



05 6 Trasformazione

L'ultima fase di coinvolgimento delle persone nel processo creativo è la fase di trasformazione, con il quale termine si intende un variabile complesso di attività che mirano all'allungamento della durata di un prodotto, una volta giunto a fine vita o più in generale ad una condizione tale da non soddisfare più le esigenze di chi lo uso. Appartengono a tale categorie operazioni di finalizzate al ripristino di una funzione originaria (riuso e riparazione), alla conversione per nuove funzioni (rifunzionalizzazione) e la personalizzazione per adeguamento al gusto (riappropriazione). Le operazioni di trasformazione sembrano favorire i fenomeni di rafforzamento del legame fra utente e artefatto per l'affermazione di sé, auspicabilmente prorogando la durata del prodotto. In uno studio sulle potenziali motivazioni che inducono all'attaccamento di un gruppo di intervistati ad un prodotto specifico posseduto, Odom et al (2009) includono il cluster della 'augmentation'⁷⁵, ovvero

« *the extent to which an object has been reused, renewed, modified, altered or otherwise made to be a part of something augmented beyond its original intended use and as such has become a symbol of the resourcefulness and/or creative expression of its owner* ».

Alla volontà di affermare la propria creatività ed espressione corrisponde d'altro canto la necessità di praticare il cambiamento.

\ 75 Gli altri tre cluster sono 'engagement', 'histories' e 'perceived durability'.

Dall'analisi dei prodotti indicate dagli intervistati, gli autori sottolineano la necessità di competenze ed intuito per praticare attività di 'augmentation' su un artefatto:

« *these objects were characterized by their owners' intentional modification and in many cases included materials augmented beyond their original purpose. This process relied on participants' varied skill sets and creative intuition to resourcefully complete such augmentations* ».

Da qui si intuisce già che il design può pertanto contribuire a fornire le risorse o predisporre l'artefatto per agevolare il processo stesso.

In questa ricerca, il coinvolgimento delle persone in questa fase è particolarmente apprezzato e favorite per il potenziale che tali operazioni incorporano in termini di vantaggio ambientale. Infatti, oltre al processo di acquisizione di competenze e socializzazione per l'individuo potenzialmente verificabile in tutte le fasi del processo creativo, qui viene favorita anche la riduzione di rifiuti prodotti attraverso l'intervento proprio sull'ultima fase precedente allo smaltimento.

Seppur sia auspicabile che la riduzione dei rifiuti sia perseguita in tutte le fasi del processo creativo, tipicamente effettuando scelte e operazioni che consapevolmente riducano l'impatto, le attività di trasformazione quasi necessariamente assecondano tale obiettivo anche ad un livello inconsapevole. È possibile che talune operazioni implicino un impatto finale rispetto ad una riparazione, ma in questa ricerca si considera che tendenzialmente è plausibile ritenere che escludendo casi isolati la tendenza favorisce un vantaggio positivo per l'ambiente intervenendo proprio a prolungare la vita di un prodotto con le operazioni di trasformazione.

In questa sede vengono così considerati valevoli esempi e fenomeni per ciascuna delle operazioni indicate che mirano all'allungamento della vita del prodotto, includendo già contributi interessanti apportati da product-designer soprattutto per l'artefatto domestico.

Riuso

Il riuso indica la pratica di recupero di un artefatto a fine vita per applicazioni uguali o simili a quella iniziale. Il riuso è la prima pratica a cui vengono sempre più invitati i cittadini a praticare in favore della riduzione della quantità di rifiuti, preceduta solo dalla Riduzione, ovvero da preferenze che limitino a monte la generazione del rifiuto stesso. La quotidianità è ricca di esempi di prodotti che favoriscono la pratica del riuso. È il caso di imballaggi predisposti a essere riutilizzati una volta consumato il contenuto. Tale strategia viene impiegata sia a livello industriale che internamente all'ambito domestico. A livello industriale, il riuso avviene tipicamente con la restituzione degli imballaggi riutilizzabili secondo la strategia del 'vuoto a rendere'. L'utente viene coinvolto attivamente alla restituzione dell'imballaggio vuoto, notoriamente bottiglie (per acqua, latte, birra e altre bevande) in cambio della restituzione della caparra o della futura fornitura di merce.

A livello domestico, il riuso avviene tipicamente su imballaggi che vengono mantenuti dai clienti per contenere altra merce in possesso. È emblematico il vasetto della crema di nocciole Nutella che viene generalmente riutilizzato come bicchiere. L'azienda produttrice ha anche puntato sul valore aggiunto del riuso che i clienti effettuavano del vasetto, per applicare delle stampe e rendere il vasetto un elemento da collezione, implementando la fidelizzazione.

Il riuso è perseguibile anche attraverso canali alternativi al mondo industriale e intendendo invece un uso reiterato fra possessori differenti. È questo il caso del mondo dell'usato, ovvero di compra-vendita e cessione di beni precedentemente appartenuti a persone diverse.

Tradizionalmente, l'usato ha indicato l'acquisto di oggetti, tipicamente vestiario e casalinghi oltre che di automobili e vetture in genere, presso negozi dediti allo scopo. Il settore dell'usato sta

assistendo ad una espansione del mercato⁷⁶, forse proprio a causa della crisi economica degli ultimi anni. Inoltre, solo ad Aprile 2011 è stata fondata la rete degli Operatori Nazionali dell'Usato, indicando

« operatori e gli organizzatori dei mercati storici e delle pulci, delle fiere e delle strade, delle cooperative sociali, cooperative di produzione lavoro che lavorano nel sociale, delle botteghe rigattiere e dell'usato, dei negozi in conto terzi e degli enti di solidarietà ».

In occasione dei primi Stati Generali dell'Usato, tenutisi a Torino, gli aderenti alla rete hanno dichiarato di attivarsi per ricevere i contributi e le agevolazioni che possono conseguire dal

« valore ambientale, sociale, economico e culturale, e che tale valore costituisce un'esternalità positiva di interesse generale per l'intera società [... grazie al quale] decine di migliaia di tonnellate di beni post-consumo vengono sottratte allo smaltimento. [Inoltre] Nella filiera del riuso lavorano soggetti svantaggiati e onesti imprenditori, migranti, rom e pensionati, lavoratori con reddito insufficiente e persone prive di reddito che con poco investimento riescono ad attivare un commercio onesto, operatori sociali e amatori dei beni d'epoca e del collezionismo »⁷⁷.

Con l'insediamento di una rete che accoglie le diverse manifestazioni della filiera dell'usato, il settore sembra acquisire particolare forza e auspicabilmente ascolto per una valorizzazione dei vantaggi che tale settore può generare.

Parallelamente, con la diffusione del web e delle piattaforme di socializzazione, il riuso si è dilagato attraverso mailing list o comunità basate sul web, fondate proprio sul valore del dono, del

\ 76 riportare fonte

\ 77 Estratto dalla carta di Torino, primo documento della rete. http://www.reteonu.it/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=6

baratto⁷⁸ o della vendita fra privati⁷⁹.

Recentemente è stata insediata una piattaforma finalizzata proprio al riuso, denominato Reoose⁸⁰, dove le transazioni avvengono senza il ricorso a denaro, ma solo tramite crediti⁸¹.

L'obiettivo promosso da Reoose è

« dar vita ad un consumo sostenibile, per acquistare prodotti in maniera consapevole, quelli di cui necessitiamo realmente, evitando sprechi e salvaguardando al tempo stesso l'ambiente. [...] Reoose introduce il concetto di baratto asincrono che, utilizzando gli strumenti forniti dalla rete, velocizza e semplifica l'esperienza utente, una sorta di baratto 2.0 »⁸².

Nel campo del product design si riscontrano diversi progetti che mirano ad agevolare i processi di riuso di artefatti perpetuandone la funzionalità. Particolarmente esplorato è il settore del packaging e dei contenitori riutilizzabili, tipicamente realizzando dei componenti che implementano la funzione di contenimento o ne aggiungono ulteriori. Così Nicolas Le Moigne progetta una protesi per bottiglie in PET (le convenzionali per l'acqua minerale) che permette di facilitare la funzione di innaffiatoio, da cui il nome Watering Can del suo progetto vincitore del MACEF Design Award 2005 e prodotto da Viceversa.

\ 78 Per esempi di mailing list e comunità basate sul web per il dono, vedi capitolo Interviste, pagina XXX.

\ 79 Piattaforma web sono state redatte per questo scopo, come estensione sul web degli annunci su giornali, come Kijiji o la sezione di alcuni giornali, quali il Corriere della sera. Perfino Ebay, marketplace per l'e-commerce ha acquisito Kijiji per estendere il suo campo di applicazione alla compra-vendita fra privati, come originariamente inteso.

\ 80 <http://www.reoose.com>

\ 81 I crediti vengono acquisiti attraverso la cessione di oggetti. In base alla tipologia di oggetto e al suo stato (nuovo o usato), all'oggetto viene attribuito automaticamente un numero di crediti necessario per acquisirlo. Seppur venga fortemente auspicata la modalità di uso tramite crediti, la piattaforma consente anche la conversione di denaro in crediti, tipicamente per coloro che ai primi acquisti non dispongono ancora di un numero sufficiente di crediti.

\ 82 <http://www.reoose.com/articles/view/chi-siamo>



Similmente, Jorre van Ast estende il concept di Watering Can anche ad altri artefatti del mondo domestico con la collezione Jar Tops, costituita da componenti in plastica per implementare comuni contenitori che esauriscono il loro contenuto originario con funzioni per le attività della cucina (quali spargisale, caraffa, olera, zuccheriera ...) che grazie alla filettatura alla base si adattano a contenitori in vetro generalmente tenuti in casa dopo averne consumato il contenuto alimentare.

Un'ulteriore evoluzione del concept è l'auto-creazione e personalizzazione dei coperchi destinati a barattoli ormai dimessi per assecondare funzioni da cucina e non solo, a partire da un progetto open source, chiamato Project_RE. Qui, il designer Samuel Nelson Bernier ha indagato le potenzialità delle tecnologie di stampa 3D (vedi capitolo Creazione) per il prolungamento della vita degli artefatti tramite il riuso. Difatti, come espresso sul sito web,

« *Project RE_ is studying do-it-yourself communities and the capacity of their members to reproduce locally objects designed in other countries. This experiment is based on the open source principles and on the successful business model of Instructables. [...] Project RE_ also studies upcycling as a new urban aesthetic* »⁸³,

I progetti realizzati possono essere scaricati in formato digitale

\ 83 <http://project-re.blogspot.it>

dalla piattaforma Thingiverse⁸⁴ e riprodotti localmente.



La cultura del riuso si caratterizza comunque di fattori apparentemente limitanti se si auspica di progettare per favorirne una sua ulteriore diffusione. Infatti, in uno studio sulla cultura dell'usato nel Regno Unito, sono emersi i diversi aspetti caratterizzanti del mondo prima commerciale poi inerente agli individui. In particolare, risulta interessante la trattazione dei rituali, ovvero dei modi con cui le persone riconfigurano l'oggetto per conferire una seconda vita che possono ambire a conservare o eliminare le tracce dei precedenti possessori, oltre che a trasformare l'oggetto. Difatti, la manifestazione di vite precedenti costituisce un fattore cruciale al successo o fallimento del riuso in dipendenza sia della categoria di oggetto sia dell'interpretazione che la persona effettua dell'usato stesso⁸⁵.

\ 84 Si veda ad esempio lo spremi-agrumi alla pagina web <http://www.thingiverse.com/thing:20853>

\ 85 Per considerazioni sulla volontà di eliminare o comunque modificare le tracce del passato, alcuni esempi possono essere visualizzati nella sezione Riappropriazione.

Nel caso in cui si tenda ad attribuire valore agli oggetti del passato, viene riconosciuto allora un valore formativo, un quanto si basa su questioni di autenticità e capitale culturale (Gregson e Crewe, 2003). Secondo tale ricerca, infatti, a proposito dell'incremento di valore attribuito ad esempio a musica del passato rispetto alla contemporanea, la ricerca di supporti musicali storici

« *seems to be a way of setting themselves up as the arbiters of good (elite) taste, in the classic Bordieu sense. And so we see here that they work with a notion that cultural quality is more significant than economic value, and that value is inscribed to that which is authentic, real and thus meaningful* » (Gregson e Crewe, 2003).

Quindi la pratica del DIY associata al riuso e al mantenimento delle tracce del passato sembra favorire un processo di crescita dell'utente improntata alla scoperta e al confronto con ciò che è ritenuto affidabile, valevole, importante, consistente. Le informazioni acquisite accrescono il capitale culturale della persona che poi può spendere anche in altri campi della propria quotidianità. In altre parole, tale pratica ha il potenziale di poter non solo superare le questioni di qualità del risultato per di più rafforzarle.

Riparazione

La riparazione identifica l'attività per ripristinare lo stato ottimale di un artefatto per garantire le prestazioni e la funzione originale. All'attività di riparazione è associato un consistente potenziale per il relativo vantaggio ambientale, che non è stato ancora del tutto esplorato (Dant, 2010)

Come risultato di un progetto di ricerca proprio sul valore della riparazione⁸⁶ il sociologo Tim Dant constata come nel XXI secolo sussistano due motivazioni principali per rivalutare le attività di

\ 86 Ulteriori informazioni sul metodo adottato e sulla descrizione dei luoghi visitati nel report Dant e Bowles (2002) Car Care: The Professional Repair and Maintenance of the Private Car.

riparazione

« *firstly because the limits on raw materials and energy mean that material objects need to be recycled and reused as much as is possible; and secondly because repair work allows the worker to realise their species being through the application of imagination, emotion and embodied skills. The repertoire of gestures, the variable range of emotions and the flexible gathering of sensual knowledge needed for repair work are all distinctively human capacities that are very difficult to reproduce in a machine. Designing things to be repaired and encouraging consumers to extend the usable life of their goods through repair, will not only help the environment, it will create much needed artisanal work within industrialised societies that can realise human potential and is less alienating than machine manufacture* » (Dant, 2010).

Difatti, la ricerca mira anche a identificare modalità di risoluzione di una delle conseguenze delle società di produzione di massa nel tentativo di alleviare il lavoro dalla fatica, con ripercussioni in termini di interazione con l'artefatto;

« *[i]ndustrialised production changed not only the mode of production but also the mode of interaction between the subject of the worker and the tools and products that are the objects of their creativity* » (Marx, cit in Dant, 2010).

Nella sua trattazione il sociologo constata come l'imprevedibilità delle evenienze che accadono nelle attività di riparazione, inducono ad associare un potenziale creativo nella pratica per questo istinto all'artigianato citando Veblen, ovvero alle attività che richiedono abilità peculiari dell'interazione creativa dell'uomo con la realtà e tipica dell'artigianato appunto. A differenza della produzione industriale di prodotti di uso comune

« *the work of repair does require a complex repertoire of gestures, a variable and responsive emotional tone, and a developed capacity for gathering knowledge of particular objects through*

all the senses » (Dant, 2010).

Infatti, l'attività di riparazione è considerata anche come modalità conoscitiva del mondo, nonché occasione di innovazione. Con riferimento alla imprevedibilità dei fallimenti degli oggetti, sia intrinseci che causati (Petroski, 1985),

« *when things break down, new solutions may be invented. Indeed, there is some evidence to suggest that this kind of piece-by-piece adaptation is a leading cause of innovation, acting as a continuous feedback loop of experimentation which, through many small increments in practical knowledge, can produce large changes. Seen in this light, 'maintenance is learning' (Brand, 1994: 127). And, if this is the case, then the multifarious activities of repair and maintenance become not just secondary and derivative but pivotal. They become one of our chief means of seeing and understanding the world » (Graham e Thrift, 2007).*

Inoltre, le attività di riparazione rappresentano un campo di opportunità commerciali già esistenti, tale per cui costituisce il 4% delle attività lavorative negli Stati Uniti, rendendo il settore uno dei sei maggiori settori per occupazione nell'industria dei servizi (DPE, cit in Graham e Thrift, 2007).

Tale valore congiuntamente alle considerazioni delle attività manuali inerenti alla riparazione, come attività creativa, suggeriscono un suo potenziale per la generazione della condizione di Flow e quindi di soddisfazione per il praticante tale per viene ulteriormente avvalorata la sua inclusione fra le pratiche di studio di questa ricerca.

Eppure,
« *techniques of mass production have not only reduced the number of goods that are made with craft skills, they have also led to goods that are less amenable to repair » (Graham e Thrift 2007).*

Quindi, con la seguente ricerca si ambisce a sollevare la questione sul possibile contributo del Design per rendere piacevole o agevolare le attività di riparazione, mantenendo la possibilità di aprire opportunità di business.

A tal proposito è necessario in primo luogo identificare alcuni potenziali fattori cruciali al successo di attività di riparazione, in termini sia di risultato che di piacevolezza percepita dai praticanti. Dalla ricerca di Dant emergono inoltre alcuni aspetti 'umanizzanti' che caratterizzano le attività di riparazione, per lo meno inerentemente all'attività professionale nel campo automobilistico ma che plausibilmente sono condivisibili negli altri settori del product design, ovvero 'gesture, emotion, and sensual knowledge' (Dant, 2010).

Con il primo si intende

« *movements of the hand and body that have a cultural meaning because of what they do; there does not need to be a symbolic code or a recipient for the action to count as a gesture » (Leroi-Gourhan, cit in Dant, 2010).*

L'attenzione agli aspetti inerenti alle azioni e ai gesti praticanti dagli individui potrebbe stimolare lo sviluppo di soluzioni che assecondano 'gesture' già in memoria dei praticanti e pertanto favorire la propensione alla riparazione e al successo del risultato. Con il secondo aspetto, Emotion, Dant sottolinea il valore interattivo fra individuo e oggetto, considerato che

« *Emotions work (Katz 1999) not only to shape interactions between people but also to motivate actions (Frijda 2004) and the work of repair is an opportunity for realising the variability of human feelings and expression of emotion through gestures ».*

Pertanto questa componente indica la parte motivazionale legata all'attività e che include un'ultima componente, ovvero la 'Sensual knowledge' o 'conoscenza tacita, con cui si indica il fenomeno secondo cui

« *we know more than we can tell' and that we have to 'dwell' in things to understand their meaning* » (Polanyi, 1983, cit in Dant, 2010).

La valorizzazione delle attività di riparazione potrebbe favorire difatti l'espressione della conoscenza tacita, intrinseca nell'individuo e difficile da spiegare se non direttamente attraverso la pratica. L'espressione di tale tipologia di conoscenza è tipica delle abilità manuali, quali l'artigianato, tali per cui si potrebbe favorire ancora una volta il suo recupero e plausibilmente la cooperazione per progetti futuri.

A partire da tali considerazioni, in questa ricerca sono stati identificati alcuni prodotti sviluppati per agevolare e implementare le azioni di riparazione, coinvolgendo peculiari ma condivisi tipi di 'gesture', o favorendo l'affermazione di un rapporto empatico ed emozionale con l'artefatto, o ancora fornendo l'occasione per attuare delle conoscenze tacite.

In particolare sono stati identificati sia materiali sia componenti a tal scopo, mentre il ricorso a oggetti completi sembra far riferimento ad altre tipologie di allungamento della vita del prodotto a fine vita.

Fra i materiali di particolare interesse si annoverano fra gli altri, Kintsugi, Woolfiller o Sugru.

Kintsugi⁸⁷ è un kit che include una colla bicomponente (Bison), della polvere color oro, un pennello e un guanto, oltre al libretto di istruzioni e confezione. Il suo uso è destinato alla riparazione di oggetti cercamici, tipicamente piatti, bicchieri, vasi e tazzine, che una volta infrante possono essere riassembleate parimenti a un convenzionale processo di incollaggio, ma con il carattere aggiunto dell'aspetto. Difatti, l'inventrice Lotte Dekker ha recuperato un'antica tradizione giapponese, che ha dato nome al kit in questione, secondo la quale nelle medesime circostanze artefatti ceramici infranti venivano riparati con il ricorso all'oro al fine di

nobilitare l'atto stesso della riparazione. Il risultato è un elemento in vasellame con linee luccicanti particolarmente gradevoli che esaltano il gesto e l'operazione della riparazione e che spesso apportano un valore aggiunto ad un oggetto altrimenti di scarso valore o interesse, e pertanto auspicabilmente favorendo un processo di rafforzamento del legame.



\ 87 <http://www.humade.nl>

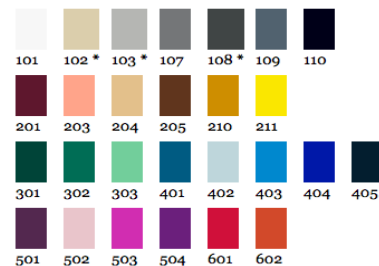


Woolfiller è un kit destinato alla riparazione principalmente di buchi su vestiario in lana. Si tratta di un kit costituito da lana (lavorata per infeltrimento), ago e spugna, oltre a confezione e indicazioni d'uso. Il processo prevede un'operazione di infeltrimento accorpando la lana fornita del kit insieme al capo d'abbigliamento che si desidera recuperare, generando per agugliatura una tessitura fra i due materiali, originario e di apporto. Per quanto difficile da descrivere, il video sul sito aziendale⁸⁸ esplicita la semplicità del processo e l'efficacia del risultato, sia per prestazioni tecniche che per espressività. Di fatti, il processo sembra dare luogo a risultati pressoché permanenti e applicabili a qualunque sorta di applicazione tessile, includendo tappeti e tappezzerie, anche di vecchie automobili. Inoltre la vasta gamma di colori disponibili e selezionabili sul sito, garantiscono alata versatilità e corrispon-

\ 88 <http://woolfiller.com>

denza ai propri gusti.



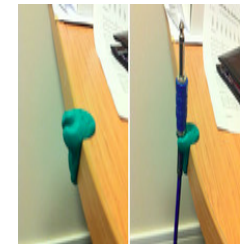
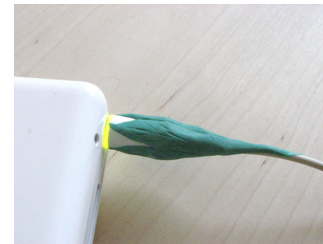


Sugru è un materiale polimerico a base siliconica, assimilabile a plastilina per consistenza e modalità di modellazione. Con il mantra 'the world needs fixing'⁸⁹, l'azienda produttrice valorizza le qualità di questo materiale non solo per gli aspetti tecnici e performanti ma anche e forse soprattutto per i caratteri espressivi e la versatilità. Si tratta infatti di una gomma che modellata

\ 89 <https://sugru.com>

sull'oggetto da riparare o implementare, a partire dallo stesso set di gesturi con cui si modellerebbe del pongo, la gomma all'aria polimerizza e nell'arco di una giornata si presenta reticolata e stabile per l'uso. Gli usi possibili sono pressoché illimitati, dalle riparazioni tecniche per otturare delle perdite alla personalizzazione di accessori, dalla riduzione di attrito al miglioramento dell'ergonomia di impugnature⁹⁰.

Inoltre, il materiale si caratterizza per la gamma di colori attualmente implementata con i colori primari combinabili fra loro per ottenere i secondari, e accompagnati dai non-colori bianco e nero anche per modulare la brillantezza. Ne risulta così solida anche la possibilità di affermare gli aspetti emotivi dell'interazione con il materiale per la facilità di adattamento dell'oggetto ai propri gusti ed esigenze.



\ 90 Per una visualizzazione della versatilità del prodotto si suggerisce di visitare l'ampia gallery di prodotti realizzati dagli acquirenti, al sito <https://sugru.com/gallery>



Similmente alle esperienze dei toolkit per la personalizzazione di massa, è plausibile che parte del successo e della fama ottenuta da questi materiali risieda fondamentalmente nella comunicazione della loro praticità d'uso e applicazione, tale da essere usati a qualunque livello di abilità ed esperienze, facendo leva su esperienze comuni e pregresse. Il contributo creativo risiede anche nell'interpretazione di questi materiali ad alto potenziale in termini del contributo emozionale, empatico ed espressivo che tali materiali incorporano tale cui seppure già esistenti in altre modalità, la comunicazione delle applicazioni e lo studio di caratteri espressivi specifici e contemporanei li rende esempi di opportunità di innovazione nella pratica della riparazione per un

ampio pubblico, congiuntamente alla possibilità di aprire scenari commerciali.

Fra i componenti realizzati da designer professionisti per facilitare e valorizzare le operazioni di riparazione è significativo il progetto Rèanim, ovvero l'ospedale dei mobile dello studio francese 5.5 designers⁹¹.

Il progetto promuove la cultura progettuale per

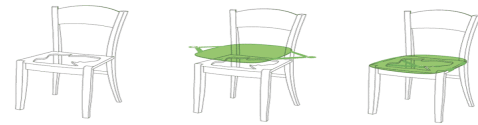
« Reanimate, recuperate, reintroduce, rehabilitate, recycle, restore, rethink, dress, cure... the designer becomes the objects doctor and uses his knowledge to increase the life expectancy of rejected pieces of furniture »⁹².

Seppur prediligano ricorrere all'idea di educazione del mobile piuttosto che di riparazione, l'atto e il risultato rientrano comunque nelle operazioni di riparazione, ancora una volta valorizzandola ed esaltandola.



\ 91 <http://www.55designers.com>

\ 92 <http://www.55designers.com/en/project/2004-55designers-reanim>





La collezione include diversi componenti per diverse tipologie di riparazione plausibili in comuni componenti di arredo, quali elementi di sostegno adattabili (gamba e seduta universale) che rendono la pratica agevole per la loro adattabilità alle diverse situazioni e richiedono un basso livello di abilità.

Il design per la riparazione appare ancora limitato nella sua azione, soprattutto rispetto agli altri campi analizzati sull'allungamento della vita del prodotto. È significativo il contributo apportato da un gruppo di designer olandesi nello sviluppo del progetto Platform21⁹³ durato 3 anni e mezzo per divulgazione della cultura del fare e del progettare in modo efficiente. Ai fini di questa ricerca risulta di particolare interesse lo sforzo mirato alla valorizzazione della cultura della riparazione con il progetto 'Platform21 = Repairing, accogliendo proposte di riparazione creativa di oggetti convenzionali e non, seguendo il mantra *'Stop recycling, start repairing'*, in piena coerenza con il grado di priorità universalmente attribuito sulle modalità di gestione dei rifiuti. Il progetto in questione

« *started with the idea that repair is underestimated as a creative, cultural and economic force. If we don't consider repair a*

contemporary activity we will loose an incredibly rich body of knowledge – one that contributes to human independence and pleasure ».

Da questo intento sono emerse diverse attività di promozione, di definizione di collaborazione e instaurazioni di network per dare visibilità al fascino e utilità della riparazione stessa, sugellata da un manifesto, il Repair Manifesto, che raccoglie gli undici presupposti fondamentali ad una promettente pratica che contribuisca alla transizione verso modalità di produzione e consumo sostenibili con il decisivo contributo del mondo del progetto. In particolare sono considerati qui rilevanti i punti inerenti all'invito per il prolungamento della vita degli artefatti, per la progettazione di oggetti riparabili, per il valore semantico ed espressivo di un oggetto riparato, per il potenziale formativo della pratica.

\ 93 <http://www.platform21.nl/index.php>

Platform21's

Repair Manifesto

- 1. Make your products live longer!**
Repair things and take the opportunity to give your product a second life. Don't ditch it, stitch it! Don't end it, mend it! Repairing is not anti-consumption. It is anti-needlessly throwing things away.
- 2. Things should be designed so that they can be repaired.**
Product designers: Make your products repairable. Share clear, understandable information about DIY repairs.
Consumers: Buy things you know can be repaired, or else find out why they don't exist. Be critical and inquisitive.
- 3. Repair is not replacement.**
Replacement is throwing away the broken bit. This is NOT the kind of repair that we're talking about.
- 4. What doesn't kill it makes it stronger.**
Every time we repair something, we add to its potential, its history, its soul and its inherent beauty.
- 5. Repairing is a creative challenge.**
Making repairs is good for the imagination. Using new techniques, tools and materials ushers in possibility rather than dead ends.
- 6. Repair survives fashion.**
Repair is not about styling or trends. There are no due-dates for repairable items.
- 7. To repair is to discover.**
As you fix objects, you'll learn amazing things about how they actually work. Or don't work.
- 8. Repair - even in good times!**
If you think this manifesto has to do with the recession, forget it. This isn't about money, it's about a mentality.
- 9. Repaired things are unique.**
Even fakes become originals when you repair them.
- 10. Repairing is about independence.**
Don't be a slave to technology - be its master. If it's broken, fix it and make it better. And if you're a master, empower others.
- 11. You can repair anything, even a plastic bag.**
But we'd recommend getting a bag that will last longer, and then repairing it if necessary.

Stop Recycling. Start Repairing.

www.platform21.nl

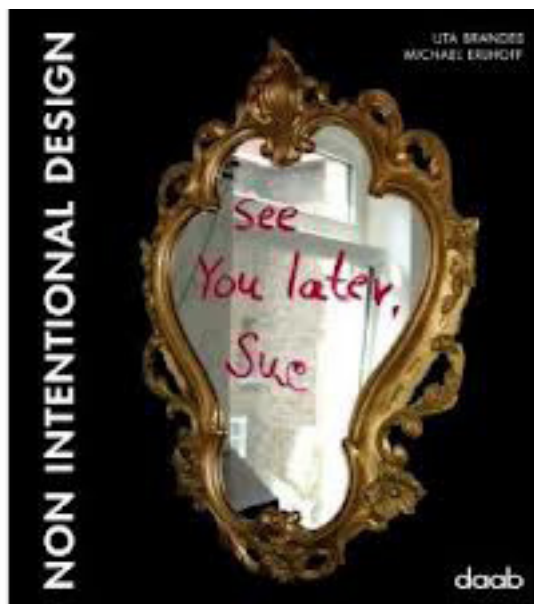
Tali esempi di rifunzionalizzazione praticata nella quotidianità costituiscono soggetto di una ricerca degli usi più comuni o curiosi della società contemporanea pubblicata col nome di Non Intentional Design (NID), ovvero

« norms which are "abnormally" transformed - every day. Everywhere, by everyone. It is about the use and the exploitation of objects already designed » (Brandes, e Erlhoff, 2006).

La pubblicazione è sostanzialmente una raccolta di casi disparati di rifunzionalizzazione, che seppur non particolarmente entusiastici, restituisce la variabilità e molteplicità di declinazione delle caratteristiche di un artefatto negli usi quotidiana della società contemporanea occidentale. Fra i casi di rifunzionalizzazione più emblematici risulta a parere personale la soluzione impiegata in copertina dello specchio rifunzionalizzato come lavagna su cui è stata lasciato un messaggio rifunzionalizzando un rossetto come gessetto. Infatti si assiste qui a un duplice cado di rifunzionalizzazione per esaurire una funzione reimpiegando quanto plausibilmente a disposizione da un lato e dall'altro convogliando anche una carica semantica ed espressiva particolarmente forte.

Rifunzionalizzazione

La rifunzionalizzazione indica il processo di attribuzione ad un artefatto di una funzione diversa da quella originariamente intesa. È esperienza comune ad esempio usare una molletta da bucato per sigillare una confezione di caffè, la sedia come scala o un sasso come fermacarte. Il possibile repertorio di casi simili è pressoché illimitato per l'interpretazione personale che ciascuno effettua sulle caratteristiche dell'artefatto posseduto.



A tale fenomeno sono stati attribuiti diversi nomi, quali “Postproduction” (Bourriaud, 2002, cit. in Redström, 2008) nel campo delle arti, o lo “Adhocism” di Jencks; questi

« can be applied to many human endeavours, denoting a principle of action having speed or economy and purpose or utility. Basically it involves using an available system or dealing with an existing situation in a new way to solve a problem quickly and effectively. It is a method of creation relying particularly on resources which are already at hand » (Jencks e Silver, 1972)

Come per i presupposti dello Adhocism, la rifunzionalizzazione è anche occasione di risparmio economico, assecondando ad una

funzione necessaria recuperando quanto esistente per evitare l'acquisto di un prodotto. Tale evenienza rende la rifunzionalizzazione una pratica diffusa nei contesti sottoposti a contingenze economiche e dalle risorse limitate, come il 'Make-do and mend' dell'Inghilterra della Depressione e della Seconda Guerra Mondiale (vedi Ministry of Information. 2007), lo 'Urawaza' dell'antico Giappone⁹⁴, il 'Rikimbili' cubano (vedi Oroza, 2009). Di particolare rilievo è la ricerca condotta da Vladimir Archipov che per undici anni ha collezionato oggetti che il popolo russo ha rifunzionalizzato, realizzando quello che ha denominato come "Museo popolare degli oggetti fatti in casa". I casi di Archipov si contraddistinguono per 3 caratteristiche fondamentali, come riporta l'autore, ovvero

« funzionalità, unicità e testimonianza dell'autore, che è anche il suo fruitore » (Archipov, 2007).

Difatti, gli esempi selezionati dalla sua raccolta di più di mille oggetti si caratterizzano per la risoluzione di una funzione specifica, in modo del tutto unico e non destinato alla produzione o commercializzazione, e descritto dall'inventore stesso una volta intervistato. Fra gli esempi più curiosi vi sono un cesto da frutta ricavato da un pallone da gioco, un badile realizzato con un cartello stradale, o il nido temporaneo per l'ape regina ricavato da un bigodino combinato con un tappo da bottiglia e un elastico. Tale lavoro è assimilabile ad una ricerca etnografica che restituisce la capacità immaginativa e progettuale di persone seppur non formate per essere progettisti, apportando spesso apprezzabili innovazioni in coerenza con quanto constatato da Leadbeater. Si rafforza così il potenziale che con questa ricerca si auspica di contribuire a divulgare, per il coinvolgimento delle persone nel processo creativo.

Attualmente la rifunzionalizzazione viene anche considerata come una pratica di stile soprattutto inerentemente a componen-

\ 94 <http://en.wikipedia.org/wiki/Urawaza>

ti architettonici di edifici dismessi, denominata Salvage, tale per cui nel 2005 la BBC inglese ha trasmesso un programma televisivo, dal nome "The Reclaimers". I contenuti del programma, pubblicati anche in un libro (vedi Bevan, 2005), mirano a mostrare luoghi e modalità di recupero di artefatti spesso valevoli non solo sul piano economico ma anche culturale e storico, contribuendo a preservare la memoria del luogo. Per quanto tale fenomeno sia possa essere dettato da mode e volontà di ostentazione, personalmente ritengo valevole il vantaggio apportato anche in termini di divulgazione delle qualità di un oggetto dismesso, che adeguatamente reinterpretato può trovare collocazione in un ambiente contemporaneo. Inerentemente al Salvage, un blog mostra possibili interventi improntati a

« celebrate this idea and strives to be a source for ways to decorate your home using salvaged materials and unique, vintage pieces. It's not about being eco-friendly, but how memories can be held in a chair, a piece of fabric, even a kitchen utensil. I hope that by reading, you'll be inspired to Repurpose. Reclaim. Re-decorate »⁹⁵.

Contributi simili ad altri livelli economici e culturali sono riscontrabili e cumulabili attraverso la rete in blog quali Repurposed Goods o Misuse⁹⁶, dove si propongono anche modalità collaborative di generare raccolte di casi di rifunzionalizzazione⁹⁷.

Lo scarto rilevato fra l'uso programmato e la funzione effettivamente attribuita a un oggetto, definita anche 'design fallacy' (Ihde, cit in Redström, 2006) può pertanto generare interessanti ed eventualmente anche innovative soluzioni, in quanto

\ 95 <http://salvagedgrace.com>

\ 96 Rispettivamente visitabili alle seguenti pagine web: www.repurposedgoods.com e <http://misuse.su>. A questi si aggiungono le piattaforme di condivisione di progetti come già presentati altrove, in particolare Instructables.

\ 97 Anche designer professionisti hanno sviluppato la pratica della rifunzionalizzazione, sia storicamente (vedi il movimento del Ready-Made) sia nella contemporaneità. Per un approfondimento, vedi Capitolo II Design per la trasformazione, pagina XXXX.

« *there is so much more to it and that this complexity to a significant extent comes as a result of people making* » (Redström 2006).

L'impatto delle attività di praticanti che intervengono anche profondamente a modificare un artefatto incorporano così un forte potenziale. A tal proposito e in seguito alle analisi effettuate su attività simili in contesti estremi da parte di persone comuni su apparati anche tecnici, Akrich (1992) suggerisce di studiare da vicino

« *the user's reactions that give body to the designer's project, and the way in which the user's real environment is in part specified by the introduction of a new piece of equipment [analizzando così in modo iterativo] the world inscribed in the object and the world described by its displacement* ».

Per il mondo del progetto ne consegue che è plausibile in primo luogo rimettere in discussione il concetto di uso e di progettazione dell'uso, per cui potrebbe risultare vantaggioso

« *to explore combinations of 'definition of use through design' and 'definition of use through use' within the design process. [...] and where the two typically are done by different groups of people representing different domains of expertise (typically people representing the design domain and the domain of intended use)* » (Redström, 2008).

In secondo luogo, la constatazione del potenziale innovativo associabile al libero intervento delle persone nella trasformazione degli artefatti e dei corrispettivi usi supposti suggerisce l'inclusione di un approccio progettuale che prevede margini d'intervento mirati a favorire tale pratica. A tal scopo risulta cruciale che già in fase di progettazione si identifichino modalità o campi di intervento, relegando la loro progettazione all'individuo che ne farà uso. Apparentemente, questa scelta può comportare un indebolimento della professione del progettista. Ma come riportato

altrove sul ruolo del designer a supporto delle diverse tipologie di persone che pratica attività creativa, è qui condivisa l'opinione di Redström sul secondo il quale

« *[t]o say that designers should refrain from overdetermining use and users is not to say that ideas about use should not be part of our concern or even that it should not be our main concern, but that we need to acknowledge what it is we are designing and what falls outside of that. [...] it blurs basic conceptual distinctions between the design, the interpretation, the experience, the use and the appropriation of an object* » (Redström, 2006).

In favore dell'invito di Redström, alcuni ricercatori nella disciplina del design propongono approcci indicazioni progettuali che favoriscano la libera interpretazione dell'uso di un artefatto da parte dell'utente. Coskun e Dogan propongono il concept – ancora da sviluppare – dello 'post-use design thinking', una locuzione con cui indicano l'approccio progettuale che

« *attempts to integrate the potential post-use design solutions into the early stages of the product design and development process through enabling products to be reused after the fulfilment of their initial use phase. This design thinking also embraces user involvement in transforming the products into the new ones, thus suggests enduring products which users want to keep for a long time* » (Coskun e Dogan, 2010).

Più elaborata è la proposta del Repurposing Design dalla ricercatrice messicana Darinka Aguirre, mirato a predisporre l'oggetto alla seconda vita a partire dagli studi effettuati sulla capacità creativa di popoli a ridotte risorse che ottimizzano e reinterpretano quanto a disposizione, come rilevato proprio in Messico. A tal scopo, la ricercatrice suggerisce alcuni accorgimenti progettuali per predisporre un artefatto al riuso, perseguendo l'obiettivo secondo cui

« *[w]hen designing for repurposing, the designer does not necessarily control or direct the ultimate repurposing, but only sets*

the stage for possibilities. In this way, design for repurposing and the act of repurposing are distinctly different acts » (Aguirre, 2010).

La rifunzionalizzazione progettata degli oggetti così proposta da Aguirre si manifesta in diverse forme in dipendenza degli intenti del progettista, quale:

- Pianificata (Planned), se previsto già in fase di concept e pertanto la rifunzionalizzazione è univoca (vedi strategie di coinvolgimento per il riuso)
- Guidata (Coached), se suggerita, tramite tipicamente istruzioni e immagini, e quindi progettata ma l'atto pratico resta a discrezione dell'utente
- Libera (Open-ended), se è l'utente a individuare una funzione alternativa tipicamente attraverso le caratteristiche che predispongono un oggetto a scopi alternativi.

L'approccio Open-ended rappresenta il focus della ricerca della Aguirre e prevede che il designer

« *simply details the final components according to the repurposing guidelines, to allow for the greatest flexibility. Open-ended repurposing mean that objects are not restrained by definite limits. They can be turn into yet to be imagined things. Objects are adaptable to changes, so the user can take over and decide what to do with them » (Aguirre, 2010).*

Alcuni studi di progettazione hanno realizzato progetti che prevedano la trasformazione di materiale e artefatti esistenti coinvolgendo gli utenti, in modo del tutto analogo al già citato caso del gruppo di progettisti di Recession Design (vedi pag XXXX). Fra le tipologie di materiale maggiormente reinterpretato si riscontra il pallet, forse per la sua reperibilità come scarto della distribuzione. Lo StudioMama⁹⁸ propone diverse soluzioni per il riuso di pallet per la creazione di sedie, sgabelli, decori natalizi e perfino

\ 98 <http://www.studiomama.com>

una cucina da esterni, donando o vendendo i rispettivi progetti on-line. Il pallet è poi oggetto di reinterpretazione in una piccola pubblicazione, dal titolo IKrea (Anon. 2010) in favore dell'auto-produzione e -progettazione di elementi di arredo domestico, a cura di Salamanca Design & Co⁹⁹. La giustificazione ambientale apportata dai curatori è l'invito a praticare da sè attività per la creazione di elementi utili al contesto domestico, congiuntamente con il riuso di prodotti scartati o l'impiego di prodotti di impronta sostenibile. Il risultato appare però decisamente debole, sia in termini progettuali sia in termini di guadagno ambientale. Dal punto di vista progettuale, infatti, non solo spesso non raggiungono un aspetto armonioso e gradevole, ma inoltre gli elementi funzionali sono semplificati a sovrapposizioni di moduli che non necessariamente soddisfano la funzione richiesta¹⁰⁰. Dal punto di vista ambientale, occorre verificare che l'uso di pallet vergini comporti un sovraccarico del materiale necessario a svolgere la medesima funzione a partire da altri elementi meno impattanti. Resta comunque valida l'intenzione dei curatori di offrire stimoli per l'auto-realizzazione a partire da elementi di scarto, in favore di stili di vita sobri e (seppur non necessariamente) sostenibili, ulteriormente avvalorata dalla volontà di condivisione sul web di ulteriori reinterpretazioni creative da parte degli utenti del libro. Il testo, inoltre, fa parte di una collana, intitolata "Io lo so fare", che

« *propone di cambiare la società con le [proprie] mani. [...] La cultura del "saper fare" è infatti la chiave che permette di coltivare una sana indipendenza dal mercato e dalla società dei consumi. [...] Autarchici non per individualismo ma per mettere in comune saperi e conoscenze » (Anon., 2010).*

\ 99 <http://www.salamancadesign.com>

\ 100 è perfino incluso un mobile con ante, ma senza le cerniere che ne consenta l'apertura e l'accesso al contenuto.

Riappropriazione

L'ultima modalità identificata per il coinvolgimento delle persone nella fase di trasformazione del processo creativo è la Riappropriazione, ovvero l'attività di personalizzazione mirate a infondere il carattere contraddistintivo dell'utente in un oggetto esistente. In generale con il termine appropriazione si intende

« *act of adapting an artifact to oneself in a way that not only redefines the artifact, but also relates the artifact to one's sense of self* » (Akah e Bardzell, 2010).

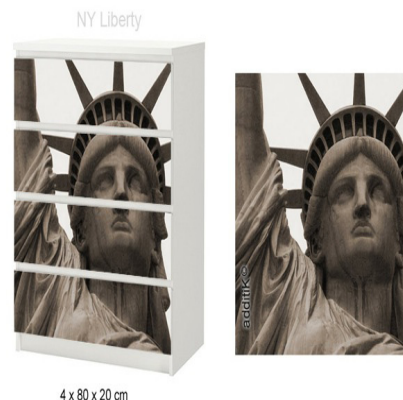
Tale definizione sottolinea difatti la volontà di manifestare il sé al di sopra del desiderio di una funzione che l'artefatto soddisfa. La pratica è evidente soprattutto per le applicazioni su artefatti prodotti in massa, tale per cui l'individuo può percepire le esigenze di modificare al fine di rendere palese la distinzione dagli altri oggetti simili esistenti, affermando la propria individualità. Tale attività condivide alcuni aspetti con le attività precedentemente esposte, ma se ne discosta per altri. Nello specifico, le modalità di personalizzazione possono essere condivise con i motivi e gli strumenti della fase di definizione del processo creativo, ma qui l'artefatto è esistente, pertanto solo una sua parte potrebbe essere generata da zero.

La riappropriazione condivide con la precedente modalità di rifunzionalizzazione la volontà di riadattamento di artefatti esistenti alle proprie esigenze, ma in questo caso la funzione non necessariamente varia.

Gli esempi di seguito riportati possono contribuire a chiarire le modalità di attuazione della riappropriazione.

La produzione di massa nel campo dell'arredamento e dell'ambiente domestico viene possibilmente associata alla produzione Ikea per la sua diffusione su scala globale e l'accessibilità a tutte le fasce economiche. Indipendentemente dalla qualità dei prodotti Ikea, sono stati sviluppati alcuni progetti che implementano le possibilità di personalizzazione dei corrispettivi prodotti grazie

all'acquisto di elementi di finitura. Nello specifico, Additik¹⁰¹ produce pellicole adesive su catalogo e personalizzabili per superfici piane di alcuni best-seller dell'azienda svedese, quali librerie, cassettiere e tavolini. Analogamente, la Bemz¹⁰² realizza su richiesta delle fodere per i principali imbottiti di Ikea, così da ampliarne sostanzialmente la gamma colori o la qualità del tessuto. Se i due esempi sopramenzionati presentino dei forti limiti in termini di livello di partecipazione dell'individuo al processo creativo, ad ogni modo restituiscono i vasti confini per la generazione di opportunità economiche inerenti all'esigenza di conciliare la comodità e la convenienza della mass production con il bisogno di espressione della propria individualità.



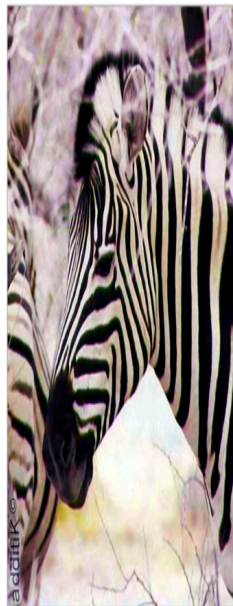
\ 101 <http://www.additik.com>

\ 102 <http://www.bemz.com>

Zebrattitude

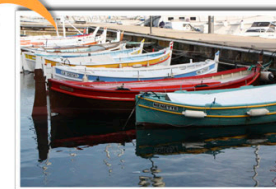


2 x 40 x 96 cm



60 x 38 cm

Personalized decoration
Décor personnalisé
PERSONALISIERT DEKORE
Decorado personalizado



Customisez vos meubles avec vos photos préférées !

La riappropriazione può assumere però connotazione più profonda e radicali, quando all'intervento su un artefatto esistente viene associato un principio di affermazione di un modo personale di interpretare un sistema dato, più che di un oggetto. Tale connotazione risulta evidente in alcune operazioni di hacking di prodotti. Il termine Hacking nel campo dell'informatica indica l'attività di

« [c]hi commette atti di pirateria informatica, intervenendo su memorie a cui non ha accesso legale per sottrarre o alterare dati » (Dizionario Hoepli, voce Hacker).

Nel tempo, il termine ha esteso la sua accezione ad includere in generale le attività di modifica di un artefatto per generare risultati anche sovversivi rispetto al progetto iniziale ma dal forte impatto personale e collettivo, seppur l'attività generalmente non mina la sicurezza o la fama del produttore originario, generando spesso l'effetto opposto di amplificazione e implementazione. Se ne trova riscontro ad esempio nel fenomeno di hacking del sistema Kinect di Microsoft. Elaborato a supporto di una console di gioco, gli utenti hanno presto cominciato ad intervenire sui codici

del software per modificare, aggiungere, implementare le funzioni esistenti generando soluzioni nuove e apprezzate, così che la casa madre ha alla fine deciso di rendere liberi i codici per ulteriormente favorire il processo di innovazione e partecipazione generato.

Una delle comunità emerse in quest'area è la KinectHacks.com. la community promuove un ruolo anche di impatto sociale tramite la loro azione; infatti come si legge dal sito,

« [a]ccompanied by the creativity and ingenuity of various Kinect users and code developers, KinectHacks.com is certain that these individual contributions will pave the way for future technologies that will help both the private and public sector of society. [...] Through the constant communication of ideas, sharing of knowledge and public support, developers and user are able to help each other and also improve the efficiency, quality and use of their program »¹⁰³.

Nel campo domestico operano invece gli Ikea Hackers¹⁰⁴ per la rivisitazione di prodotti del famoso marchio svedese. Il blog raccoglie una comunità fortemente motivata di hackers che ambisce a trarre il beneficio massimo dalla produzione di massa del mobile. Secondo quanto rilevato leggendo le interpretazioni dei praticanti di questo movimento, a partire dall'accezione di hacking come attività per trarre beneficio dalla debolezza del codice e del software

« *IKEA hacking is about playing upon the strengths of a piece (or pieces)* » (Rosner e Bean, 2009).

Un'ulteriore interpretazione punta al risultato, ovvero al sentimento della personalizzazione;

« *"[t]o me," IKEA hacking means you "take something 'off the shelf,' alter it to fit your needs - to be more 'personal,' to make*

a statement, to improve it better than mass marketing could... I love it conceptually and on a practical level. » (Rosner e Bean, 2009).

Si riprende così l'esigenza di individualità già affrontata nelle precedenti. Fasi di partecipazione al processo creativo, ma ciò che plausibilmente rende intrigante la volontà di intervento sui prodotti del colosso svedese è la sua diffusione su scala mondiale, ovvero la connotazione di intervento radicale quasi a rifiuto del sistema seppur internamente ad esso, quasi come una dichiarazione etica o politica. Il catalogo dell'azienda svedese così può essere assimilato ad un'ampia gamma di semi-lavorati standard più che a prodotti finiti, che agevolano il praticante nel raggiungimento di un risultato finale gradevole rispetto all'uso di materiale grezzo o da comune ferramenta. Inoltre, la possibilità di disporre degli stessi prodotti su scala globale consente anche un proficuo scambio di suggerimenti.

Come si legge fra le conclusioni dello studio citato,

« *[t]he standardization of IKEA products, rather than a creative constraint, is seen as a benefit to communication and sharing.* » (Rosner e Bean, 2009).

Nel campo del design, un fenomeno interessante di hacking ha mirato a stimolare la creatività delle persone nella trasformazione abbattendo barriere e timori connessi al valore attribuito individualmente o convenzionalmente ad alcuni oggetti. Così il gruppo di studenti¹⁰⁵ Eames Hacking ha indagato nel 2007 ha reinterpretato due dei mirabili prodotti progettati dai coniugi Eames per scopi meramente funzionali e dissacratori, realizzando due sedute che facilitano i bambini nelle loro esperienze quotidiane durante la pappa o nel rapporto col water. A tale scopo dei fori sono stati praticati sulle sedute

\ 103 <http://www.kinecthacks.com/about>

\ 104 <http://www.ikeahackers.net>

\ 105 Jared Delorenzo, Tim Peet, Alexandra Temple Powell, Tom Reynolds, Alie Thomer, e Andrew McCandlish del Department of Industrial Design at The University of the Arts, Philadelphia (USA).

« *breaking the status surrounding high design objects. Through physically invasive alterations, these once iconic, elite, forms are liberated from their old, restrained image. The project is not a critique of the Eames, but rather a fulfillment of their original ideals* »¹⁰⁶.

L'intervento risulta quindi mirato a stimolare il processo di appropriazione di oggetti convenzionalmente avvolti in auree sacre che talvolta ostacolano una serena fruizione dell'oggetto stesso.



\ 106 <http://eameshack.blogspot.com>



La pratica della trasformazione è stata perseguita anche per sensibilizzare comunità locali a mutare comportamento e visioni del luogo pubblico proprio attraverso processi che ne favorissero la riappropriazione. In tal senso è emblematico il movimento del guerilla gardening, dove comunità di persone agiscono al di fuori delle autorizzazioni opponendosi attivamente

« *al degrado urbano agendo contro l'incuria delle aree verdi. L'attività principale del gruppo è quella di rimodellare ed abbellire, con piante e fiori, le aiuole e le zone dimesse o dimenticate della città* »¹⁰⁷

o più in generale laddove è auspicato un rafforzamento del senso di appartenenza di una comunità al proprio ambiente. Nel campo dell'arredamento, si segnala l'attività di Jeremy Edwards con il progetto Meuble Libre, che consiste in

« *furniture being produced from other furniture abandoned in the street, used as it is. The form and nature of the objects im-*

\ 107 <http://www.guerrillagardening.it/chi-siamo.html>

mediately and spontaneously created on site are determined by the materials available at the time, the place where I found them and the rough tools available. Once the objects have been created, they are left free, on-the-spot, accessible to everyone
»108.

Meuble Libre è pertanto un progetto di sensibilizzazione al recupero di materiale di scarto anche come espediente per il rafforzamento dello spazio pubblico e della sua appropriazione.



Passando dal livello di riappropriazione quasi politico delle attività di hacking, attraverso quello sociale o urbano appena riportato, si perviene a quello intimista su oggetti ad uso individuale. Interessante a tal riguardo e dal linguaggio particolarmente poetico è il lavoro di Shikai Tseng¹⁰⁹ per il suo 'project 07'. Il designer ha sviluppato il principio dell'uso della luce per la creazione di impressioni personali su un oggetto di massa quali i vasi. Tseng ha applicato sulla relative superfici una pellicola sensibile alla radiazione luminosa, che si lascia impressionare mutando colore, proprio come avviene durante lo sviluppo della comune pellicola fotografica. L'intuizione del designer si fonda sulla volontà di predisporre l'oggetto a lasciarsi impressionare da un momento o contesto specifico, che magari l'utente desidera congelare, ricorrendo all'espediente della camera oscura. Il valore dell'operazio-

\ 108 <http://davidreport.com/201111/street-design-jeremy-edwards/>

\ 109 http://flavors.me/shikait seng#_

ne è prettamente semantico ed emozionale in quanto il risultato può apparire anche non particolarmente gradevole, ma il valore per l'utente è potenzialmente elevato;

« *[i]t is a new way to capture a moment in time, no matter whether the image on the object is focused or losing focus, or might be colours or images – the object will carry the trace of its first moments of experience, its first exposure* ».

Se da un lato risultati analoghi sono generalmente ottenuti attraverso l'uso della fotografia convenzionali (ormai a portata di tutte le tasche), dall'altro il ricorso ad una materializzazione tridimensionale del ricordo e del momento amplifica il valore emozionale, ne acquista in spessore, in matericità, in solidità. Inoltre, l'apparente limite della mancanza di definizione dell'immagine impressionata potrebbe essere interpretato come un vantaggio dall'utente che apprezza la fisicità del ricordo senza volerla comunque necessariamente palesare esplicitamente alle altre persone; un espediente per tenere celato un ricordo intimo senza rinunciare a visualizzarlo in contesti non intimi. Dal punto di vista progettuale, sulla base di queste considerazioni si intuisce che ulteriori sviluppi dell'idea siano auspicabili, magari intervenendo sulla qualità del volume e della superficie impressionabile, nonché sul film stesso, tipicamente usando il colore.



05 7

Approcci progettuali strutturati per il coinvolgimento dell'utente nel processo creativo

L'analisi finora effettuata sul coinvolgimento delle persone nel processo creativo ha evidenziato nelle diverse fasi come non solo questo sia possibile ma ha inoltre riscontrato il potenziale innovativo della pratica in relazione ai cambiamenti del sistema socio-tecnologico.

Nella seguente trattazione della ricerca si ambisce a strutturare i possibili approcci che la disciplina del design può adottare per contribuire alla strutturazione e sviluppo della pratica, come finora affrontato dalla letteratura principalmente accademica. Allo stesso tempo, ne risulta uno scenario in cui si identifica un potenziale ruolo per il product design nell'imminente 'DIY age'.

Nella letteratura degli approcci collaborativi suggeriti ai product designer si riscontrano alcune indicazioni potenzialmente proficue a favorire il successo del risultato. In primo luogo e col fine di superare le barriere iniziali di approccio alla collaborazione con figure amatoriali, è necessario assumere consapevolezza della tipologia di collaborazione che è possibile instaurare, accettando eventuali limiti inerenti allo loro considerazione dell'attività progettuale. Nello specifico, come proposto da Jones,

« [t]he essential first step is to accept the roughness, the unprofessional character, the reaction 'that's not design, anyone could do it' of improvised initiatives by users themselves, by us as we are as persons, unspecialized » (Jones, 1984, in Redström, 2008).

La presa di consapevolezza del carattere non-professionale del collaboratore non implica però che il praticante amatoriale richieda di essere formato in toto; piuttosto, bisogna tenere conto di due presupposti alla collaborazione:

« we assume that end-users have knowledge about some practice, that researchers and designers have their knowledge, and that they can share knowledge and jointly create new knowledge, make design decisions, which result in a new product » (Sten et al 2007).

Infatti, è la persona a possedere le informazioni necessarie a creare un progetto per sé, nonché per eventuali proprie esperienze pregresse. L'approccio del professionista al collaboratore amatoriale può essere improntato quindi su due piani diversi di coinvolgimento e considerazione, con le rispettive conseguenze. Difatti

« [d]esigners and endusers can share knowledge, learn mutually, and jointly design. Or end-users can be invited to merely validate researchers' findings and designers' solutions. One can envision a continuum of 'pro active user involvement' versus 're-active user involvement' » (Limonard e de Koning, 2005, in Sten et al, 2007).

Per quanto il primo scenario appare più appetibile e stimolante allo sviluppo della collaborazione, le condizioni delle circostanze che si creano possono variare e implicare la necessità più che la scelta di una o dell'altra opzione. A tale variabilità di tipologia di inclusione dell'utente nel processo creativo corrispondono diversi approcci alla teoria del progetto inclusivo, quali User-Centred Design (UCD), Participatory Design (PD) o ancora Co-Design (CoD) a citare i maggiori.

Questi approcci condividono l'attribuzione di un potenziale di innovazione che può derivare direttamente dall'utente finale, presentando ampi campi di sovrapposibilità e spesso di derivazione l'uno dall'altro. L'intento finale di ciascuno approccio ambisce alla progettazione di soluzioni efficaci per l'utente, al fine di appagar-

ne bisogni e aspettative tali da sentire propria la soluzione, principalmente evolutasi nel tempo per successivi progressi. Il fondamento venne espresso già nel 1973 da Ivan Illich, nella frase

« [p]eople need not only to obtain things, they need above all the freedom to make things among which they can live, to give shape to them according to their own tastes, and to put them to use in caring for and about others ».

A partire da tale condivisione di obiettivi generale, sostanziali differenze si sono sviluppate nel tempo e tuttora sussistono soprattutto in quanto ciascuno propone un rapporto variabile con il designer in termini di competenze possedute e ruoli esercitati. Rimandando ad altre pubblicazioni per un approfondimento su questi approcci, in questa sede si desidera far risaltare come, nello specifico, lo UCD mira al coinvolgimento attivo dell'utente al fine di

« garantire per i prodotti interattivi elevati livelli di usabilità. L'usabilità è il grado cui una tecnologia può essere usata da una classe particolare di utenti per raggiungere certi obiettivi con efficacia e soddisfazione, in uno specifico contesto d'uso » (Rizzo, 2009).

Quindi si tratta fondamentalmente di un coinvolgimento per l'ottimizzazione dell'esperienza di uso di un artefatto progetto da un professionista e testato dal suo utente. Tale tipologia di approccio si sviluppa non a caso a partire dagli anni '70 nel contesto dell'usabilità e dell'elettronica ed è tipicamente considerata nello studio delle interfacce web, per quanto a partire dagli anni '90 con il fenomeno dello 'ubiquitous computing', ha incorporato vasti margini di azione.

Diverso è l'approccio del Participatory Design, per quanto sono condivisi alcuni presupposti con il precedente;

« User-Centred Design [is] based on user tests where the aim is to uncover and eventually minimize discrepancies by system-

atically testing and fitting actual use to intended use, and Participatory Design processes where discrepancies are integral to open up designing and decision-making. In terms of roles of designers or users, the former can be seen as maintaining a strong divide between 'designer' and 'user', whereas the latter can be seen, to some extent, as dissolving such roles » (Redström 2008).

Ai fini della ricerca pertanto, la definizione dei ruoli come sopra riportata, induce a considerare il Participatory Design come l'approccio progettuale prossimo con gli obiettivi di un supporto all'individuo intento nei processi di auto-realizzazione, più che di verifica di progetti realizzati da professionisti.

Infatti, coerentemente con quanto esplicitato nelle intenzioni della ricerca di catalizzare i processi di formazione e sviluppo di capacità delle persone, il Participatory Design incorpora un maggior potenziale di predisposizione a tale scopo in quanto

« end-users are treated as experts – often experts in doing some specific work – and it is attempted to bring their knowledge and their skills (tacit knowledge) into the development process [...] The goal is to let end-users and designers jointly create a tool with which the end-user can do her work better. 'The tool perspective allowed researchers to recognize and leverage the workers' craft knowledge' (Spinuzzi 2005). The goal is 'mutual learning' » (Sten et al 2007).

L'ultimo dei tre approcci progettuali qui considerati per il coinvolgimento dell'utente finale è il Co-Design, ovvero

« un atto creativo collaborativo che avviene nel progetto di design al fine unico di ispirarlo e guidarlo nella fase di generazione di idee e progettazione di concepts » (Rizzo, 2009).

Il Co-Design viene generalmente considerato come la più recente e avanzata modalità per il coinvolgimento delle persone nel processo creativo a partire dalla tradizione del Participatory Design, con un elevato potenziale semantico e simbolico che tale intento

incorpora.

Il Co-Design è infatti definito anche come

« *a cooperative, continuous process bringing everyday people together with design professionals to find new and better ideas for daily life. Companies thus offer a deliberate design role for regular people in which 'enabling platforms' (Manzini, 2007) or 'convivial tools' (Sanders, 2006) give them the capability to engage with each other in creating new concepts and designs collaboratively and to build upon existing and evolving ideas – 'mass creativity' (Leadbetter, 2008) » (Scott et al 2009).*

Le distinzioni cruciali con il precedente approccio risiedono fondamentalmente nel livello di azione che ambisce all'intervento sull'ambiente sociale e sul territorio spesso, ampiamente inteso, in cui le persone partecipanti sono autori e attori del cambiamento. A tale scopo,

« *[k]nowledge of end-users and knowledge of researchers and designers are brought together, similar to participatory design, with the goal of creating knowledge about some future and desirable situation and products. Ideas about this future situation and this future product are privileged. Co-designing can be thought of as a mixture of participatory design and empathic design » (Sten et al 2007).*

Alla luce delle brevi descrizioni, si percepisce come all'individuo si attribuisca un ruolo progressivamente più attivo per la generazione di soluzioni a sé più consone. Si tratta di un'evoluzione generata non solo fra le diverse scuole di pensiero ma anche nel tempo e sulla base degli sviluppi tecnologici e sociali, come riportato in un grafico di Sanders (2006).

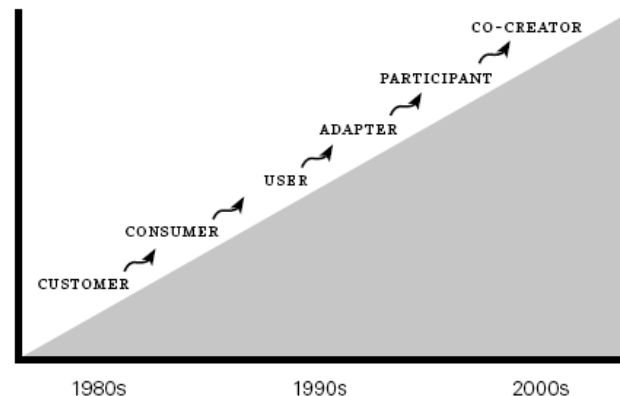
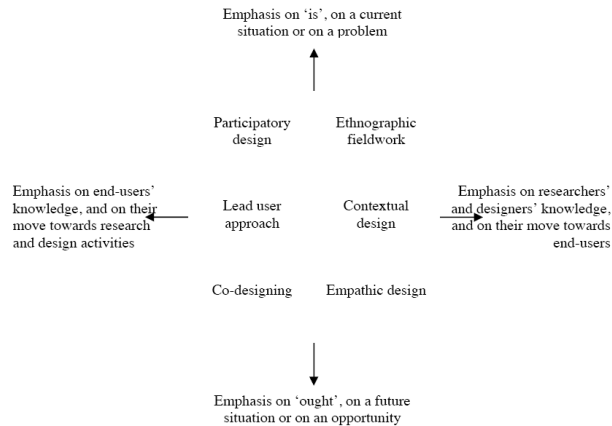


Figure 1. Sanders, 2006. Cumulus.

Steen et al (2007) constatano sostanziali differenze anche in termini di impatto sull'individuo e la società che tali approcci ripercuotono

« *1) participatory design and ethnographic fieldwork are attempts to move towards democracy and endusers' emancipation; 2) the lead user approach and contextual design are associated with producing results, with pragmatic and commercial applications; and 3) co-designing and empathic design can be seen as moves towards design activities, towards creativity and searching for inspiration together with end-users » (Sten et al 2007).*

Tali figure vengono quindi rappresentate secondo gli assi della necessità nell'attualità o in un futuro e della dinamica di trasferimento di conoscenza verso il design e la ricerca, tale per cui vengono ulteriormente sottolineate le distinzioni fra questi diversi approcci.



Inerentemente a questa interpretazione del coinvolgimento delle persone nel processo creativo tramite i 3 approcci citati, questa ricerca ambisce a valorizzare la conoscenza delle persone e le rispettive intenzioni di approccio verso la creatività e il progetto come più volte rimarcato. Seppur si riconosce la validità e necessità di un approccio di UCD per diversi contesti, in questa sede si auspica di spostare il livello di coinvolgimento

« towards something that could be defined as ‘actor-centred design’. To move from the idea of ‘designing to solve problems’ to one of ‘designing to enable people to live as they like, while moving toward sustainability’ » (Manzini, 2006).

Tale scopo sembra essere perseguito dal Participatory Design, che dal punto di vista dei fondamenti teorici del progetto per il coinvolgimento dell’utente risulterà essere il riferimento della ricerca stessa.

Da qui la proposta di un approccio progettuale che, oltre a continuare a servire gli utenti, collabori anche con le persone per gene-

ra un prodotto che ne asseconi in toto le esigenze.

Tenuto conto delle variabilità delle condizioni e delle tipologie di persone coinvolgibili, l’obiettivo della ricerca è proporre soluzioni sui molteplici livelli possibili, in base alle competenze sia loro che del designer di supporto

Riconosciute le potenzialità che una collaborazione può generare, al fine di adottare un approccio vantaggioso risulta utile anche alla luce dei casi precedentemente riportati la valutazione della tipologia e del livello di abilità del praticante che si desidera supportare al fine di identificare la tipologia di contributo che il designer può offrire.

La ricerca in questo campo è stata perseguita da diversi studi. Ad esempio, Stevens e Watson (2008) riportando le diverse modalità di collaborazione e cercano poi di trasferirle in un supporto materico, chiamato Slider, che possa guidare il designer a tenere a mente le diverse modalità di supporto.

The following positions are available on the Slider:

DIY	The user designs their own solutions.
Assist	The designer acts as a consultant, offering tools, ideas and advice.
Co-create	The user and designer create a system/forum in which both parties design together.
Menu	The designer provides options for the user to choose between.
Prescribe	The designer provides a complete solution.

Similmente, ma con approccio apparentemente più strutturato e solido, Sanders (2006) classifica il possibile coinvolgimento dell’utente secondo il criterio di livello sia di interesse mostrato che di competenze richieste (quest’ultimo parametro è incluso anche nei criteri qui proposti), da cui derivano i seguenti cluster di persone a diverso grado di creatività:

- consumers, comuni utenti tendenzialmente passivi

- adapters, persone spinte dal desiderio di personalizzare l'oggetto
- participants, coinvolti e immersi nell'esperienza
- co-creators, stimolati dalla creatività e convivialità.

Table II Four levels of creativity

Level	Type	Motivated by	Purpose	Example
4	Creating	Inspiration	'express my creativity'	Dreaming up a new dish
3	Making	Asserting my ability or skill	'make with my own hands'	Cooking with a recipe
2	Adapting	Appropriation	'make things my own'	Embellishing a ready-made meal
1	Doing	Productivity	'getting something done'	Organizing my herbs and spices

Il limite percepito nel modello di Sanders per lo scopo di questa ricerca risiede nello spostamento del focus sullo stato emozionale dell'utente anche come metodo di indagine per favorire l'instaurazione di un rapporto empatico (Sanders, 2005). Al fine di un'analisi e descrizione panoramica della prativa anziché focalizzata dell'individuo, la catalogazione e descrizione de livelli di Sanders sono considerati come riferimento in cui inquadrare i contributi per la descrizione del DIY contemporaneo del secondo il modello della teoria della pratica (vedi pagina XXXX).

L'impatto finale che si auspica di raggiungere con questa ricerca e che è condiviso con il modello di Sanders è l'intento di fornire riflessioni ed esmepi utili per suggerire modalità di intervento del product design alle variabili tipologie di praticanti, assecondando le loro intenzioni e preferenze. Difatti,

« [i]t is not always the case that we want to push people beyond their level of interest, passion and creativity. Different approaches to inviting and involving future users into the design

development process will be needed for the different levels of creativity. As researchers we will need to learn how to:

- *lead people who are on the "doing" level of creativity,*
- *guide those who are at the "adapting" level,*
- *provide scaffolds that support and serve peoples' need for creative expression at the "making" level, and*
- *offer a clean slate for those at the "creating" level » (Sanders, 2008).*

Necessariamente le distinzioni di intenzioni e motivazioni in un singolo praticante possono essere variabili nel tempo, in base al contesto, alla tipologia di prodotti, tale per cui in questo contesto rimane comunque auspicabile Fischer (2002) l'affermazione di un design adattabile al coinvolgimento dell'utente che si muove liberamente fra i diversi livelli, da consumatore passivo a esperto della pratica.

CAPITOLO 05

Il design per il DIY e il coinvolgimento delle persone : in sintesi

Il quinto capitolo riporta rilevanti casi esistenti di pratiche, fenomeni, eventi e in generale artefatti improntati al coinvolgimento delle persone nel processo creativo nelle sue diverse fasi. Nello specifico si riporta:

- l'interesse del mondo del progetto verso tali fenomeni di auto-produzione, dove risulta emblematica l'annuale conferenza organizzata dalla Industrial Designer Society of America dal titolo '*DIY Design: threat or opportunity?*' in cui i principali fattori discussi sono Enabling Technologies, DIY as an Innovation Engine, Slow Craft, Consumer Customization, Crowdsourcing, e Independent Design & Creation a testimonianza delle principali componenti di interesse per il mondo del progetto
- i principali riferimenti ai teorici che del design che hanno proposto la figura enzimatica del design per il coinvolgimento delle persone nel processo creativo, avvalorata dagli effetti innovativi che questi apportano nel design del prodotto, effettuando opere di '*description*', di reinterpretazione delle caratteristiche di un prodotto per scopi propri
- la riflessione che perfino design acclamati come Béhar sul possibile coinvolgimento delle persone come riportato nella mostra da lui curata '*TechnoCRAFT: Hackers, Modders, Fabbers, Tweakers and Design in the Age of Individuality*' ulterior-

mente convalida il potenziale incorporato nei processi collaborativi fra designer e utenti.

Dato tale potenziale, la ricerca indaga tali fenomeni analizzando le caratteristiche secondo la fase del processo creativo in cui viene richiesta, predisposta o agevolata la partecipazione delle persone, ovvero Ideazione, Definizione, Assemblaggio, Realizzazione e Trasformazione, di cui si riportano sinteticamente casi rilevanti del contributo del progetto in ciascuna di queste fasi.

La fase di Ideazione

- prevede il coinvolgimento delle persone nella generazione di un concept progettuale in modo partecipativo e collaborativo definito anche Common-Based-Peer-Production, di cui ne è emblema Wikipedia, una delle enciclopedie più accurate e aggiornate esistenti
- viene supportata dalla creazione di piattaforme per la progettazione condivisa, come Quirky, Design Smash o Local Motors, che talvolta prevedono la vendita di quanto realizzato e anche la redistribuzione dei guadagni

La fase di Definizione

- prevede il coinvolgimento delle persone nella caratterizzazione di un artefatto attraverso al fine di renderlo adeguato a proprie esigenze contingente o gusti personali
- è oggetto di approfondimento dalle teorie per la Mass Customization, in modo da incrementare la fidelizzazione del cliente, promettendo prodotti praticamente unici e a costi contenuti o paragonabili alle versioni standard (come riscontrano per diversi marchi di sneakers)
- è supportata dallo sviluppo di cosiddetti toolkit (come i configurator) che consistono tipicamente in software e piattaforme Web, per agevolare le persone nella selezione, anticipazione e verifica di quanto elaborato per la personalizzazione

- è stata esplorata nel campo del progetto in modo emblematico da Droog Design con la proposta di Design for Download, ovvero di progetti di componenti d'arredo che l'acquirente è invitato a definire nelle dimensioni, proporzioni e variabili, prima di 'scaricare' il progetto e realizzarlo preferibilmente da sé o presso artigiani locali

La fase di Assemblaggio

- prevede il coinvolgimento delle persone per la composizione di elementi esistenti secondo configurazioni suggerite per la generazione di un artefatto predefinito, rappresentato dalla strategia dei mobili flat-pack di Ikea
- può apportare un valevole contributo in termine di soddisfazione per il praticante, potenzialmente rafforzando il legame con l'artefatto, secondo lo 'Ikea effect' appunto
- è stata esplorata dal mondo del progetto secondo strategie a partire da Oggetti specifici o gamma limitata (come i moduli Lego o gli oggetti da montare di Ikea), Composizioni riconfigurabili nel tempo (come le pareti in piccoli elementi modulari dei Bouroullec o la House of Frurniture di Makkink e Bey che raccoglie gli elementi d'arredo intercambiabili), Riutilizzo di altri componenti e oggetti (come il tavolo universale T.U. di Nigro adattabile a elementi piani di grandi dimensioni o il progetto di elementi di connessione Indie Furniture per la creazione di una libreria a partire da scaffali esistenti o legno locale).

La fase di Realizzazione

- prevede il coinvolgimento delle persone nella creazione del prodotto tangibile, similmente all'assemblaggio ma includendo anche la creazione degli elementi base, occupandosi anche del recupero e della trasformazione dei materiali per generare gli eventuali componenti da assemblare in un se-

condo tempo

- è agevolata dalla recente diffusione di macchine per la produzione rapida sviluppati per un uso accessibile anche a non esperti e perfino con varianti a uso domestico, come taglio laser, stampa 3D e controllo numerico
- è particolarmente praticata in contesti che ospitano tali macchinari, quali i laboratori tangibili (vedi FabLab, TechShop e 100k Garage) o i servizi offerti da piattaforme web (vedi Pono, Vecotrealism, Imaterialise), supportati da comunità per lo sviluppo e la condivisione di progetti appositamente realizzati per il ricorso a tali tecnologie (tipicamente Thingiverse)
- ha visto il contributo storico di Enzo Mari nel progetto di Auto-progettazione come espediente per educare offrendo un'opportunità alla persone non solo di creare da sé un artefatto domestico ma soprattutto di comprenderne i fattori cruciali di efficacia, qualità e valore, tale da rimanere un progetto insuperato nonostante i numerosi casi seguenti dalle analoghe intenzioni.

La fase di Trasformazione

- prevede il coinvolgimento delle persone per un variabile complesso di attività che mirano all'allungamento della durata di un prodotto, una volta giunto al fine vita
- può essere finalizzata al ripristino di una funzione originaria tramite riuso, la pratica maggiormente auspicabile per artefatti a fine vita per il generalmente (ma non necessariamente) limitato uso di energia richiesto
- tramite riuso può trarre vantaggio dalla crescente diffusione del mercato dell'usato, rafforzato dal recente insediamento della rete degli Operatori Nazionali dell'Usato
- tramite riuso è stata esplorata dal mondo del progetto creando soprattutto componenti che permettono il prolunga-

mento della vita e della funzione di artefatti esistenti, quali il set di componenti Jar Tops il riuso di barattoli in cucina o il RE_Project per il riuso di diversi contenitori grazie alla produzione di parti con tecnologia di stampa 3D

- può essere finalizzata al ripristino di una funzione originaria tramite riparazione, come occasione per conoscere, ottimizzare ed evolvere gli artefatti, fino anche ad innovare
- tramite riparazione coinvolge aspetti corporali e psicologici di rilievo per la crescita dell'individuo, quali 'gesture, emotion, and sensual knowledge'
- tramite riparazione vede il contributo del progetto con lo sviluppo di espedienti finalizzati ad agevolare e a valorizzazione l'atto riparatorio tramite sia materiali, come i kit di Kintsugi (per ceramiche dalle reminiscenze orientali), Woolfiller (per artefatti in lana che presentano fori) o Sugru (per pressochè qualunque applicazione), sia componenti, come il progetto Réanim (per il recupero di sedute e mobili)
- può essere finalizzata alla conversione per nuove funzioni tramite rifunzionalizzazione prevede il coinvolgimento delle persone nella libera reinterpretazione degli artefatti per funzioni non programmate
- tramite rifunzionalizzazione è particolarmente praticata nei contesti quotidiani (Non-Intentional Design), soprattutto a scarsa disponibilità di risorse (Make-Do-and-Mend, Rikimbili, Urawaza), ma anche più recentemente per questioni di tendenza nell'arredamento di interni (Salvage)
- tramite rifunzionalizzazione da parte di persone non professioniste può apportare comunque consistenti innovazioni laddove *design fallacy* vengono localmente reinterpretate e creativamente risolte
- tramite rifunzionalizzazione vede il contributo del mondo del progetto proponendo approcci progettuali che la favoriscano già a partire dalla fase di ideazione, quali Post-Use-Design-

Think o in particolare il Repurposing-Design, che propone la valorizzazione delle *affordances* comunicate dagli artefatti

- può essere finalizzata alla personalizzazione per adeguamento al gusto tramite riappropriazione, affinché le persone adeguino un prodotto esistente a scopi ed esigenze proprie, quali anche la volontà di personalizzazione di arredi di massa di Ikea
- tramite riappropriazione prevede un consistente apporto innovativo come nel caso della comunità che reinterpretano le caratteristiche e le funzionalità di prodotti esistenti implementandoli, tipico delle attività di hacking (vedi KinectHacks.com o Ikea Hackers)
- tramite riappropriazione vede il contributo dal mondo del progetto per invitare alla reinterpretazione secondo le proprie esigenze di oggetti sia di alto valore (come Eames Hacking) o di oggetti dismessi su strada (come Meuble Libre).

Il capitolo del Design per il DIY riporta infine i contributi della teoria del progetto

- considerando gli affermati Participatory-, User Centred- e Co-Design nelle rispettive sovrapposizioni e distinzioni nella tipologia e livello di coinvolgimento delle persone nel processo creativo
- prendendo a riferimento il modello proposto da Sanders per un design che supporti a diverso modo figure che operano nei processi creativi a diversi livelli di motivazione e complessità del progetto, quali i Doers, Adapter, Makers e Creators.

I
contesto
p.1

II
ambito
p. 31

III
strategia
p. 49

IV
field work

V
proposte
p. 267

6

7
SERVIZI:
PARTICIPANT OBSERVATION
p. 189

8
DESIGNERS:
INTERVISTE
p. 205

9
CO-DESIGN:
ACTION RESEARCH
p. 222

139		Reclutamento degli intervistati
141		Schema e caratteri dell'intervista
146		Metodo di Analisi
147		I 4 livelli di creatività
152		Elementi ricorrenti e domini
153		Materials
161		Skills
165		Meaning
183		Contributi principali del capitolo

CAPITOLO 06

PRATICANTI: INTERVISTE

Il seguente capitolo rientra nella fase di lavoro empirico della ricerca e riporta i contributi ricavati dalle interviste effettuate a coloro che hanno dichiarato di praticare il DIY per la trasformazione e l'allungamento della vita degli oggetti. L'intervista è stata sviluppata secondo un metodo codificato e i contenuti sono stati interpretati secondo la teoria sociologica della pratica, focalizzando le cocomponenti di Materials, Skills e Meaning. Alla fine del capitolo, emergono i principali aspetti che supportano la pratica (limitatamente agli intervistati) tale per cui si deducono alcune aree di potenziale sviluppo del contributo del design(er) alla pratica del DIY per la trasformazione.

La fase empirica delle interviste ambisce alla conoscenza diretta della pratica, con approccio etnografico ai suoi praticanti:

« *[e]thnography is the work of describing a culture. The essential core of this activity aims to understand another way of life from the native point of view. The goal of ethnography, as Malinowski put it, is “to grasp the native’s point of view, his relation to life, to realize his vision of his world” (1922). [...] [R]ather than studying people, ethnography means learning from people* » (Spradley, 1979).

O più sinteticamente:

« *[t]he purpose of most qualitative interviewing is to derive interpretations, not facts or laws, from respondent talk* » (Warren Carol A.B. 2002).

L’approccio della ricerca in favore del Participatory Design condivide alcuni intenti con l’Ethnography Field tanto da essere talvolta usati contemporaneamente (e.g. Kensing and Blomberg 1998). Difatti,

« *[t]he ethnographic move is about researchers and designers going ‘into the field’ to better understand people via observations and interviews. The ethnographic move is meant to be descriptive (rather than prescriptive) and to foreground and emancipate the end-users’ perspective* » (Sten et al, 2007).

L’obiettivo di un approccio etnografico alla parte empirica della ricerca per il design è

« *to look at naturally occurring situations and to look at these ‘holistically’ and from a ‘members’ point of view’* » (Blomberg et al. 1993, cit in Sten et al, 2007).

L’intenzione di conoscere le componenti della pratica direttamente da chi la attua, attraverso le esperienze vissute, porta l’intervista qualitativa a risultare il metodo che di predispone allo scopo. Nello specifico, l’intervista semi-strutturata qualitativa appare

vantaggiosa rispetto alle sue altre varianti del questionario e all’intervista approfondita.

Nell’intervista semi-strutturata, il format è tendenzialmente flessibile. Il ricercatore indica il tema di discussione che verrà però discusso introducendo alcune domande specifiche durante lo svolgimento dell’intervista stessa.

Considerata la molteplicità delle variabili in questa pratica, l’intervista qualitativa è stata prediletta al questionario in quanto qui limitante nella flessibilità a causa delle domande chiuse di cui si costituisce, e della modalità mediata, senza scambio con il ricercatore, che non consente un immediato approfondimento di o dissertazione su aspetti emersi dall’intervistato. D’altro canto, considerata la volontà di definire un quadro panoramico, l’intervista approfondita è stata ritenuta inadeguata allo scopo, ma possibilmente utile in tempi successivi della ricerca, per contesti e obiettivi futuri altamente definiti e circoscritti.

La natura colloquiale e amichevole del tono assunto durante le interviste semi-strutturate si mantiene comunque entro i confini della ricerca strutturata e si discosta da una chiacchierata ordinaria. Come riporta Herbert J. Rubin (1995)

« *[a] key dissimilarity is that qualitative interview is a tool of research, an intentional way of learning about people’s feelings, thoughts, and experiences.*

[...] a second distinction is that qualitative interviews are held between strangers as well as among acquaintances.

A third difference from ordinary conversations is that qualitative interviews are guided by researchers, who intentionally introduce a limited number of questions and requests the interviewee to explore these questions in depth. The researcher encourages the interviewees to reflect, in detail, on events they have experienced ».

06 1 Reclutamento degli intervistati

I praticanti intervistati sono stati reclutati attraverso una triplice modalità:

- da un contatto con comunità in internet;
- per conoscenza diretta dell'intervistatore;
- per conoscenza diretta di altri intervistati (detto *snowball*).

Contatto con comunità in internet

Il primo caso ha costituito il metodo prediletto dall'intervistatore al fine di valutare il grado di interesse dei praticanti agli obiettivi della ricerca. La mancanza di un legame con il ricercatore è stata assunta come condizione che plausibilmente favorisce spontaneità nella risposta dell'intervistato, poiché non è a conoscenza dei dettagli della ricerca e delle abitudini o del pensiero dell'intervistatore. Nello specifico, sono state contattate delle comunità attive tramite internet che promuovono la cultura del dono o dello scambio di oggetti, quali Free-Cycle e SwapShop. La prima è una comunità operativa a livello internazionale e viene gestita a livello locale dai vari gruppi di interesse. La modalità di partecipazione prevede una richiesta di iscrizione tramite email e la visualizzazione delle donazioni ('offro') o delle richieste ('cerco'). Sono qui vietati baratto, scambio o vendita. Ai fini della ricerca sono state contattate le comunità sia di Lancaster (denominata Freegle¹) che di Milano².

\ 1 <http://groups.yahoo.com/group/Lancaster-Morecambe-Freegle/>

\ 2 http://it.groups.yahoo.com/group/milano_fn/

SwapShop è una comunità per lo scambio che opera a livello locale nell'area di Lancaster e nella contea del Lancashire. La modalità di accesso prevede la richiesta di partecipazione ad un indirizzo email specifico, riservato e non divulgato sul web, ma acquisibile per contatto diretto con altri membri della comunità. Qui sono consentite forme alternative al dono, purché appaiano vantaggiose e senza fini commerciali.

A Lancaster, il contatto con le sopraccitate comunità ha richiesto un tempo di analisi della richiesta dell'intervista da parte del moderatore considerato il fine estraneo agli obiettivi delle comunità stessa. In entrambi i casi, la richiesta di inoltro della email di reclutamento ai membri è stata gentilmente accettata dai moderatori, con l'apporto di alcune modeste correzioni di lingua e forma. Tale contatto è risultato molto vantaggioso e ha restituito un alto livello di risposta a Lancaster, costituendo la fonte principale di reclutamento (6 intervistati su 9).

Nell'area di Milano, la divulgazione della richiesta di inoltro della email per il reclutamento ai membri della comunità è avvenuta in modo immediato. Inaspettatamente, nonostante la dimensione metropolitana della città rispetto alla piccola località inglese, le risposte dai membri sono state praticamente nulle³.

Difatti, seppur la comunità Freegle attiva a Lancaster (e l'associata cittadina limitrofa Morecambe) sia nata alcuni mesi dopo rispetto a quella corrispettiva di Milano, i membri inglesi sono circa il doppio, con 3181 iscritti rispetto ai 1645 della metropoli italiana⁴.

\ 3 Se si esclude la disponibilità offerta da un membro che realizzava palline di Natale.

\ 4 Dati verificati il 22 Agosto 2012, ma lo storico dei messaggi dei membri delle rispettive comunità testimonia la considerevole discrepanza di partecipazione al gruppo sin dai primi mesi di avvio delle comunità. La comunità di Milano ha raggiunto un picco di 109 messaggi ad Ottobre 2011 (con grande divario rispetto alla media dei messaggi in altri mesi), mentre la comunità di Lancaster ha sempre superato i 300 messaggi da Ottobre 2006, presentando 475 messaggi ad Ottobre 2011, e raggiungendo il picco di 921 messaggi nell'Agosto 2009. Questo dato potrebbe costituire fonte di ulteriori interessanti indagini inerenti alle pratiche del dono e dello

Conoscenza diretta dell'intervistatore

Nel secondo metodo di reclutamento, l'intervistato è un contatto dell'intervistatore che è venuto a conoscenza dell'interesse verso questa pratica sia durante che precedentemente all'avvio della ricerca. Questo metodo ha costituito la fonte di reclutamento principale nel contesto di Milano (4 intervistati su 6). Seppur il rapporto con l'intervistato generalmente fosse di amicizia, la tipologia di approccio all'intervista è stata mantenuta pressoché inalterata rispetto agli altri intervistati. Difatti, come precedentemente riportato, la conoscenza diretta non risulta essere un elemento limitato, come plausibilmente ci si potrebbe attendere.

Conoscenza diretta di altri intervistati (snowball)

Il terzo metodo di reclutamento prevede l'indicazione di nominativi da terze persone o direttamente da altri intervistati, e in questo caso prende il nome di tecnica 'snowball', cioè 'a palla di neve'. In alcuni casi, difatti, gli intervistati hanno fatto riferimento a persone a loro vicine (tipicamente il partner) che praticano il recupero, generalmente sottolineando gli elementi che distinguono le due persone nella stessa pratica.

Il contatto indicato dagli intervistati è stato in seguito valutato dall'intervistatore, reclutando coloro che hanno assecondato i parametri per essere reclutati, di seguito riportati.

Conferma di partecipazione all'intervista

Le disponibilità ricevute dai membri delle comunità o dai contatti diretti sono state verificate affinché i potenziali candidati presentassero alcuni criteri fondamentali, quali:

- essere attivo nella pratica del recupero di materiali ed artefatti;
- praticare il recupero in ambito domestico (ad esempio, è sta-

to escluso un candidato che pratica il recupero per attività agricola), tipicamente arredamento ed oggettistica, ma ad esclusione di oggetti elettrici ed elettronici (coerentemente con gli obiettivi della ricerca);

- operare nei confini locali del luogo dell'intervista (aree di Milano, Lancaster e rispettivi hinterland);
- prestarsi all'intervista in modo volontario (ovvero non retribuito).

Il numero di candidati disponibili considerati adeguati allo scopo dell'intervista secondo i sopracitati parametri è stato di un totale di 15 praticanti, nello specifico 9 dall'area di Lancaster (a cui si è poi aggiunto il coniuge di una praticante in un'intervista congiunta) e 6 da Milano, pressoché omogeneamente rappresentati per sesso (7 donne, 8 uomini) (vedi tabella 06.19). I praticanti provengono da diverse fasce d'età: 4 praticanti sotto i 40 anni (i più giovani a Milano, con 31 anni), 8 tra i 41 e i 50 anni, e infine 3 oltre i 51 anni (raggiungendo gli 82 anni di Mr Moonshine).

Confermata la disponibilità ad essere intervistati, i candidati hanno ricevuto in anteprima il modulo per il Consenso Informato sugli scopi della ricerca, le modalità di esecuzioni dell'intervista e il trattamento dei dati personali, al fine di offrire al candidato la possibilità di conoscere ed eventualmente discutere dei dettagli, soprattutto sugli aspetti più delicati e potenzialmente invasivi della privacy o del comfort della persona da intervistare (vedi allegato).






Congiuntamente all'invio del Consenso Informato, è stata generalmente concordata la data e il luogo dell'intervista. I candidati hanno generalmente dimostrato disponibilità per essere intervistati anche a breve termine, tipicamente in settimana, o comunque entro due settimane dalla conferma.

Il luogo dell'intervista è coinciso con la casa degli intervistati, assecondando l'invito a scegliere preferibilmente il luogo principale di conduzione della pratica, oltre che il plausibile comfort percepito dal candidato a rimanere nel proprio contesto di azione. In

scambio che però eludono gli obiettivi di questa specifica ricerca e che pertanto non verranno argomentati.

un solo caso, il candidato ha preferito essere intervistato in un bar nelle vicinanze di casa propria, nell'hinterland di Milano, ma non sono state chieste le motivazioni per questa preferenza per non indurre una possibile condizione di disagio nell'intervistato.

tabella 06.19 Numero di intervistati reclutati nelle 2 città di riferimento, secondo i 3 metodi di reclutamento, raggruppati per sesso di appartenenza.

	Milano	Lancaster
Contatto con comunità in internet		
Conoscenza diretta dell'intervistatore		
Conoscenza diretta di altri intervistati (snowball)		

06 2 Schema e caratteri dell'intervista

L'intervista è stata programmata in modo flessibile al fine di consentire l'emergere di informazioni e dichiarazioni in modo spontaneo da parte dell'intervistato, messo a proprio agio da iniziali considerazioni e domande a carattere generico ed evitando di conseguenza lo stile del questionario.

Il ruolo previsto per l'intervistatore è inteso a guidare la conversazione, introducendo di volta in volta gli elementi da indagare.

« *It is best to think of ethnographic interviews as a series of friendly conversations into which the researcher slowly introduces new elements to assist informants to respond as informants* » (Spradley, 1979).

L'intervista ha seguito uno schema e delle caratteristiche condizionate con tutti i candidati, come delineato da Spradley (1979) e di seguito brevemente riportato.

Greetings

L'incontro è avviato necessariamente con saluti reciproci e convenevoli. Generalmente gli intervistati hanno condotto l'intervistatore in un ambiente comodo della casa, quali la cucina o il salotto, dove veniva offerto un tè o qualcos'altro da bere.

Giving ethnographic explanations

A seguito dei convenevoli, l'intervistatore chiede al potenziale candidato se ha avuto modo di leggere il modulo per il Consenso Informato e di porre eventuali domande sugli aspetti non chiari.

Pressoché tutti gli intervistati hanno dichiarato di aver sfogliato o letto il modulo, ma nessuna domanda è stata mai posta.

Giving project explanations

L'intervistatore ripete anche brevemente gli scopi del progetto di ricerca, ripercorrendo i contenuti del Consenso Informato. Al fine di favorire la spontaneità della risposta, l'intervistato non viene messo (per lo meno da subito) a conoscenza della matrice di sostenibilità alla base del progetto. In tal modo si auspicava l'abbattimento di eventuali obblighi morali che inducessero l'intervistato a dichiararsi sostenibile, operativo nelle pratiche di riciclo e riuso per motivazioni ambientali e simili.

Tale scelta comunque non inficia la correttezza del rapporto con l'intervistato considerato che lo scopo dell'intervista riguarda la conoscenza della pratica del DIY e dei suoi componenti.

Question, recording, and native language

A seguito delle delucidazioni sul progetto, all'intervistato viene offerta la possibilità di effettuare domande a chiarimento, che generalmente non sono si sono verificate.

In seguito viene richiesta la possibilità di registrare i contenuti dell'intervista, per uso personale come traccia da seguire per la trascrizione e analisi dei contenuti. Come riportato nel Consenso Informato, l'accesso alle registrazioni è riservato al solo intervistatore a tutelare la privacy dell'intervistato. Tutti gli intervistati hanno acconsentito alla registrazione, senza alcun ostacolo, domanda o remora, plausibilmente in relazione alla tipologia della pratica che tendenzialmente elude aspetti particolarmente intimi e riservati della persona. In assenza di ulteriori domande e richieste di chiarimenti da parte dell'intervistato, veniva richiesta l'approvazione e la comprensione dei contenuti del Consenso Informato stesso tramite l'apposizione di una firma da entrambi intervistato e intervistatore.

Prima di procedere con la registrazione viene chiesto all'intervistato di scegliere uno pseudonimo da usare in sostituzione del

nome proprio al fine di ulteriormente preservarne la riservatezza. Spesso gli intervistati hanno palesato noncuranza verso tale operazione, plausibilmente poiché la loro riservatezza non veniva ritenuta a rischio e pertanto in alcuni casi lo pseudonimo rassicurava al nome proprio dell'intervistato, o coincideva con l'animale domestico (curiosamente, i due casi in questione riguardano gatti e scelti da intervistati di sesso femminile), oppure è stato suggerito dall'intervistatore in caso di estremo disagio o indecisione da parte dell'intervistato. Gli intervistati hanno indicato uno pseudonimo di cui nella maggior parte dei casi è stata anche spontaneamente fornita una spiegazione della rispettiva origine. Gli pseudonimi scelti nell'area di Milano sono stati Duchi, Placidia, Possum, Tara, Tony, e Tommy. Gli pseudonimi degli Inglesi sono stati Badger, Bob, Chipping Norton, Fred&Doris, Jez, Kobie Sticklebricks (abbreviato Kobie), Marian, Mr Moonshine e Mr Shrimp. Infine, nell'area di Lancaster, è stata generalmente posta un'amichevole richiesta di pazienza per le eventuali difficoltà di comprensione delle domande o richiesta di ripetizione di quanto appena proferito, dovuta a una limitata padronanza della lingua inglese da parte dell'intervistatore straniero, generalmente seguita da un gentile sorriso di consenso e apprezzamento del livello di padronanza fino ad allora dimostrata.

Interview, asking ethnographic questions

L'intervista ha operativamente inizio con la richiesta di raccontare il caso più significativo per l'intervistato di recupero di un artefatto che assecondi i parametri precedentemente esplicitati (domestico e non elettrico/elettronico). A seguito di un'eventuale breve riflessione, l'intervistato ha generalmente citato, indicato o mostrato l'artefatto sovvenuto o un piccolo gruppo di essi chiedendo conferma dell'adeguatezza della scelta per gli scopi della ricerca. Una volta confermata, l'intervistato procede con la descrizione del contesto che ha dato luogo al recupero dell'oggetto in questione, quali un aneddoto o lo stile di vita. La fase iniziale di racconto da parte dell'intervistato viene volontariamente asse-

condata e lasciata pressoché ininterrotta proprio per favorire la libera espressione dell'intervistato, e di conseguenza il rapporto di fiducia verso l'intervistatore.

A stato avanzato o in conclusione del racconto, alcune domande vengono poste al fine di guidare l'identificazione delle componenti della pratica. La tipologia di domande poste è di tipo descrittivo, strutturale o di contrasto (come in Spradley, 1979). Le domande descrittive ambiscono, come nella richiesta iniziale, a descrivere appunto i caratteri salienti della pratica. Le domande strutturali, che sopraggiungono poco dopo, mirano a dare corpo e dettagliare i contenuti esplicitati dall'intervistato secondo quelli che vengono definiti in gergo 'domini' e 'unità basilari' della conoscenza dell'intervistato. Infine, le domande di contrasto, tipiche dell'ultima parte dell'intervista, mirano a confermare le interpretazioni dei contenuti, ricorrendo alle differenze.

Asymmetrical turn talking, expressing interest, expressing cultural ignorance

Considerato l'obiettivo della ricerca e visto il ruolo di esperto dell'intervistato, il dialogo procede con la predominanza dell'intervistato stesso nel dialogo, mentre l'intervistatore si limita a porre domande e brevi riflessioni. In tal modo è agevolata l'espressione dell'intervistato da un lato e dall'altro sono ottimizzati i tempi dell'intervista. Analogamente, al fine di mantenere elevato il tono del racconto, l'intervistatore esprime manifestazioni sia di interesse ("Questo è davvero interessante!") che di ignoranza sul tema trattato ("Davvero? Non sapevo"), proprio a fomentare la volontà di espressione dell'intervistato.

Repeating, restating informant's terms, incorporating informant's terms

Durante la narrazione e il dialogo, l'intervistatore ripete o usa alcuni termini specifici riportati dall'intervistato col fine di confermarne la correttezza prima, verificarne l'appropriatezza in diversi contesti e consolidare l'interesse espresso dall'intervistatore

verso il contributo dell'intervistato.

Nel caso delle interviste effettuate, la ripetizione di termini ha riguardato prevalentemente nomi di utensili, tecniche, e modi di dire, soprattutto nel contesto inglese, come 'lathing' (la tornitura) con Mr Moonshine, oppure 'hotchpotch' (guazzabuglio, miscuglio) con Fred&Doris a citarne un paio.

Creating hypothetical situations

A completamento delle informazioni proferite dall'intervistato, generalmente in conclusione dell'intervista, l'intervistatore pone possibili contesti in cui viene chiesto al praticante come opererebbe o cosa sceglierebbe. L'obiettivo di tali domande è sia la conferma di alcune interpretazioni sia la raccolta di feedback sui possibili scenari che con questa ricerca si ambisce a proporre. Nello specifico, la situazione ipotetica ricorrentemente sottoposta all'intervistato è stata la possibilità di fruire di un laboratorio in città allestito allo scopo della pratica in questione. All'intervistato è stato chiesto di volta in volta l'indice di gradimento di questa possibilità o le caratteristiche di suo interesse qualora usufruisse del servizio.

Asking friendly questions, taking leave.

Raggiunto un tono confidenziale con l'intervistato, l'intervista può includere considerazioni e domande inerenti ad aspetti personali e ideologici. Generalmente, nel caso delle interviste sulla pratica del recupero sono stati gli stessi intervistati che hanno espresso riflessioni e aneddoti privati ad arricchimento del racconto della pratica. Viceversa, in conclusione dell'intervista, gli intervistati hanno spesso posto domande all'intervistatore su specifici aspetti della ricerca o anche sulla vita personale, confermando il rapporto empatico creato durante l'intervista.

Conclusa la sessione d'intervista, l'intervistatore chiede se l'intervistato voglia aggiungere altre considerazioni e lo invita a contattarlo per qualunque evenienza futura. Nessuna considerazione è stata raccolta a proposito, seppur gli intervistati abbiano palesato

interesse verso la ricerca e disponibilità a fornire ulteriori dettagli se necessario.

Terminata la registrazione, viene chiesto il permesso (sempre ricevuto) di fotografare gli oggetti, i suoi dettagli e anche il praticante in quanto soggetti dell'intervista. Appena dopo, i ringraziamenti verso l'intervistato e saluti reciproci chiudono l'incontro e l'intervistatore lascia il luogo.

Cari utenti di Free-cycle,
Sono un dottorato presso il Politecnico di Milano. Sto conducendo una ricerca sul Fai-da-te con l'obiettivo di comprendere come questa pratica viene condotta e il livello di soddisfacimento dei suoi praticanti.

In qualità di membro della comunità di Free-cycle, ritengo che molti di noi potrebbero praticare il Fai-da-te, tipicamente per aggiustare, restaurare, personalizzare, ... gli oggetti donati e acquistati. A tal riguardo, desidererei chiedere la vostra collaborazione attraverso una breve intervista. Tutti i praticanti del Fai-da-te sono i benvenuti, sia chi è alle prime armi che i veterani.

L'obiettivo dell'intervista è ascoltare direttamente da voi la storia di una o più recenti esperienze di Fai-da-te, soprattutto nell'ambito domestico e dell'arredamento. Concretamente, si tratta di una chiacchierata informale sull'oggetto e la modalità con cui avete interagito con esso.

Considerato il focus della ricerca, considererò in particolare i casi di Fai-da-te su oggetti ed elementi d'arredo (escludendo parti elettriche ed elettroniche) usati, rotti, recuperati, ... ovvero riusati o destinati alla discarica.

Sulla base di quanto finora avvenuto con un attivo e cordiale gruppo inglese di Free-cycle, è plausibile che l'intervista duri circa un'ora, raggiungendovi pressoché dovunque e quando preferite a Milano e dintorni. Farò in possibile per assecondare in toto le vostre richieste e resto a disposizione per prolungare/accorciare l'intervista, raggiungervi presto la mattina, tardi la sera, nelle ore d'ufficio, nel fine-settimana...

Vi sarò immensamente grato se vogliate contribuire alla ricerca e resto a disposizione per qualunque dubbio e chiarimento.

Giuseppe Salvia

Dear Freegle users,

I am an Italian PhD student here in Lancaster. I am carrying on a study on the practice of Do-It-Yourself, aiming at better understanding what people do in DIY activities and how they feel during and after the accomplishment of the task.

As a member of Freegle, I think that many of us could practice DIY, likely even to fix, restore, personalize... given objects. To the purpose I would kindly ask for your collaboration and I would be really glad if someone could help me and the research just by being interviewed. All DIYers are welcome, either laypeople or enthusiastic.

The objective of the interview is listening from you about one (or a couple if you like) of your recent DIY experiences, especially in domestic and furniture field. It means a general description about the object and the process, and your perception while doing that.

I will take in consideration especially the cases of DIY on second-hand, old, discarded, broken... pieces of furniture (almost anything is at home, excluding electric/electronic parts), a very interesting category for DIY.

The interview is supposed to last 30 minutes to 1 hour, whenever and wherever you prefer. I'll do my best to fit your necessities, making it last shorter/longer, in early/late hours, getting at your house/office.

I hope that you could address your consolidated helpfulness even to this kind of requests, I will be very grateful.

Do not hesitate to ask for further details, any kind of questions is welcomed.

Giuseppe Salvia

figura 06.22 (in alto) Lettera per richiesta di disponibilità a essere intervistati per il reclutamento via comunità in internet, in Italiano e in Inglese.

figura 06.23 (pagina in basso) Modello per consenso informato fornito agli intervistati.

06 3 Metodo di Analisi

Alla fase empirica di esecuzione dell'intervista, segue l'analisi di quanto ricavato.

L'output considerato proficuo allo scopo è di molteplice natura. Difatti, al di fuori del valore delle parole proferite, anche elementi tangibili e comportamenti vengono considerati come possibili fonti di ulteriori informazioni.

« *In doing field work, ethnographers make cultural inferences from three sources: (1) from what people say; (2) from the way people act; and (3) from the artifacts people use* » (Spradley, 1979).

Le impressioni ricevute e i contenuti dell'intervista sono stati trascritti secondo un duplice metodo. Durante l'intervista difatti l'intervistatore prende nota di alcuni termini, locuzioni, impressioni, atteggiamenti ritenuti significativi in quanto inattesi, sconosciuti o da approfondire, tale per cui generalmente ulteriori domande a proposte vengono poste agli intervistati. Il report informale risultante viene definito 'Condensed Account'.

Conclusa l'intervista, nell'arco di alcuni giorni o poche ore segue la trascrizione dettagliata dell'intervista a partire dalla registrazione e confrontando gli appunti del Condensed Account. Il report risultante prende il nome di 'Expanded Account', in questo caso quasi assimilabile alla pedissequa trascrizione di un 'Transcript'. Difatti, le registrazioni vengono riascoltate attentamente al fine di identificare anche i più minuti o apparentemente superficiali aspetti della pratica, considerato che

« *[i]n qualitative interviews you listen so as to hear the meaning of what is being said. You develop skills to listen carefully, sentence by sentence, and word by word. Qualitative interviewing requires listening carefully enough to hear the meanings, interpretations, and understandings that give shape to the worlds of the interviewees* ».

A partire dall'analisi degli Expanded Account, sono stati identificati gli elementi ricorrenti fra i vari intervistati, raggruppati in macro categorie definite 'Domains', o 'domini'. Con il termine domini si intende:

« *[a]ny symbolic category that includes other categories is a domain. All the members of a domain shares at least one feature of meaning* » (Spradley, 1979).

Come si leggerà di seguito, i domini qui identificati riguardano le componenti della pratica, ovvero Materials, Skills e Meaning. Ciascun dominio a sua volta contiene i cosiddetti Cover Terms, ovvero

« *names for a category of cultural knowledge (e.g. tree or bucket). [...] all the domains have two or more included terms [that is other terms belonging to the same cover term, like several tree essences to indicate trees in general]* » (Spradley, 1979).

Cover Terms sono particolarmente evidenti nel dominio dei Materials (vedi paragrafo 06 6).

06 4 I 4 livelli di creatività

Dall'analisi delle interviste dei praticanti, emergono considerazioni potenzialmente interessanti per lo scopo della ricerca del coinvolgimento delle persone nel processo creativo, focalizzando gli aspetti motivazionali per la creazione e trasformazione dell'artefatto. A tal riguardo, risulta vantaggioso e soprattutto coerente il ricorso alle categorie che Sanders (2006) per caratterizzare gruppi di praticanti sulla base di gradi e tipologie di creatività⁵, e sono Doers, Adapters, Makers e Creators (vedi tabella 06.20)

tabella 06.20 Livelli e tipologie di creatività delle persone. Riadattato da Sanders (2008)

Livello	Tipo	Motivato da
1	Doers	Produttività
2	Adapters	Appropriazione
3	Makers	Affermazione delle propria abilità
4	Creators	Ispirazione

\ 5 Categories are functional to highlight phenomena and pattern, yet slight differences exist among them. Interviewees could be counted in different categories at the same time according to the object they described or because some features were stressed; in those cases, the main approach to DIY has been considered, while just a higher level of interest or expertise is to be considered as a specific feature

Doers

La motivazione che motiva coloro che appartengono al primo livello di creatività, Doers, è

« *to accomplish something through productive activity. [...] Doing requires a minimal amount of interest. The skill requirements are low as well* ».

Dalle interviste dei praticanti quali Badger e Fred&Doris, emerge che il principale interesse nella conduzione della pratica della rifunzionalizzazione e del riuso è prettamente legato a ragioni di tipo economico e improntate al risparmio, o alla praticità di soluzione di una problematica domestica come per Tommy. Difatti, i primi due hanno fatto riferimento al detto popolare secondo cui “Necessity is mother of invention” (“La necessità è la madre delle invenzioni”) e hanno descritto il loro stile di vita sottolineando la tendenza al risparmio e alla durabilità degli oggetti.

Il fattore legato alla necessità è affiancato dalla piacevolezza provata durante le azioni per la cura dei propri averi (Fred&Doris “we look after our objects”), o perfino ricercando usi alternativi (Fred&Doris “I like find new purposes”). La riparazione di componenti rotte o la ricerca di nuovi contesti d’uso risulta essere una delle principali attività per questa categoria di praticanti; nonostante appiano come attività di particolare interesse (come anche supportato dalla letteratura sul Non-Intentional-Design), il livello di competenze richieste appare relativamente basso rispetto agli altri livelli di creatività. Quest’ultima considerazione risulta condivisibile anche per Tommy, collocato fra i Doers per questioni principalmente pratiche, e che ha dichiarato le sue limitate abilità manuali, seppur rappresentino la parte che predilige della pratica. Anche il livello motivazionale può essere assunto come relativamente basso se si tiene conto del tempo dedicato alla rielaborazione degli oggetti in questione. In questo livello, la pratica coincide pressappoco con il processo di rifinitura dei pezzi al fine di essere o apparire adeguatamente risistemati, ‘fatti bene’, o con la



figura 06.24 Esempio di creazione di un praticante classificato come Doer. In questo caso, tavolini e sgabelli di Fred&Doris, tutti recuperati e/o riparati.

messa in opera. L'idea intrinseca dell'oggetto viene mantenuta e l'attenzione si focalizza sul processo di affinamento del risultato; il controllo sul risultato viene agevolmente raggiunto poiché ridotta è la necessità di impegno richiesto per l'attività di recupero prefissata. Pertanto, ne deriva che l'azione di pianificazione non viene considerata come particolarmente importante, a vantaggio del valore attribuito alla piacevolezza per i primi due praticanti.

Adapters

La motivazione fondamentale per il secondo livello di creatività, Adapters, è

« *to make something one's own by changing it in some way. People might do this to personalize an object so that it better fits their personality. Or they might adapt a product so that it better fits their functional needs. [...] Adapting requires more interest and a higher skill level than doing. It takes some confidence to go "outside of the box."* »

La necessità di personalizzare e rendere qualcosa come 'proprio' è stata enfatizzata da praticanti come gli Italiani Possum, Tara e Tony, e gli Inglesi Kobie e Jaz. I praticanti sono qui caratterizzati dal crescente interesse rispetto ai Doers e risultano attivi in particolare al fine di adeguamento funzionale di elementi domestici. Nel caso dei due Inglesi, la pratica si radica nella possibilità o comunque nell'evenienza plausibile di cambiar casa. Pertanto, questi hanno dichiarato di creare oggetti che possono essere spostati ('free-standing'), riusati (come il sistema di scaffalatura), o riadattati (come le pedate in legno trasformate in mensole). La pratica del DIY è qui considerata come una modalità di espressione della propria individualità non solo in termini di necessità ma anche di personalità ('I like then to make them unique, mine') e in generale come parte del proprio stile di vita. Ciò porta a dedicare un maggior livello di interesse e fatica rispetto al livello precedente dei Doers, seppur ancora confinato entro i limiti dell'essere

‘ossessivo’ nella pratica del DIY, come entrambi gli Inglesi hanno puntualizzato. Da questo punto di vista, il processo progettuale mira alla realizzazione di un oggetto che seppur funzionale e gradevole, sia limitato nella sua fase pianificatoria all’idea principale, prediligendo la possibilità di decidere contestualmente alle operazioni da eseguire e cambiare idea durante il processo creativo. Gli oggetti mostrati dagli Adapters testimoniano il principale interesse rivolto al riadattamento e alla combinazione progressiva di componenti, risolvendone le problematiche risultanti un passo per volta, secondo un approccio tipicamente Trial&Error. Difatti, tali praticanti hanno mostrato particolare fiducia in sé e sicurezza delle proprie capacità, siano esse manuali (soprattutto negli Italiani) siano esse di interpretazione del potenziale degli oggetti trovati (soprattutto negli Inglesi). Gli artefatti vengono da loro considerati come temporaneamente conclusi, prima del prossimo cambiamento.

Makers

La motivazione nel terzo dei livelli di creatività, Makers, è:

« *to use one's hands and mind to make or build something that did not exist before [e similmente al livello precedente, qui] There is usually some kind of guidance involved, e.g., a pattern, a recipe, or notes that describe what types of materials to use and how to put them together. Making requires a genuine interest in the domain as well as experience.* »

Coerentemente, i praticanti Duchi, Mr Moonshine, Chipping Norton e Marian hanno palesato una tendenza a creare o restaurare i propri oggetti seguendo un preciso schema mentale («Anything start from here» indicando la testa diceva Mr Moonshine), empirico (tipico di Marian) o metodico (come per Duchi e Chipping Norton «I took a mental note about how to put the pieces back together. I looked them carefully, and laying them in order otherwise I wont be able to put them back properly. I made that really



figura 06.25 Esempio di creazione di un praticante classificato come Adapter. In questo caso, una piccola credenza di Jez, realizzata a partire da vari materiali e oggetti di recupero.



figura 06.26 Esempio di creazione di un praticante classificato come Maker. In questo caso, una poltroncina di Mr Moonshine, realizzata a partire dalla struttura di un letto abbandonata.

methodically»).

La tendenza a seguire un piano predefinito è resa anche dalla modalità di espressione e racconto di Mr Moonshine e Marian, come se le tecniche e l'approccio da loro descritto rientrassero nei canoni della convenzionalità, della normalità condivisa, ad esempio per la modalità di costruzione di una poltrona come idea mentale da seguire passo passo. In questo livello di creatività la pianificazione viene considerata utile per garantire o guidare verso un lavoro ben eseguito, ovvero per un risultato apprezzabile in termini sia di funzionalità che di gradevolezza estetica. Gli intervistati si sono mostrati decisamente motivati nelle loro attività.

Creators

La motivazione nell'ultimo dei livelli di creatività, Creators, è

« *to express oneself or to innovate. Truly creative efforts are fueled by passion and guided by a high level of experience. Creating relies on the use of raw materials and the absence of a predetermined pattern*»

In questo livello, l'Italiana Placidia, e gli Inglesi Mr Shrimp e Bob hanno mostrato una forte motivazione, mirata ad esprimere il proprio pensiero e ad assecondare il proprio gusto, tendenzialmente fuori da quello imperante, apportando perfino degli elementi nuovi. Questi hanno mostrato la capacità di messa in discussione di schemi comuni di pensiero sugli artefatti verso soluzioni (generalmente estetiche) spesso ambiziose, soprattutto per gli Inglesi. Il principale fattore contraddistintivo di questo livello di creatività riguarda il valore attribuito alla fase di pianificazione in quanto il risultato è confinato nella mente e nel gusto del creatore, mentre margini per l'imprevedibilità del cambiamento riguardano generalmente le proprietà intrinsecamente ingestibili dell'aspetto dei materiali, quali la venatura, la ruvidità o l'artigianalità dell'operazione effettuata.

Obiettivi ambiziosi richiedono maggiore impegno soprattutto per

quanto riguarda la gestione e il controllo dell'investimento economico; i praticanti hanno palesato un interesse verso il risparmio, spesso contestualmente alla volontà di spendere la somma minima che il progetto consente (con maggiore evidenza in Mr Shrimp).

tabella 06.21 Numero di intervistati reclutati nelle 2 città di riferimento, secondo i 3 metodi di reclutamento, raggruppati per sesso di appartenenza.

	Milano		Lancaster	
	<40	>60	<40	>60
Doers			♀	♀
Adapters	♀	♂	♀	♂
Makers	♀		♀	♂
Creators	♀		♂	♂



figura 06.27 Esempio di creazione di un praticante classificato come Creator. In questo caso, una cassettiera di Mr Shrimp, realizzata a partire da cassetti e maniglie di recupero.

06 5 Elementi ricorrenti e domini

I quattro gruppi sopra descritti condividono la volontà di recuperare un artefatto attraverso un'operazione di intervento personale su una scala di impegno apparentemente diversa fra loro, mantenendo la percezione di positività in termini di soddisfazione dal risultato finale. In altre parole, gli intervistati sono comunque appagati della trasformazione dell'oggetto seppur investano una diversa quantità di risorse. In riferimento ai fattori limitanti di noia ed ansia per un'attività piacevole, come teorizzata da Csikszentmihalyi, ciascun intervistato ha dato l'impressione di aver investito un livello di energie per ciascuno adeguato al godimento dell'esperienza di trasformazione, evitando di sconfinare nei territori dell'ossessività, come talvolta riportato.

Considerata pertanto la plausibile equità della risultante soddisfazione relativa ad aspettative e obiettivi del singolo praticante, da qui in poi verrà prediletto il riferimento a tali categorie di praticanti come gruppi piuttosto che come livelli, al fine di eludere l'associazione a crescenti livelli di validità. In tal modo si auspica una lettura oggettiva delle caratteristiche dei profili per ciascun gruppo.

Rinviando al capitolo su Design Thinking per l'analisi delle modalità di approccio adottato da ciascun gruppo, nelle prossime pagine segue la trattazione di elementi ricorrenti e/o caratterizzanti che sono stati denotati o desunti dall'analisi delle parole degli intervistati, secondo le componenti della pratica (come in):

- Materials,
- Skills,
- Meaning.

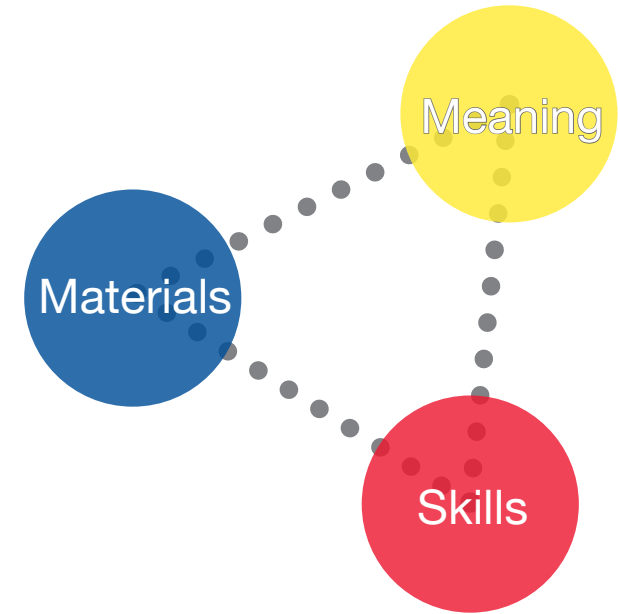


figura 06.28 Schema delle componenti della pratica, reciprocamente connesse. Riadattato da Shove (2006).

06 6 Materials

La componente di Materials nella pratica qui analizzata implica principalmente aspetti legati a:

- Funzione dell'oggetto
- Materie prime e loro caratteristiche
- Attrezzi usati
- Fonti di informazione
- Fornitori ed occasioni per la raccolta di materiali e oggetti
- Spazio per attività di magazzino e laboratorio.

Funzione dell'oggetto

Gli elementi descritti appartengono al contesto domestico, assecondando la richiesta dell'investigatore. Gli oggetti creati sono:

- cucine (ante e piani)
- stoviglie e mattarello
- supporto per apparati audio-visivi (TV, decoder, ...)
- contenitori (porta-scarpe, porta-riviste, porta-oggetti, armadietti, baule, armadi)
- copri-calorifero
- mensole e librerie
- sedie e sgabelli
- panche

- tavoli e tavolini
- letti
- cassettiere
- decorazioni
- pianoforte.

A questi si aggiungono altri oggetti brevemente citati dagli intervistati o al di fuori dal contesto domestico, quali:

- mezzi di locomozione (biciclette, scooter, automobili)
- lampade
- impianti domestici
- abbigliamento e corredo tessile
- insegne luminose.

In alcuni casi la funzione originaria dell'oggetto di partenza è stata alterata. Evenienze di rifunzionalizzazione sono state riportate in tutti i gruppi difatti, plausibilmente come conseguenza della convenienza e della piacevolezza che ne deriva dall'identificazione di usi alternativi (ad esempio, in Badger «I like the idea to re-use something that for someone could be redundant. But it was the task in the history»; Mr Shrimp «I like to interpret to different use»).

Fra i casi di rifunzionalizzazione, vi sono vassoi per torte e calendario su solido dodecaedro come elementi decorativi (da Tony), un faldone da ufficio in porta-riviste da bagno (da Tara), un carello da thè riusato come tavolo per la stampante e lo scanner, una maniglia metallica da porta avvitata nel pavimento come fermaporte, campionatura di tessuto per tappetini da bagno come giocattolo per imitare i campi erbosi e fiorati (da Badger), gradini di una scala reimpiegati per delle mensole (da Jez), pannelli di vetro di rivestimento di un tavolino dell'Ikea come pannello protettivo frontale in cucina (da Bob).

Materie prime e loro caratteristiche

Gli oggetti descritti dagli intervistati sono costituiti quasi esclusivamente da **legno**. I praticanti hanno citato, usato o riconosciuto svariate essenze di legno, quali acero, betulla, ciliegio, faggio, frassino, mogano, noce, pino, pino rigido, quercia, sicomoro, e perfino quelle esotiche - e casualmente tutte provenienti dall'Africa - come ebano, noce del Tanganika, legno della Tasmania, o robinia (quest'ultima citata da Bob per un aneddoto riguardante i suoi fumi letali se bruciata), a cui si aggiungono l'abete di Douglas e un generico 'legno tropicale'. Tali essenze sono spesso descritte in termini di qualità generiche (comune/raro, provenienza, economico/costoso), aspetto (colore, venatura, decoro, patina, nodi) e la robustezza (duro/tenero, facile/difficile da lavorare).

La conoscenza delle essenze è decisamente emersa fra gli intervistati Inglesi, mentre i praticanti Italiani hanno spesso esplicitato la loro scarsa abilità a proposito (Tommy «Legno di Ikea, non so che legno fosse, ma niente di pregiato»).

Talvolta sono citati e/o descritti oggetti in **altri materiali**. Gli oggetti in Il metallo è stato menzionato per:

- lo schienale in ferro decorato di una panchina in legno (Fred&Doris)
- la base in ferro di un tavolo da giardino (Badger)
- un'eventuale realizzazione di una componente per una singola cassettera ricorrendo a metallo generalmente inteso (Mr Shrimp)
- componenti secondari e involucri di insegne (Mr Shrimp)
- l'uso, o perfino il non uso (Bob) di giunzioni metalliche (ad esempio, chiodi, viti, supporti, maniglie, componenti di cassette, ...) nella maggior parte dei casi
- l'abilità di lavorazione in lavori generici di DIY per l'ambiente domestico (tipicamente idraulica ed escludendo la saldatura), al di fuori dell'arredamento.

Il riferimento a materiali **polimerici** o compositi riguarda:

- un faldone porta-riviste, di cui è stata discussa in fase di acquisto la durabilità a fianco a un termosifone, ma apprezzata la resistenza all'umidità nel contesto del bagno (Tara)
- vecchie maniglie di plastica genericamente intesa (Mr Shrimp)
- polistirolo per creare delle modanature e ingentilire un aradio (Placidia)
- calze di Nylon, dalle innumerevoli possibilità di riuso (Placidia)
- materiale composito, generalmente con colle e resine, tipicamente in aggiunta a legno e derivati (ad es. compensato, faesite, MDF, lamellare, multistrato, truciolare, formica)
- una panchina simile ad una metallica già in possesso di Fred&Doris (che la consideravano meno durevole)
- l'irreparabilità della plastica (Kobie).

Il **tessuto** viene citato poche volte per descrivere decorazioni (Placidia) tappezzerie (Marian, Fred&Doris) e in generale lavori di maglia e cucito finalizzati ad oggetti domestici (Badger) o a pratiche di riuso per l'abbigliamento e simili (Duchi).

Carta e cartone sono citati da Badger in riferimento a carta da parati, quasi esclusivamente prodotta da William Morris. Mentre si fa riferimento a materiali ceramici sono una volta per il piano in **marmo** di un tavolo da giardino (Badger).

Congiuntamente alle principali categorie di materiali, si fa spesso riferimento da tutti gli intervistati a prodotti per la preparazione e la finitura, come stucco, fissativo, primer, cementite, colore (acrilico e all'acqua), vernici, smalto, mordente, pigmenti, impregnante, cera (d'api) o stucchi. Altri materiali riguardano ad accessori, strumenti e materiale d'apporto, come colle, silicone, adesivi, carte abrasive, viti e fischer, ganci, macchinari.

Nei diversi gruppi è stato denotato un livello crescente di conoscenza e talvolta assimilabile a 'rispetto' per i materiali e le loro

caratteristiche. I Doers non hanno particolarmente sottolineato le proprietà dei materiali, limitando le proprie considerazioni alla loro natura (marmo, ferro, legno). Gradualmente è valorizzata la natura del legno (Tommy «è tutto in legno, perché è più facile da maneggiare»; Possum «A livello umorale, sì. **Il legno lo sento come una cosa più interessante**»; Chipping Norton «I really like wood»), come anche la sua lavorabilità in molteplici modi (Kobie: **“Wood is such a beautiful material, it is easy to be hundreds different things”**, Placidia «Il grosso [di quello che uso] è legno sicuramente, perché **il legno si presta ad un sacco di cose**»), perfino i nodi legnosi che andrebbero imitati (Jez), nonché le venature e i pattern (Chipping Norton), l'aspetto e la tendenza all'iscurimento (Bob: **“I respected the use of material choosing the whole length”**). Curiosamente, fra gli intervistati Italiani è stato il Doer Tommy a valorizzare al massimo la natura e vitalità del legno, riportando il dialogo avuto con il parchettista (Tommy «ho scoperto parlando con chi ha messo il parquet, che il legno è un materiale splendido, perché è vivo proprio. E sentire parlare del legno dal parchettista è una roba emozionante. Perché se è uno che lo fa da tempo, da generazione, sa dirti la venatura da dove viene, perché viene così. Poi ci sono le scuole di pensiero, come il parquet verniciato se respira o non respira, la manutenzione, insomma ci sono un sacco di parametri che sarebbe bello tenere in considerazione e che spesso praticamente è infattibile»). Di contro, la descrizione degli artefatti in metallo e della sua lavorabilità si connota generalmente di caratteristiche o percezioni negative (Possum «le trovo un po' fredde le case che hanno il metallo»;). Possum fa anche riferimento al possibile ruolo di attrattore di cariche attribuito al metallo («le cose di metallo non mi hanno appassionato tanto per una questione di essere come delle antenne, delle cose che ricevono anche in modo inappropriato delle onde di qualche tipo»). Si nota anche come fra gli intervistati Inglesi si riduca all'avanzare dei livelli di creatività anche l'evenienza di scarti, o in altre

parole viene ottimizzata la lavorazione per ridurre sfridi (necessariamente in relazione al numero degli intervistati).

Alcune caratteristiche materiche sono state specificatamente considerate come parametri per valutare la qualità di un artefatto, tipicamente il peso (Chipping Norton) e la solidità (Jez «The physical weight in your hand, the pond»), congiuntamente con l'aspetto (caldo, morbido, croccante, tattile, ...), o la sua *affordance* (graffiti, segni, iscurimento,...) e la possibilità di essere rimodellato (Marian «If there is a stain you can sand a bulk piece of wood»).

Attrezzi usati

Gli strumenti citati o descritti dagli intervistati sono generalmente relativi alla lavorazione del legno, coerentemente con la deduzione precedentemente riportata inerente al legno come pressoché unico materiale impiegato in questa pratica.

Gli intervistati hanno riportato un diverso approccio agli attrezzi. La differenza più evidente fra i 4 gruppi contraddistingue il gruppo dei Doers. Questi hanno fatto riferimento a un numero davvero esiguo di attrezzi e tendenzialmente a basso livello di abilità d'uso richiesta (Tommy «Non ho tutti gli attrezzi, non professionali»; «Forse la sega è la cosa più tecnica da falegname che ho usato»). Fred&Doris hanno anche rimarcato che non sono necessari particolari strumenti per restaurare gli oggetti che hanno descritto («you don't need many tools for that, just scratching and varnishing»). Per Tommy, il limitato uso di attrezzi complessi può derivare dal timore di l'errore e perfino per la propria salute («Trapanare ad esempio non lo so fare, perché sono terrorizzato di sbagliare e farmi malissimo»).

Viceversa, i praticanti degli altri gruppi hanno fatto riferimento a diversi attrezzi, siano essi manuali che elettrici, in principal modo per sagomare, tagliare e unire (succhiello, martello, cacciavite, chiave inglese, tornio, seghetto alternativo, sega circolare, trapano a colonna, l'attrezzo modellante di Marian) o per rifinire (carta abrasiva, levigatrice, materiale per dipingere, ...).

Gli attrezzi vengono progressivamente considerati come fondamentali per la realizzazione di un lavoro fatto bene e per concretizzare la propria idea; l'importanza degli strumenti può essere sintetizzata in una frase di Mr Shrimp secondo cui «Tools are extension of your limbs, like having or not your hands». Gli attrezzi generalmente sono di proprietà degli intervistati, accumulati durante il tempo, "pezzo per pezzo" (Chipping Norton), probabilmente perché «There are tools you know you need and there are tools that you still do not know you need» (Chipping Norton), e l'esigenza di attrezzi specializzati può emergere nel momento in cui è necessario interfacciarsi con un compito non previsto o mai affrontato prima.

Talvolta gli attrezzi sono stati o acquistati in negozi (anche per professionisti), o presi in prestito (tipicamente da parenti come per Marian, o da amici come per Bob), o trovati (come per Mr Shrimp in una casa abbandonata) o perfino creati dal praticante stesso (come per Mr Moonshine).

I praticanti che sono apparsi fra i maggiormente formati o abili nella pratica, hanno anche palesato l'attribuzione di valore ad attrezzi per il compimento di un compito specifico, per migliorare le proprie abilità (come per Mr Moonshine e il tornio 'invertito') o come parte di un approccio metodico (come per Mr Shrimp). Il loro legame empatico con gli attrezzi è evidente anche da alcune dichiarazioni sul rapporto con essi, per la sensazione provata quando li impugnano, soprattutto se professionali (come per Kobie e Mr Shrimp) fino al disagio (Bob, «because they are professional they look to be scary, but I could use them»), o per la scelta di possedere un utensile seppur ormai in disuso (come per la sega degli anni '40 di Mr Moonshine).

Gli attrezzi vengono considerati anche come portatori di significato per i praticanti, fino a identificare il ruolo del manutentore (Marian «I am the maintenance person»). L'importanza attribuita agli attrezzi è particolarmente evidente dalla scelta di Marian nel fornire un nome a ciascun utensile, che sembrasse coerente con

la sua funzione, come se avesse una personalità.

Gli attrezzi citati sono stati esclusivamente di tipo manuale ed elettronico, mai elettronico; nessuno degli intervistati ha fatto riferimento all'uso di software o computer per la propria pratica. Un loro paio ha citato i rispettivi partner poiché illustratori e al loro supporto con l'uso di software per il disegno vettoriale o foto-ritocco. In generale comunque, nessuno ha fatto riferimento agli aspetti qualitativi del loro approccio alla pratica con strumenti virtuali. La loro posizione nei confronti di tale tipologia di strumenti appare alquanto asettica, poiché se da un lato non è stata palesata alcuna volontà di incrementare il loro uso, dall'altro non è emerso il loro rifiuto. Soltanto Mr Shrimp ha fatto esplicito riferimento al potere de-abilitante della tecnologia in senso lato, connesso alla riparabilità («Technology is deskilling people, as apple mac made to not to be repaired. In the past, School taught many things and skills from metal to cooking to needling»).

Eventuali futuri studi potrebbero indagare l'approccio di tali praticanti alle piattaforme per la personalizzazione di massa, come descritte nel capitolo XXXXX, al fine di ampliare la definizione della pratica e comprendere possibili sviluppi di business models su tale fronte.

Fonti di informazione

Le fonti di informazione variano nei diversi gruppi e includono tipicamente riviste, libri, internet e contatti diretti. Gli intervistati in generale, ma soprattutto gli Adapters e i Doers, considerano il buon senso, plausibilmente sulla base di pregresse esperienze, come sufficienti per completare un compito (Fred&Doris «Asking? It's just common sense, it's a challenge»; Jez «I have been trying to train myself.»; «I am a generalist. I learnt all the sort of things that I can make and do. And there a movement of generalist people, arts and crafting, bodging»).

La ricerca di informazione è comunque considerata utile, soprattutto da praticanti metodici come Duchi («lo cercherei da qualche

parte, su un libro [...] Cercherei sì un consiglio o qualcosa da un esperto un insegnante piuttosto che da un libro in dipendenza da quello che mi serve»). Compiti particolarmente impegnativi in termini di necessaria conoscenza vengono delegati a persone con maggiori competenze (Badger per le attività di riparazione tecnica) o direttamente a professionisti (come per Tony per la creazione del mobile da bagno e Chipping Norton per accordare il pianoforte). Per quanto concerne i Creators, il rapporto con professionisti nel loro caso deriva da precedenti o attuali esperienze lavorative (Mr Shrimp ha avuto precedenti esperienze nel campo del restauro di mobile, mentre Bob lavora in un contesto dove le persone praticano e sperimentano con le arti).

Emersa la questione se la conoscenza può derivare dal dialogo con altre persone la risposta è stata generalmente positiva (Badger «The idea of putting the wall paper on the back came from a suggestion by a professional in a shop proposing her to put some fabric or paper on it and she thought it was good idea»), rafforzata da riferimenti talvolta a parenti ed amici come riferimento di supporto per la pratica (come Badger con il marito, o Tommy, Marian e Chipping Norton con il rispettivo padre). A tal proposito Tommy esalta le qualità della compagna («Lei è una fonte di sapere infinita per me. Lei con le mani è bravissima, lei fa tutto») o dell'amico elettricista («lui fa tutto, è in grado di fare tutto, avendo avuto un papà che faceva tutto»). Fra i Creators vengono annoverate proficue collaborazioni con altri professionisti o comunque persone abili. Placidia racconta della collaborazione con il marito e con un amico per un lavoro commissionato, seppur in genere predilige lavorare autonomamente («io sono molto assolutista, proprio perché mi piace avere il controllo della situazione probabilmente, per cui tendo a farle abbastanza individualmente le cose»). Bob ha sottolineato l'importanza dell'aver lavorato insieme al carpentiere suo amico («my friend had the experience of what works or not»; «He taught me the carpentry stuff I know»), senza il quale non avrebbe potuto realizzare quanto fatto; come egli stesso rico-

nosce, avrebbe potuto fare qualcosa di diverso ma non le cose realizzate perché l'amico era il depositario della conoscenza inerente ai materiali impiegati. Maggiori considerazioni sul rapporto con i professionisti sono riportate nella sezione Skills.

Alcuni degli intervistati hanno dichiarato di far ricorso a fonti web come YouTube (Fred&Doris e Kobie «if I can't find a solution, I check in Internet and asking and then I learn things»), o a tutorial e guide fornite dai negozi, tipicamente per il Fai Da Te (come nel caso di Bob per l'opera di messa in posa di piastrelle con il DVD offerto da B&Q).

Ad ogni modo, lo scambio di conoscenza sia essa su piattaforma digitale che per contatto diretto, risulta generalmente apprezzato; Mr Shrimp ha anche commentato come il processo sia mutato nel tempo, portando all'affermazione di un rinnovato DIY basato sulla collaborazione e la gratuità (Mr Shrimp «Protectiveness in the past about knowledge and people used to be paid by the time they used [...] Now the opposite is true, the wonderful world of youtube, watching at tutorials. The new DIY»).

Programmi televisivi sono stati citati un paio di volte dagli intervistati Inglesi seppur con motivazioni e intenti differenti. Jez ha dichiarato di guardare la TV per i canali e i programmi a proposito di antichità e le modalità per l'attribuzione di valore, così che egli «learnt about aesthetic, about quality». D'altro canto, Marian esclude la TV dalle sue fonti di informazione possibili in quanto i programmi a riguardo sono considerati pessimi («I see anything for getting information, except for TV, especially those decorating programs, they are awful»).

Libri e manuali sono stati scarsamente citati (nello specifico da Fred&Doris e Jez) – meno di quanto personalmente potessi aspettarmi, seppur alcuni degli intervistati ne possedessero delle copie, come Bob con il classico manuale Inglese per i lavori domestici, il Collins. Placidia e Mr Shrimp, entrambi Creators e attivi anche con la vendita delle proprie creazioni, hanno fatto riferimento a riviste per il design e l'arredo soprattutto per monitorare mode

e tendenze, senza però annoverarle fra le fonti di informazione. Fred&Doris possedevano un vecchio manuale per i lavori domestici, risalente agli anni '40 ed ereditato dal padre di Doris; visto il mancato uso, il libro è stato gentilmente donato all'investigatore («otherwise it is like a dog in a manger»).

Fornitori ed occasioni per la raccolta di materiali e oggetti

Le componenti di Materials (siano esse materie prime, parti o oggetti) sono state generalmente raccolte dagli intervistati attraverso diversi canali. A questi si aggiungono tipicamente contatti familiari, le società per la raccolta di ingombranti, il recupero diretto dai luoghi di smaltimento o attività commerciali.

I Materials sono stati generalmente:

- Recuperati, quando trovati in bidoni, cassoni, cortili, all'aria aperta, ... (Fred and Doris, Tara, Jez, Kobie, Placidia, Mr Shrimp), incluso il salvataggio dai cestini della spazzatura dei vicini di casa (Fred&Doris «Neighbours usually throw many thing away that I'd like to save»), la cui pratica viene colloquialmente descritta dalla locuzione inglese 'Stick of the dump';
- Donati, ereditati, regalati da parenti (come per Badger, Tara, Possum e Duchi), amici e conoscenti (come per Possum, Mr Moonshine, Placidia e Mr Shrimp), fornitori (come per Bob) o attraverso comunità per il riuso, quali Freecycle e Swapshop nell'area di Lancaster (soprattutto per degli intervistati Inglesi);
- Riscossi o comprati da aste (Chipping Norton), negozi temporanei, liquidazioni (Marian), mercatini dell'usato (Tommy e Placidia), 'boogie knights' (Fred&Doris), o rigattieri (Jez);
- Acquistati presso negozi permanenti, quali per l'usato (Tommy, Possum e Placidia) e l'antiquariato, ma soprattutto 'charity shops' (Badger, Fred&Doris, Mr Shrimp) o perfino piccoli

negozi sotto-casa (Tara) o grandi distributori (es. Ikea e Muji) per l'acquisto di componenti che implementano o completano oggetti esistenti (Tara, Possum);

- Recuperati su piattaforme di compravendita virtuali, come Ebay (Badger);
- Ricontrati su annunci in riviste locali e siti web (Badger, Fred&Doris);
- Forniti contattando professionisti o persone ritenute affidabili (Chipping Norton «I talked with a piano tuner and one day he rang me up about this piano»);
- Posseduti già, accumulati e immagazzinati nel tempo come dichiarato da intervistati da tutti e 4 i gruppi, e sintetizzabile nelle dichiarazioni di Possum «mi sono arrangiato con quello che avevo», e di Mr Shrimp «I've got a few of them, a stock waiting to be used».

Il riferimento ai negozi dell'usato è ricorrente fra gli intervistati, ma come esperito dal ricercatore e riportato da Tara sulla base della sue precedenti esperienze di vita quotidiana, i contesti di riferimento, Italiano e Inglese, sono diversi sia nella tipologia e fornitura del punto vendita sia nell'approccio dei rispettivi popoli (Tara «poi anche il fatto che in Inghilterra i negozi di Second-hand sono pieni di cose a costi molto contenuti e di ogni, per cui le idee, anche lì, vengono guardando gli oggetti materiali spesso. [...] Sì, lo faccio [anche qua a Milano], ma non ce ne sono tanti, non sono dello stesso tipo. Quando abbiamo fatto questa casa siamo andati tantissimo in negozi di mobili usati, veramente tanto»). Si rimanda pertanto ad altre o future ricerche per la valutazione dell'influenza del contesto culturale inerentemente a questa tipologia di fornitore.

Più in generale, la tipologia di fonti di approvvigionamento dei Materials lascia intuire l'importanza della pazienza, della perseveranza e dell'adattabilità dei praticanti nelle operazioni per la ricerca di ciò che è necessario per un uso pianificato, o viceversa

per identificarne un'applicazione (Badger «I bought it and I put it in my cellar» or «I don't like to throw things away, I like to find a use»). Difatti, la rifunzionalizzazione degli artefatti posseduti è stata specialmente annoverata per la relativa pazienza richiesta, nell'attesa di applicazione del potenziale riconosciuto nell'oggetto. Come riportato da Jez, «it takes me about 1 hour and half to structure, but the whole process took 20 years because I had it for 20 years before realising». La predilezione per l'attesa dell'ispirazione è emersa anche per artefatti realizzati con scarso apprezzamento da parte del praticante; in caso di insoddisfazione dal risultato o di errore Duchi e Placidia hanno ad esempio dichiarato di preferire lasciare l'oggetto da parte per ritrasformarlo in un secondo momento (Placidia «Se sono contenta bene se non sono contenta non lo metto neanche fuori da vedere. Lo tengo lì e prima o poi lo ritrasformerò»).

Plausibilmente alla luce degli sforzi connessi a operazioni che richiedono tempo e pazienza, alcuni intervistati hanno sollevato la distinzione fra la tendenza al recupero e l'evenienza dell'acquisto di oggetti nuovi di fabbrica. All'attività di recupero viene quindi generalmente attribuito un valore amplificato in termini di soddisfazione generata (come per Kobie «I love to recycle stuff, take something from bins...» o «It's more satisfying to combining things, wait and accumulate and let the table grow up. Rather than buying a table at the shop, every one can do that»; Jez «I could found chipboard at DIY shops that can be really annoying because it is horrible. So it's better to find them in skip»).

Per quanto concerne invece la fornitura di attrezzi e utensili, come precedentemente segnalato i canali sono differenti, considerato che per i gruppi dalla maggiore motivazione nella pratica viene dichiarata l'importanza della qualità del risultato finale. Si deduce che in questi gruppi spendere in utensili può essere una fonte di investimento, seppur venga mantenuta la pratica di raccolta di materiali e oggetti usati.

Spazio per attività di magazzino e laboratorio

Pressoché tutti gli intervistati hanno palesato una costante presenza di un luogo fisico predisposto a materiali ed oggetti da:

- immagazzinare;
- lavorare.

Luoghi per immagazzinare sono generalmente ambienti al chiuso (cantine e seminterrati per la maggiore, come per tutti gli Italiani e Jez, Marian, Bob, Mr Shrimp) o soluzioni all'aperto (quali casotti e magazzini all'esterno della casa, come per Badger, Fred&Doris, Kobie, Mr Moonshine e Mr Shrimp).

In alcuni casi, lo spazio dedito all'immagazzinamento è dedicato anche alla lavorazione, o altrimenti è il laboratorio a includere un'area per riporre temporaneamente o permanentemente oggetti recuperati come per Jez, Mr Moonshine, Bob e Mr Shrimp.

Soprattutto nel contesto Italiano, l'area di lavorazione spesso coincide con la casa o la camera a cui è destinato l'oggetto in lavorazione, come per Possum («non ho una stanza, faccio dove c'è spazio per farlo. Di solito per motivi di sporcizia, pulizia, cerco di farlo nella stanza stessa, così si limita il danno di sporcizia il più possibile») e Duchi («Non è stato un problema farlo in casa. Le altre cose le ho fatte sempre all'esterno, ma se stai attento. Forse l'odore delle vernice, ma l'ho fatto in primavera estate con le finestre aperte»). Possum ha anche riportato imbarazzo ad aver utilizzato spazi comuni quando ha effettuato operazioni di DIY nel corridoio delle cantine del palazzo in cui abita («È scorretto [...]. Non ho diritto di farlo»).

Gli intervistati hanno anche riportato dei comportamenti e approcci tipicamente individuali eppure interessanti per una dettagliata definizione della pratica. In particolare:

- il casotto all'esterno di casa è stato considerato lo spazio principale per la pratica di Fred (uomo) mentre Doris (donna) preferiva l'interno domestico;
- la cantina di Marian è talmente piena di oggetti immagazzi-

nati che pratica le attività di DIY nella sua camera da letto;

- il seminterrato di Jez è stato diviso in due ambienti separati, relativamente alle attività sue o della sua partner (un'artista che riusa materiali di scarto per attività creative con i bambini), che fungono sia da magazzino che da laboratorio.

Nel contesto Inglese, gli ambienti di immagazzinamento e di lavorazione sono stati generalmente definiti o appaiono come, usando le parole di Mr Shrimp, «dump, dusty and dirty», disordinati e solitamente privi di finestre. Nessuno degli intervistati ha mostrato un tono entusiasta per la descrizione di questi ambienti, seppur la maggior parte si è spontaneamente offerta di mostrarli, apparentemente quindi senza sorta di remora. Si potrebbe dedurre che i praticanti considerino come normale (e forse orgogliosamente necessaria) tale condizione dell'ambiente della pratica. La partner di Jez (che ha seguito parte dell'intervista) ha palesato un certo stupore nel vedere come il laboratorio fosse stato parzialmente riordinato prima dell'intervista, plausibilmente per gentilezza nei confronti dell'investigatore.

Mr Shrimp ha riportato e mostrato come lo stesso ambiente fosse utilizzato non solo come laboratorio ma anche come area per altri servizi domestici, ospitando un congelatore, una lavatrice e altre attrezzature per la sua famiglia. A tal riguardo ha replicato alla considerazione posta che per questa ragione l'ambiente non può essere considerato come il suo regno, la sua area personale («There is also a freezer and a washing machine, so other people come downstairs. So **it is not my domain**»). Per tal motivo generalmente preferisce il casotto – meno umido – posto all'esterno della casa ogni volta che la temperatura e i lavori da eseguire lo consentono («There is also a dryer shed in the garden but it is smaller»). Bob impiega la cantina anche per immagazzinare casse di vino che raccoglie solitamente durante le sue vacanze.

L'importanza dello spazio di immagazzinamento è stato sottolineato per la tendenza generale a tenere gli oggetti recuperati per il tempo necessario a identificare una loro applicazione.

Inerentemente al luogo di lavoro, infine, Tara non ha segnalato specifici ambienti che plausibilmente coincidono con il luogo di destinazione dell'artefatto o altre comuni camere della casa. Eppure esplicita il desiderio di un luogo opportunamente allestito pre lo svolgimento della pratica, dotato soprattutto degli attrezzi che le mancano («ho sempre sognato un laboratorio pieno di attrezzi. Molto belli sono per me gli attrezzi grandi perché ti consentono di fare cose grandi, in casa hai gli attrezzi per fare le cose piccole, mentre le grandi seghe, i grandi trapani, adesso i taglierini al laser sono meravigliosi»).

06 Skills 7

La componente Skills della pratica del DIY si costituisce di competenze e abilità che si sviluppano lungo il processo creativo, dalla definizione dell'idea alla sua realizzazione e critica. Le abilità risultano cruciali per l'efficacia e la motivazione a della pratica, in quanto plausibilmente «Se uno non è capace di far niente con le mani si adatta di più a quello che c'è» (Possum) di pronto sul mercato seppur non asseconi le proprie esigenze *in toto*.

Difatti, anche nella teoria del ProAm, Leadbeater e Miller riportano il ruolo dell'acquisizione delle competenze, poiché

« [a] *Pro-Am systematically pursues an amateur activity that is substantial enough for the participant to acquire knowledge and skills over a long period. A Pro-Am career is not to be undertaken lightly* » (Leadbeater e Miller, 2004).

Le capacità impiegate nelle attività degli intervistati sono generalmente connesse ad operazioni manuali, tipicamente per le lavorazioni di recupero del legno. In particolare sverniciare, abradere e smaltare sono operazioni praticate da tutti i gruppi, a cui si aggiungono tagliare, segare, forare, incerare, o anche piallare e tornire per i praticanti più esperti. Emergono inoltre riflessioni sulle capacità tipicamente progettuali di visualizzazione mentale

del risultato che si intende raggiungere, di valutazione della coerenza con il contesto di collocazione dell'artefatto, e di pianificazione delle operazioni da effettuare.

Gli intervistati hanno espresso la consapevolezza delle proprie competenze e abilità (Doris, «You have to know your limits») facendo riferimento alla difficoltà percepita nell'esecuzione di specifiche operazioni (come «easy task to re-web the stool, just measuring and putting panel-pins» per Fred&Doris, fino anche a «have I done the right thing, would I be able ...» per Chipping Norton). Tale consapevolezza è condivisa dai partecipanti di entrambe le nazionalità, e gli Italiani si connotano di toni franchi (Tommy con «almeno per me [che sono] assolutamente incapace di lavori manuali»; o Duchi con «Considerato che non l'avevo mai fatto ho scelto qualcosa di semplice non ho preso una peonia, facciamo un fiorellino semplice, come inizio. Non è che posso partire e fare un van Gogh, fare tutti i girasoli sul baule...»). Tale fenomeno assume una connotazione particolarmente positiva considerato che il riconoscimento delle proprie abilità e competenze costituisce uno dei fattori per predisporre la creazione di una esperienza di Flow. Praticanti nel gruppo degli Adapters hanno espresso considerazioni di confidenza nelle proprie abilità, come per Tony («Mi arrangio a fare un po' di tutto, mi passo un po' il tempo»), Kobie nell'affrontare situazioni anche apparentemente difficili («I think I can always cope with these kinds of problems [so that] I would try to have a go to fix something») o Jez, consapevole di possedere considerevoli doti di visualizzazione («I feel confident, I feel able to visualize in space and it's practice I kept out. I'm aware that I can do things that other people would feel intimidated by, they would not know the pieces to put together, how to do»⁶). Similmente la Maker Italiana Duchi ha palesato fiducia nelle pro-

\ 6 The consideration about common people scared by DIY tasks has been reported even at higher levels, by Mr Shrimp for example, mentioning an anecdote where a friend ask him to supervise, without any other active role. Motivations for a spread fear towards DIY can be also related to the fact the «DIY things can bring you in tension or pressure very quickly. So concept of safety and pressure».

prie abilità («'Io non ci potrei riuscire' non ci ho mai pensato») e nella qualità dei risultati raggiunti, ad eccezione di un caso isolato. Plausibilmente, qui e nel caso precedente degli Adapters, l'errore viene annoverato contestualmente al processo di evoluzione di un artefatto nel tempo e alla possibilità di imparare (Duchi «Eh, sbagli impari»).

Negli altri gruppi sono stati identificanti atteggiamenti differenti. La consapevolezza dei propri limiti ha portato Chipping Norton e Bob (inclusi nei gruppi dei Makers e Creators rispettivamente) a consultare e affiancare un professionista per compiti particolarmente tecnici o difficoltosi (come l'accordatore di pianoforte nel primo caso e il carpentiere nel secondo). In entrambi i casi, la consulenza e la collaborazione è stata considerata decisamente fruttifera per il conseguimento di un lavoro ben fatto, o come riportato da Bob, per un buon compromesso 'tedesco'. Similmente, la Creator Placidia ha sottolineato la limitatezza delle sue abilità sia nel disegno, tale per cui il marito viene coinvolto per tali operazioni («[mio marito] è molto bravo a disegnare [...] a me tutto questo manca. [...] Poi io invece l'ho dipinta perché io coi colori mi destreggio abbastanza bene») sia nel processo di ideazione considerata l'apprezzata qualità dei lavori di creativi pubblicati nelle riviste («Questi sono i creativi, io non creo un cacchio, io alla fine sistemo»; «Mi spiace che non mi vengano certe cose, però mi rendo anche conto che io non ho manualità per costruire e questo mi dispiace, così come non ne avrei per scolpire. Più che altro a riadattare, sì, assolutamente»). Risulta pertanto interessante questo trend identificato nei diversi gruppi, seppur nella limitatezza nel numero degli intervistati che impedisce ad ogni modo considerazioni di generalizzazione a maggiori livelli.

La tipologia di supporto si estende anche ad una più basilare richiesta di ausilio per operazioni prettamente pratiche, quali l'assemblaggio di componenti voluminose come riportato da Chipping Norton (dichiarando che assemblare la libreria «turned up to be difficult especially to be assembled. Assembling was quite a

nightmare especially on my own»). Badger, del gruppo dei Doers, ha dichiarato di farsi aiutare da altre persone per operazioni pratiche come da sua figlia per lavorazioni a maglia, ma soprattutto da suo figlio per l'operazione di lavorazione del piano in legno della macchina da cucire, da un amico per il recupero di un pezzo di cornice in legno per uno specchio, un incisore professionista per il piano in marmo.

Eppure un curioso fenomeno si manifesta nel gruppo dei Makers Inglesi, ovvero coloro che presentano livelli di interesse e generalmente anche di abilità maggiori. I praticanti in questo gruppo tendono a quasi sminuire le proprie abilità, citando esempi che li portano ad essere annoverati nella media dei praticanti. Ad esempio, Marian non considera se stessa come 'abile' ma «just quite good», seppur sia fiduciosa della sua manualità in compiti pratici («confident in such things [restoring, fixing,...], all sorts of thing. I am quite handy, practical»).

Il fenomeno potrebbe essere connesso all'importanza attribuita da tali praticanti alle abilità perfino ad un livello più ampio (Chipping Norton «I guess that skills are the most valuable things in the piano because they are the most significant things in people life. Especially considering the people around that can enjoy your skills, as the partner while I play»). È emblematico il caso di Mr Moonshine in quanto, seppur un professionista prima del suo attuale stato da pensionato, ha raccontato un aneddoto su un workshop di tecniche specifiche ('chair bodging') della lavorazione del legno di cui non era a conoscenza. In quell'occasione, il praticante ha percepito una sensazione di umiliazione visto che gli altri partecipanti al corso hanno mostrato maggiore dimestichezza con la tecnica seppur più giovani e plausibilmente meno esperti nel campo («I was very humbled, when I went to this course three weeks ago, because I thought "well, I have been making furniture throughout my life, so I have an advantage!"; but there were ten people there, much younger than me and some produced a better chair than I did»). L'esperienza del workshop ha rappresentato

per Mr Moonshine un'evenienza per constatare una diminuzione delle proprie abilità («I think I am losing some of my skills so I am not as fit as I used to be»), che comunque non sminuisce il suo personale desiderio di imparare tecniche e acquisire abilità; «I am very interested at going back to fundamentals, you know making from a tree appeals to me, it requires quite different skills to do this». Analogamente, Placidia sottolinea come la consapevolezza degli alti livelli raggiunti da designer professionisti (verso i quali prova stima e ammirazione) non la induce comunque a porre termine alla pratica («Non è che dico 'allora, no, non faccio più niente'. Non abbandono l'idea perché c'è qualcos'altro di molto più costruito, importante»).

La tematica dell'apprendimento e dell'auto-formazione è emersa anche in altri praticanti. Jez, ad esempio, ha riportato il suo impegno nell'attuazione e miglioramento delle abilità («So I trained myself to be better, understanding woodwork, the different parts of wood, recognize I am a generalist. I learnt all the sort of things that I can make and do»), in quanto acquisibili e implementabili, soprattutto nella logica che «skill is the avoidance of error, removing error»).

Sull'implementabilità della tecnica, Mr Shrimp ha riportato il suo impegno generale verso l'identificazione della tecnica più adeguata al risultato da ottenere e allo sforzo per il progressivo affinamento («At the beginning you make mistakes and use different techniques and then you realize what is better and refine the project»). Difatti, la tendenza al perfezionamento di una tecnica e delle proprie abilità è relativa alla qualità del risultato finale e alla sua apprezzabilità (Mr Moonshine «if you did not do the job right I would not think it was a very good chair»). L'esigenza del raggiungimento di qualità elevata del risultato è fortemente percepita nei due gruppi a maggiore motivazione, dove l'affiancamento di professionisti veniva valorizzato. Pertanto si potrebbe dedurre che il ricorso a competenze adeguate e la pratica delle proprie abilità siano considerati come potenziali catalizzatori del

processo di affinamento di sé e del risultato, nonché espressione della volontà di controllo del risultato stesso.

La volontà di agire in prima persona seppur le attese difficoltà ha talvolta comportato la constatazione di una riduzione delle fatiche effettivamente investite parte del praticante in relazione alla complessità prevista dal compito pianificato (Mr Shrimp: «hard task appear very challenging, but then it was not as difficult as you thought»). In particolare, Chipping Norton rimarca il sollievo provato nel constatare tale fenomeno durante il montaggio di numerosi pezzi di un pianoforte («When I saw all the complexity I realised that it wasn't as complicated as I thought, because all the hammer mechanism are all the same repeated all over the same. You can reduce the keys to one unit and then repeat them. So I realised how it works and the mysteries disappeared. And then you feel more confident, "yes, I can do that, I can cope with this, as long I do it in the right way" »).

La possibilità di miglioramento della tecnica si basa anche sulla trasferibilità delle abilità da campi diversi, che possono essere sommate fra di loro per compiti futuri (Jez).

Competenze di visualizzazione del potenziale

Le competenze manuali sono state spesso valorizzate congiuntamente alle abilità di visualizzazione del risultato finale o più in generale del risultato verso il quale un artefatto non ancora lavorato potrebbe tendere. Detto altrimenti, i praticanti di diversi gruppi interpretano alcune caratteristiche nei materiali e negli oggetti ritrovati che possano essere valorizzate e convogliate in un nuovo artefatto. Il potenziale in questione riguarda:

- l'intero artefatto, soprattutto nei casi di rifunzionalizzazione (come Fred&Doris che hanno intravisto nel 'committee table' un generico tavolo, o Mr Shrimp che ha intuito il valore funzionale del contenimento dei cassetti reinterpretandone la configurabilità);
- alcune componenti, come Badger che ha reinterpretato le

diversi parti della macchina da cucire, nella loro funzione di sostegno;

- il materiale costitutivo, evidente nei lavori di Mr Moonshine relativamente alle diverse essenze usate;
- la finitura superficiale, valorizzata dalla maggior parte dei praticanti, tipicamente in termini di venature o fiammature del legno (Possum «lo trovo un materiale piacevole da toccare. È opaco, è ruvido, senza essere sgradevole, ecco. A me non piacciono le cose lucide»).

L'abilità di intuizione del potenziale degli artefatti tende ad avvalorare la teoria dell'affordance di Gibson, in termini di:

- funzioni, tipicamente sostenere e contenere;
- lavorabilità, evidente per il legno con i suoi processi di abrasione, piallatura, tornitura, incisione, taglio, fra gli altri;
- valore estetico ('pleasantness to the eye'), connesso ad occasioni di accoppiamento di colori, finiture e decorazioni, congiuntamente a considerazioni relative a valore storico o semantico.

Una volta identificato il potenziale dei materiali e degli artefatti recuperati, generalmente la pratica procede con l'applicazione di operazioni per la rispettiva valorizzazione e nobilitazione.

Le operazioni a tal scopo implicano generalmente:

- la riduzione degli elementi;
- l'applicazione di decorazioni.

Il primo caso è finalizzato ad esaltare l'essenza tipicamente del materiale ed ricorrente per lavorazioni su legno o metalli, soprattutto se usurati o verniciati (Jez «I knew that if I strip it back it would like good»).

La seconda evenienza mira a ingentilire o caratterizzare elementi altrimenti privi di forza o inadeguati al contesto. (Duchi «Quando l'abbiamo portato di qua abbiamo detto che questo baule o gli facciamo cambiare faccia o finisce in cantina, qui non c'entra

niente, ma poi era proprio brutto era tutto scuro, non stava bene comunque[...] una volta fatto tutto avorio, siccome era un po' triste ho comprato gli *stencil* e gli ho fatto i fiorellini rosa»). A tal proposito Placidia riporta il caso di due armadi distinti. Il primo citato è un armadio di bassa fascia dell'Ikea affinché potesse essere totalmente rivisitato e vestito per crearne un armadio 'Provenza'. In seguito riporta del caso soddisfacente di un armadio ritenuto di scarsa apprezzabilità estetica («c'è un armadio di cui sono molto contenta per il risultato [...] perché era di un piattume veramente inguardabile») reinterpretato con una decorazione *tromp l'oeuil*.

Le capacità di visualizzazione e anticipazione del risultato caratterizzano i gruppi di pratica più motivati e abili tale da poter supporre che sia una caratteristica contraddistintiva dei praticanti. Se verificato in ricerche future confrontando l'approccio degli amateurs con gli estranei e scarsamente motivati alla pratica, per questi ultimi potrebbe risultare vantaggioso lo sviluppo di strategie a supporto della visualizzazione del risultato al fine di favorire la diffusione della pratica fra coloro che ne percepiscono i limiti, motivandoli all'avvicinamento.

Contesti di acquisizione delle competenze

Le abilità descritte sono state generalmente acquisite durante precedenti stadi di formazione o esperienza. Alcuni degli intervistati hanno dichiarato di aver tratto occasione di avvicinamento ed esperienza per la pratica di DIY contestualmente all'ambiente:

- familiare, come per Doris e Tara da bambine con il rispettivo genitore o nonno (Tara «Mio nonno materno era un altro di questi assolutamente ingegnosi ed io era la sua unica nipote quindi probabilmente ha scaricato su di me tutta questa sua visione del rattoppare, casa sua era piena di rattoppi, quindi l'arte del rattoppare»), o Jez ancora ragazzo per aiutare la madre una volta separata dal marito, o Possum nell'interazione con il coinquilino del fratello, o Duchi con l'infanzia trascorsa in casa di corte;

- scolastico durante le attività tipiche di lavorazione del legno (come per Jez e Mr Shrimp) o di restauro del mobile (come per Mr Shrimp);
- lavorativo, come per Tony durante la sua carriera di lavorazione e applicazione del vetro, Mr Shrimp nel suo lavoro per le migliori domestiche, o Bob come tecnico di laboratorio fotografico al college per le arti;
- personale, come per Tommy nel caso degli interventi su bici e moto, Marian nella sua attività di gestione delle case in affitto, o Placidia in occasione del supporto offerto alla sorella per restaurarne la casa.

Nel caso di Possum, rimane a lui sconosciuta la motivazione di avvicinamento alla pratica («io ho cominciato a mettere le mani negli attrezzi, nel legno a 14-15 anni, non so neanche per quale motivo, perché mi sono sempre occupato d'altro, non è che c'entrasse con la mia attività»). I rimandi ad esperienze e abilità ancora acerbe sviluppate durante l'infanzia o l'adolescenza sono comunque ricorrenti fra gli intervistati (come in Tara o anche Placidia «Fin da piccolina ho avuto una certa predisposizione per la creatività in genere, mi piaceva disegnare»), tale per cui lo sviluppo dell'interesse e delle capacità connesse al DIY in fase giovanile e infantile appare una potenziale traccia di ulteriore sviluppo di questa ricerca.

Muovendosi dall'asse retrospettivo e lungo l'asse prospettico, le precedenti esperienze appaiono come considerevoli nella determinazione dell'interesse per la pratica, tale per cui si prospetta anche l'apprendimento e lo sviluppo di abilità per compiti futuri ancora non noti, come dichiarato da Jez.

06 8 Meaning

Gli intervistati hanno generalmente descritto il loro coinvolgimento nella pratica del DIY e del recupero di oggetti come parte del proprio stile di vita e scala di valori. La predilezione per oggetti recuperati, risparmio economico, oggetti datati fra gli altri è plausibilmente connessa ad un approccio più generale alla cultura materiale, che trova espressione nelle parole di Jez, secondo cui è una questione di «praxis, how do you enact the life you use to live. Through the enactment of that life you'll realise it. And so I should act as I profess. Doing DIY validates other bits of my life». Visione che trova conferma nella tipologia di attività che i praticanti effettuato parallelamente e coerentemente con lo spirito del DIY.

Durante l'intervista o dall'analisi di quanto detto, si evincono alcune motivazioni principali che supportano di solito congiuntamente la pratica:

- risparmio economico;
- qualità maggiore per i materiali;
- valore aggiunto per l'artefatto;
- soddisfazione per la pratica;
- stile di vita e perseguire una visione anti-consumista.

Risparmio economico

Il risparmio economico costantemente emerge dalle interviste come uno dei principali aspetti della pratica del DIY per il recu-

però il prolungamento della vita degli artefatti (Fred&Doris «Repairing as a common experience for convenience, both economic and fitting to one's own needs, you can't find what you need»; Possum «forse anche perché sicuramente per risparmiare ma anche per avere le cose che volevo, insomma»), soprattutto quando strettamente necessario in contesti a basso reddito (Fred&Doris «we were very poor»). Di fatti, la ricchezza economica indurrebbe alcuni intervistati a prediligere l'acquisto alla pratica del riuso (Possum «Siccome non ho molto tempo, se io fossi miliardario non credo che li farei, andrei direttamente da un falegname e gli chiederei di farmelo esattamente così e così e sarei contento perché sarebbe anche più bello rispetto a fatto da me»; «se fossimo illimitatamente ricchi andremmo non so da De Padova e compreremo... quelli sono assolutamente fuori dalla nostra portata e non ci viene neanche in mente. Le cosiddette cose 'di design' che magari è una definizione un po'... noi non ce le possiamo permettere»).

Tutti gli intervistati hanno esplicitamente e inequivocabilmente dichiarato di apprezzare il potenziale risparmio che la pratica del DIY comporta, ciascun a proprio modo. Le declinazioni sul risparmio variano dalla gratuità delle materie prime reimpiegate (Mr Moonshine «there was a motivation [in reusing existing materials]. It did not cost me anything»), al costo limitato per alcuni materiali acquistati (Kobie «white MDF, that was the cheapest white material, so it looks neat and nice»), magari dai negozi dell'usato (Jez «It costed 5 £», Fred&Doris «I paid 8 £ for it», Marian «Cheap pieces of furniture there, so full of pieces for less than 100 £ and we just moved in so we need any pieces»), o per l'occasione di un affare (Tommy «Le motivazioni per preferire l'usato al nuovo è principalmente il costo, come nel caso del letto. Sono praticamente identici al nuovo e costano un terzo, quindi non ha nessun senso spendere soldi per una cosa nuova...») – soprattutto se ha portato ad evitare totalmente l'acquisto (Jez «so I did not go and buy a piece of furniture»), o come atteggiamen-

to personale (Fred&Doris «We like saving»; Badger: «I don't like spending money. As cheap as possible, preferably nothing»; Duchi «Ai tempi per il termosifone era anche una questione economica. Avevo voglia di farli, costava meno, tanto ero a casa da scuola e per me era un passatempo») ostile a spese indesiderate (Tony «Da quando [...] questo non ci stava più cosa ho pensato. Devo spendere dei soldi per cambiarlo? Allora no»), avvalorato dalle considerevoli quantità di oggetti accumulati (Badger «I don't like to spend money and I have lots of stuff») e dalla desiderio di rinnovare (Placidia «questa voglia di dare rinnovamento non te lo puoi permettere economicamente, parliamoci molto chiaro e allora dici 'Ok, faccio io qualcosa'»; «al di là della mia predisposizione a personalizzare le cose e del gusto per farlo, c'è stata un'origine di carattere economico»).

La predilezione per il risparmio non solo genera un vantaggio economico ma alcuni intervistati hanno enfatizzato il valore innovativo che la ricerca di soluzioni efficaci a basso costo può comportare (Badger e Fred&Doris «necessity is mother of invention»; Placidia «di necessità si fa virtù e ti manca il mezzo e quindi te lo fai, te lo crei tu»). La soddisfazione generata supera i limiti della godibilità di un eccesso di denaro e coinvolge gli aspetti emotivi (Badger «Satisfaction also from saving from waste, of both materials and money») (vedi paragrafo successivo *b. soddisfazione dalla pratica di recupero*).

Il potenziale di innovazione percepito dai praticanti trova amplificazione anche nella considerazione secondo la quale limitati o nulli sarebbero gli interventi praticati su artefatti e materiali acquistati o comunque costosi, per il timore di un errore o improprio risultato che ne compromettesse così il vantaggio dell'acquisto. La manipolazione di oggetti a fine vita rende pertanto l'interazione particolarmente libera e disinvolta, abbattendo i timori da ripercussione di errori (Kobie «If you instead buy a proper table you don't like to sore it in half, drill in it, so it stays as it is»), soprattutto nel caso dei praticanti maggiormente predisposti ad

osare (Kobie « I would try to have a go to fix something»).

La questione economica connessa alla pratica ha assunto connotazione di maggior livello rispetto al mero risparmio economico in alcuni casi. Difatti, parallelamente alla soddisfazione che si genera dal risparmio, in altri intervistati la pratica implica una soddisfazione in termini di qualità raggiungibile seppur talvolta a costi maggiori rispetto all'acquisto di un nuovo prodotto. Quindi attraverso le interviste si evince che il fattore del risparmio come più volte emerso in altri studi sul DIY rimane diffuso ma non necessario. Piuttosto Marian riporta la sua tendenza a preferire la riparabilità degli oggetti acquistati seppur a fronte di un costo maggiore iniziale (Marian «I consider the possibility to be repairable or less likely to be broken when I buy something, even if they cost a little more»). Plausibilmente l'obiettivo finale permane il risparmio ma a un lungo termine, per la garanzia di un oggetto durevole evitando di reiterare presto un acquisto.

Bob ad esempio sottolinea la sua ambizione a ricreare da sé oggetti la cui qualità sarebbe altrimenti inapprocciabile per le sue tasche se acquistati presso convenzionali negozi, per il suo 'gusto costoso'. Le scelte di Bob includono anche acquisti di oggetti a basso costo (come pensili, piano di lavoro e parete protettiva in cucina, tutto Ikea) o il reimpiego di scarti di lavorazione tipicamente al fine di risparmiare («Why should I pay more or have left over to throw away»), seppur – come da lui dichiarato – il risparmio economico non costituisca per lui una necessità stringente, come anche le sue scelte e abitudini talvolta relativamente costose testimoniano. L'interpretazione che se ne può derivare nel suo caso specifico è la volontà di spendere il minimo plausibile per il risultato e la qualità che persegue. Da qui ne deriva che oggetti che non sono stati investiti da particolare interesse nella sua pratica possono coincidere con l'acquisto diretto, mentre gli elementi cruciali alla gradevolezza del progetto vengono vagliati dalla possibilità di ricrearli o recuperarli.

Rimane interessante comunque la constatazione di un comporta-

mento che vede nella pratica del DIY la possibilità di raggiungere livelli qualitativi migliori rispetto al mercato industriale, anche a fronte di una spesa più alta. Duchi ad esempio, sottolinea l'aspetto piacevole della pratica che supera il risparmio («Faccio per gioia di farlo, per bellezza, non per necessità, vado al mercato e la compro con 5 euro»).

Il risparmio e in generale la tendenza a preferire il riuso piuttosto che l'acquisto sono stati talvolta interpretati dagli intervistati come atteggiamenti che si discostano dall'immoralità e dalla perdita di valori che l'ossessione per il denaro e il consumismo comporterebbero secondo loro (Fred&Doris «To me it's immoral to spend thousands of pounds in clothing, stuff...»); Jez «Non-monetary value in things. Money is a proxy for things»).

L'associazione di cariche negative agli aspetti monetari nella pratica in questione è ulteriormente avvalorata dai due praticanti (uno per nazione) che nel tempo hanno avuto occasione di generare dei guadagni attraverso la vendita degli oggetti riusati e che originariamente aveva pensato per sé o per i propri cari. Mr Shrimp difatti riporta come la necessità di ottimizzare i costi per progetti su commissione contribuisce decisamente alla perdita di soddisfazione, mutando la natura della pratica stessa (Mr Shrimp «When you start to move from the stage I want to do something for the house for fun to I want to sell things to make money out of, then it changes the flavour of how you»; «I might change from what you do for yourself in your spare time just for fun to do it for someone else»). Perfino la natura del progetto è risultata snaturata per la necessità di recuperare materiali e componenti non disponibili dai soli canali del riuso nel tempo a disposizione, ritrovandosi costretto all'acquisto di componenti nuovi («the original drawer was made from offcuts of objects I made for myself or for other people») o a diverse configurazioni e finiture («Then, if you are going to paint it it's easier because wood has got a grain and if you want to make it follows along the drawer it's more difficult, otherwise it looks odd. But if you paint it, painting allows you to

do it more efficiently»).

Un ultimo trend identificato dalle interviste è la limitatezza delle parole spese nei confronti della questione economica da parte dei tre partecipanti del gruppo dei Makers. Ulteriori indagini sarebbero auspicabili; rimane ipotizzabile la connessione alla necessità da loro condivisa di utensili e materiali di alto livello per l'esecuzione di un buon lavoro, e che tendenzialmente implicano costi maggiori. La questione economica torna ad amplificarsi nell'ultimo gruppo dei Creators visto l'incremento dei costi dovuto a progetti generalmente ambiziosi, con un plausibile salto di scala di somme da investire.

Qualità maggiore per i materiali

Gli intervistati hanno spesso riconosciuto un alto livello qualitativo nei materiali e negli oggetti di recupero, per le caratteristiche percepite di cui si è trattato nella precedente sezione Materials. Dal punto di vista degli aspetti connessi alla componente di Meaning della pratica, la lavorabilità delle materie prime recuperate sono valorizzate per la plasmabilità (tipicamente del legno) secondo le esigenze e il gusto dei praticanti induce plausibilmente alla percezione di adattabilità della pratica a se stessi (Kobie «Wood is such a beautiful material, it is easy to be hundreds different things»). Analogamente, i materiali sintetici, tipicamente le plastiche, sono meno apprezzate o perfino disprezzate per l'associazione a regimi consumistici (Kobie «I don't want to buy things because I don't want to be consumerist but plastic is horrible and it's less adaptable. I can even burn wood, but not plastic»). La pratica del recupero e riuso anche di materiali risulta caricarsi dei pregi di flessibilità e adattabilità (Duchi «È un po' più impegnativo, perché per il decoupage ci vogliono i colori giusti, comprati, adatti al materiale, mentre per tutte le seggiole che ho verniciato

l'ho fatto con i fondi di vernice che ciascuno di noi aveva in cantina»), rendendo la pratica meno faticosa e impegnativa rispetto ad altre attività praticate dagli intervistati, come decoupage per Duchi e realizzazione di gioielli in leghe metalliche per Kobie.

Tendenzialmente, gli intervistati riconoscono un valore maggiore nella qualità materica di oggetti datati ed antichità rispetto agli artefatti contemporanei (Possum «adesso sarebbe molto più preziosa mentre ai tempi era considerata legnaccia da tenere in una cantina»; Jez «Bad stuff is thrown away but Antiques: what survived is because they are good») come ci si poteva anche aspettare, ma qui avvalorata talvolta dalla possibilità per i praticanti di restaurare o comunque rimaneggiare gli oggetti nel tempo, proprio per le caratteristiche materiche dei materiali costitutivi che favorisce la proiezione della relazione con l'oggetto nel futuro (Mr Moonshine «If you want something that you want to last, then the hardwood are much better. This is a softwood [indicating the pitch pine armchair] and you see it begins to wear. It does not matter, but you would not that in a high quality piece of furniture»). A titolo esemplificativo, si consideri la lavorabilità di un vecchio legno contro un più recente compensato o un laminato, che a fronte della diversa durabilità e resistenza superficiale, presentano altrettanto diverse reazioni alla processabilità (Marian «Old furniture are generally more solid and more repairable, while Ikea stuff, with laminated and chipboard is not»).

A riguardo della distinta percezione fra materiali naturali e sintetici, inaspettatamente il più anziano e professionista⁷ degli intervistati ha espresso di stimare i cosiddetti 'finti-legni', ovvero di materiali sintetici a base di scarti del legno come compensato e laminati in quanto ritenuti 'geniali' e 'intelligenti' nella lavorabilità (Mr Moonshine «we were used to the real tree, but now there is a lot of chipboard. There is nothing wrong with that but they developed all the manners to fix things which are completely new,

\ 7 Con riferimento agli anni di lavoro svolto in un campo inerente alla pratica, ovvero docente di tecniche di lavorazione del legno fino alla pensione

and they are brilliant, they are clever»).

Infine, la considerazione generalmente condivisa sulla qualità maggiore delle antichità si completa di una considerazione riportata da Mr Shrimp. Posta la domanda sugli oggetti di cui si è disfatto nel tempo, l'intervistato ha replicato sulla difficoltà nella trattazione di un tema che riguarda la storia di oggetti ed eventi che plausibilmente vengono dimenticati e rimossi, la 'storia che non conosco', the '*story I do not know*'. Questa riflessione potrebbe essere estesa alla considerazione secondo la quale '*ciò che vale rimane*' (Jez «Bad stuff is thrown away but Antiques: what survived is because they are good»), d'altro canto non resta traccia di ciò che mancava di qualità, tale per cui il confronto con la contemporaneità visibile risulterebbe fazioso e limitato solo a ciò che è rimasto dal passato.

Valore aggiunto per l'artefatto

Gli oggetti recuperati offrono un contributo rilevante alla componente di Meaning della pratica, rivestendo il ruolo di portatori di significato per i praticanti (Fred&Doris «We look after things, otherwise we would not mend things»). Le tipologie di significato apportato rilevate dalle interviste sono:

- soddisfazione del bisogno di unicità;
- soddisfazione dalla pratica di recupero;
- contenitori di ricordi personali e collettivi;
- visualizzazione delle relazioni interpersonali.

a. soddisfazione del bisogno di unicità

Gli artefatti recuperati o derivanti da materiali di scarto riportano quasi necessariamente caratteristiche e morfologie uniche per l'azione della natura o dell'uso (Chipping Norton: «It's an emotional thing. Because it is like a TV, made of many things, but you buy it in a shop, there is no satisfaction in that»). Inoltre, attraverso la pratica viene ulteriormente enfatizzato il processo di valorizza-

zione di elementi unici generando una 'completa personalizzazione' (Bob) quasi viziandosi (Possum «Se invece uno, è un po' come se uno si viziasse. 'quella volta lì però ho fatto in quel modo lì, ho risparmiato spazio, me la sono goduta di più', diventa un po' come una droga. Quindi viziarsi lavorando perché poi alla fine ti fai delle cose su misura») che può derivare dal ricorso a risorse locali o di artefatti fuori-produzione, unendo elementi diversi (Jez «This is an assemble of things»), o dalla volontà di adeguare l'artefatto a se stessi (Kobie «painting because I would to look as I like»), purché personalizzato e che esprima la propria personalità (Placidia «Per la voglia di cambiarlo. Io non riesco ad usare una cosa così come mi capita di averla in mano. È probabilmente legata al delirio di onnipotenza. È probabilmente legata a quella cosa che ho io forse che inconsciamente adesso lo so perché me lo dicono un po', volere tener il controllo della situazione»).

Risulta così che la necessità di unicità si coniuga al risparmio economico in termini di principali promotori della pratica (Possum «È sempre un compromesso fra risparmio e soluzione su misura»).

Dall'analisi delle interviste si deduce che quindi l'unicità dell'artefatto viene plausibilmente perseguita per soddisfare bisogni di tipo emozionale o contingente.

Dal punto di vista del legame emozionale, la pratica rafforza plausibilmente in senso di appartenenza per il praticante (Possum «per me ha anche un valore affettivo. Per me sono tutte considerazioni che faccio»). Chipping Norton ha esplicitamente riportato come avesse percepito il senso di appartenenza del pianoforte che stava restaurando non appena abbia assemblato tutti i componenti, nella fase finale del compito prefissato (Norton «It is my piano, I love my piano» ; «It became mine when I put all of it together» ; «First they are just a collection of pieces. When you put them together in the exact place, it becomes an entity, a single thing made of different pieces»).

Placidia riporta diverse volte il valore dell'unicità dell'artefatto

creato, anche «il più idiota, il più semplice» («a me quello che soddisfa di più è sapere che quella luce che è lì è lì ma sicuramente al mondo non ce ne è un'altra uguale. È quella, è l'unicità. Quello è il suo valore, non ha nessun valore economico, nessuno. È l'unicità») che da un lato favorisce il rafforzamento emozionale con l'artefatto («[essendo unico] si instaura un legame affettivo particolare») e dall'altro appaga l'autostima («Poi probabilmente in chi lo fa subentra un delirio di onnipotenza, non lo voglio escludere a priori, è un'autogratificazione»).

Dal punto di vista del bisogno contingente, la pratica che si concilia con la ricerca dell'unicità favorisce l'adattabilità e l'evolubilità degli artefatti. Ad esempio, Marian ha fatto riferimento a una cerniera per il rivestimento di una sedia plausibilmente per consentire la sua aggiornabilità nel tempo. Badger racconta di aver creato degli elementi modulari in lana combinabili fra loro per creare un giocattolo mutevole e variabile secondo i desideri del nipotino. Soprattutto nel gruppo degli Adapters è stata rilevata la tendenza a modificare gli oggetti nel tempo e al variare delle situazioni. Difatti ad un primo livello si riscontra la necessità di adeguare un oggetto ad un'esigenza emersa istantaneamente (Jez «We have a problem of storage and we needed some space so we needed something that was suitable for our house»). Ad un livello maggiore, la pratica asseconda le abitudini di colore che cambiano frequentemente casa, come riportato da Possum, Tony, Kobie e Jez.

Possum riporta la tendenza propria e della moglie a modificare nel tempo la disposizione e l'aspetto dell'ambiente domestico («Siccome siamo molto 'dinamici', siamo irrequieti con i mobili [...] siamo un po' così e così evito di compromettere qualcosa per preservarmi la possibilità di cambiare»). Di conseguenza, le scelte progettuali di esecuzione di artefatti assecondano la prerogativa dell'adattabilità e aggiornabilità, tipicamente evitando fissaggi permanenti («non l'ho neanche fissato [riferendosi al piano posto sopra l'isola della cucina], quindi se uno vuole toglierlo, basta che lo alzi»).

Tony ricorre a ganci o ad adesivi removibili per mantenere la possibilità di ripristinare lo stato originale dell'ambiente domestico («Li ho tagliati, incollati col silicone per non forare le piastrelle perché magari un domani vuoi cambiare e allora non rimane il buco e invece così non rimane nessun buco»; «se un domani ho bisogno di toglierli eccetera, cosa faccio? Allora ho messo questi ganci qui»).

Kobie ha raccontato di come la sua libreria sia stata modificata svariate volte nel tempo. Al fine di assecondare il suo desiderio di portare con sé i propri oggetti nelle case dove abita, la libreria è stata appositamente eseguita per essere disassemblata e ri-assemblata secondo le necessità. Infatti, considerato che le case abitate non sono state di sua proprietà, il ricordo ad elementi permanenti renderebbe difficoltoso o impossibile il suo trasporto, o comunque potrebbe rovinare le mura altrui («I usually make free-standing objects because I don't own the house. Otherwise I could nail it in the wall but the edges are not mine»). Dal punto di vista tecnico Kobie ha abolito l'uso di viti, ricorrendo a soli espedienti di semplice incastro, adattabile anche segnando parti dei componenti («My shelved turned in 20 different shelves. Soring bits off. So I can took the pieces apart when I change the house, no nails, just fitted together»). A seguito di questa puntualizzazione risulta ancor più comprensibile la precedente affermazione secondo la quale risulti per lei più agevole intervenire su materiali ed oggetti usati e non comprati, per il timore di rovinare qualcosa di prezioso o costoso. L'abitudine al cambiamento e all'adattabilità renderebbe un oggetto acquistato non più funzionale allo scopo per il quale era stato originariamente acquistato, tale per cui forse non vale la spesa. A maggior ragione a seguito della constatazione secondo cui sia possibile ricorrere a una forte economia di spesa per rifunzionalizzare gli oggetti («Through economy of material, by adding a hook, it becomes another thing»).

Jez arricchisce il racconto su analoghi aspetti con dettagli numerici e descrivendo le funzioni che i diversi pezzi hanno assunto

nelle diverse dimore («I carried this 20 years old piece at home and thinking that it change the places in the house or in different houses changing the function as well»). Plausibilmente proprio per la necessità di trasformazione continua degli artefatti in dipendenza delle esigenze delle diverse case, Jez sottolinea la reversibilità delle operazioni effettuate e l'adattabilità dei pezzi ad usi imprevedibili, prediligendo talvolta soluzioni tecniche apparentemente improvvisate ma che nelle sue parole si dimostrano essere meditate per favorire la mutabilità del pezzo nel tempo («I put the top with nails because I do not like it and I would change it with something nicer when I'll find it, maybe in the next house»; «I can take the screws out and it is still a piece of wood»).

Tali esigenze percepite da tutti gli Adapters sollecita la considerazione sulla rilevanza delle connessioni per l'adattabilità e l'aggiornabilità degli artefatti e quindi dell'ambiente domestico nel tempo. Per cui si prefigura un ulteriore campo di indagine per la professione del Design, al fine di agevolare operazioni di aggiornabilità intervenendo proprio sugli elementi di giunzione o generalmente di interfaccia fra i componenti dell'artefatto o dell'artefatto stesso con la casa.

Il bisogno percepito include l'esigenza di ripristinare omogeneità estetica imputabile all'introduzione di nuovi elementi domestici o per evenienze di rottura (Tony «così decora e non si vede la rottura [...] le ho messe perché ti spiego. Questo si era rovinato»). L'adattabilità e la variabilità nel tempo è la caratteristica peculiare del lavoro principale mostrato da Mr Shrimp. Il reimpiego di singoli cassetti posto ciascuno in un proprio involucro ma accostabili e impilabili consente al proprio utente infinite combinazioni per dimensioni e colore, rendendo l'effetto gradevole e di volta in volta adeguato alle mutevoli esigenze («I found it was pleasing not to join them together because you could move them around [...] I could justify the drawers in different ways»; «to match them in different ways. At the beginning was a massive pile but during the years they have been moved around and some combinations

could work better than others»). Analogamente a Kobie, anche Mr Shrimp ha dichiarato di non provare disagio a intervenire tagliando parti dell'oggetto recuperato se gli consente di ottenere un risultato funzionale o gradevole, ma ha anche aggiunto che nel caso in cui riconosca un elevato livello di bellezza nell'artefatto, allora preferisce evitare interventi drastici come il taglio («When they are too large, high,... for the purpose or for the appearance, I cut them out, as for the mahogany drawers that cut be thinner and nicer. But if they are very nice I wont cut them out»). Quindi, seppur appartenenti a gruppi differenti, viene condiviso il rispetto verso la materia a cui si riconosce un condiviso valore economico o estetico tale da evitare interventi su di esso, che invece vengono apportati con maggiore disinvoltura in artefatti viceversa comuni e senza particolare valore attribuito.

A tal riguardo alcuni intervistati hanno fatto riferimento alla gradevolezza dei segni dell'uso e della storia di un artefatto. Tara apprezza i materiali che si consumano («Che un po' forse sta nello stesso ambito dell'oggetto vecchio, dell'oggetto usato [come] il legno, la roccia, il cotto consumato [...] Ci sono poi oggetti e materiali che quando si consumano diventano brutti. Cioè tipicamente gli oggetti in plastica si consumano e si imbruttiscono. Poi dipendono dall'uso [...] È comunque vero che ci sono cose nel tempo che si rovinano e si migliorano e cose che si rovinano e si peggiorano, sia dal punto di vista estetico che dal punto di vista dell'uso. È chiaro che un porta-posate arrugginito non si può più usare perché arrugginisce pure le posate»); Tommy annovera le imperfezioni del legno come elementi qualitativi che ne esprimono la vitalità («l'idea delle imperfezioni nel legno è molto bella, non avere tutti le assi uguali, anzi con tanti nodi che lo rendono vivo. Mi è rimasto molto l'idea del vissuto. Magari sui muri non mi viene. [...] l'ho ritrovato anche nei mobili, a parte la libreria perché è tenuto bene, ma ha parecchi nodi. Molto sul tavolo della cucina che è pieno di imperfezioni, era rotto. Quello era un tavolo di lavoro di un artista, che c'ha lavorato sopra e l'ha rovinato, non

volontariamente ma nel tempo e su quello lo noto tanto, mi piace molto, ogni volta che noto le crepe mi piace molto»).

Similmente Duchi dichiara di aver mantenuto dei vecchi elementi nell'artefatto, quali le cerniere del baule. D'altro canto la volontà di preservare l'integrità dell'oggetto («ma questa qui davanti vecchia perché, si perché? Magari una nuova lucida sarebbe stata meglio ma perché? Il baule è vecchio ha una cerniera vecchia»). La predilezione per la preservazione di alcuni segni del tempo viene mantenuta anche per l'unico artefatto che Duchi ha dichiarato di non essersi sentita in grado di riadattare (vedi riferimento in *confrontarsi con operazioni che si possono portare a compimento*) tale per cui sono stati lasciati i segni di usura seppur non graditi («Non mi piace particolarmente così [come estetica rovinata] ma quella l'abbiamo presa così e così resterà, che devo fare. Non sono sicura neanche che mi piacerebbe una volta restaurata nuova quella lì è vecchia perché devo fare la madonna...»).

L'imperfezione difatti viene distinta dalla riduzione di qualità da parte degli intervistati (Possum «sì, sì se è un consumato che non è uno sciupato, decisamente»). Placidia in particolare sottolinea la distinzione fra il difetto per negligenza dell'operatore dall'elemento caratterizzante del materiale o dell'artefatto, che viene in tal caso valorizzato («Poi c'è il difetto che può essere nato, anzi sicuramente nato involontariamente ma che mi dà la possibilità di renderlo un pregio. [...] Quindi da quel difetto ne ho fatto un'arma per dare un pregio alla decorazione»). L'evenienza accettata o gradita per l'usura ha indotto praticanti come Possum ad apportare finiture che rendessero l'aspetto dell'artefatto omogeneo con i restanti elementi della casa («l'ho un po' anticato diciamo, sporcato un po' per renderlo omogeneo»). Parallelamente si è sviluppato una sorta di Effetto Diderot, ovvero di adeguamento di elementi domestici coerentemente con le componenti introdotte dalla pratica (Tony «Per fare pendant [e nascondere la fessura] ho messo questa striscia qui [dello stesso colore dell'infisso]»). Possum fa riferimento ad un materiale ligneo impiegato per ria-

dattare parti della cucina e che successivamente è stato prediletto per adeguare altri moduli ed elementi della casa, divenendo così l'elemento omogeneizzante («senza volerlo sono diventati una specie di leitmotiv della casa»).

La variabilità e la flessibilità nel tempo comporta l'accumulazione di artefatti nel tempo che trovano configurazioni e accostamenti che possono sfociare in un *hotchpotch*, un guazzabuglio, come definito da Fred&Doris facendo riferimento alla propria casa, e nello specifico al proprio salotto. La stratificazione degli artefatti raccolti, recuperati e riadattati genera un linguaggio estetico imprevedibile seppur condivisibile nei tratti dell'apparente disordine, disallineamento, imperfezione, usura, fra gli altri, che rendono il risultato necessariamente unico e irripetibile.

L'estetica del rovinato risultante è considerata un trend da Creators intervistati (Placidia «con questo stile che va di moda tipo *shabby chic* usurato, grattato, etc») e sembra corrispondere a quanto rilevato sul mercato dell'arredamento e dell'oggettistica contemporanea, come proposta dai maggiori marchi o attivisti nel campo.

b. soddisfazione dalla pratica di recupero

La soddisfazione generata dalla pratica viene talvolta implementata dal recupero attuato. La natura 'usata' di un artefatto può apportare un contributo secondo alcuni praticanti (Possum «io e mia moglie siamo appassionati alle cose usate, non ci dà nessun fastidio assolutamente, anzi, ci fa più piacere che siano usati piuttosto che nuovi»; Tara «Io ho la mania di tenere cose, pezzi di cose...»), tale per cui anche le azioni mirate a tale scopo risultano essere parte della godibilità della pratica, soprattutto da parte degli Inglesi (Badger «Satisfaction also from saving from waste, of both materials and money»; Fred and Doris «More satisfaction from saving something, make use of that»; Kobie «I love to recycle stuff, take something from bins...»; «It's more satisfying to combining things, wait and accumulate and let the table grow up»; Jez «I enjoy keep my eyes open to find objects with a potential»; «I

can get satisfaction of the idea I can save this object»; Marian «I do feel good doing something creative, making something dysfunctional functional again, making something nicer» ; Mr Moonshine «I think that there is a lot of satisfaction in reusing something, otherwise it would be burnt or allowed to rot»).

In alcuni casi sembra che la soddisfazione derivante sia connessa ad una percezione di ingegno o astuzia, talvolta connessa al risparmio economico generato (già discusso nel precedente paragrafo *Risparmio economico*). Difatti, la constatazione della propria abilità di risparmio è parte degli aspetti gratificanti dell'attività (Jez «So I started to collect them, because I had not the money to buy new pieces of wood and the new pieces of wood wasn't satisfying somehow»), come se la soluzione risultasse più acuta e intelligente (Kobie: «But it's a challenge, and my things work and it's quicker, less expensive, why should be obsessive following a rule»).

Ne deriva così che il recupero fra gli intervistati può risultare più appetibile dell'acquisto di un nuovo prodotto (Fred&Doris ««It's satisfying to repair something, rather than replace»; Kobie «Rather than buying a table at the shop, every one can do that»; Jez «I had not the money to buy new pieces of wood and the new pieces of wood wasn't satisfying somehow»; Duchi « Faccio per gioia di farlo, per bellezza, non per necessità, vado al mercato e la compro con 5 euro»; Mr Moonshine «Oh, everything like that is satisfying! I get pleasure from using them, yeah»).

In termini progettuali, il rilievo di tale predisposizione lascia ipotizzare scenari di intervento dei designer per la realizzazione di artefatti, strutture, interni e servizi finalizzati al godimento della pratica del recupero, ed eventualmente alla personalizzazione (Tara « veramente il piacere dell'ingegno. Cioè il piacere di poter manipolare degli oggetti e farne delle cose proprie piuttosto che averli e usarli solo nell'uso che è stato concepito per questi oggetti. Per cui gli oggetti che sono già stati concepiti per un uso vario e personalizzabile mi sembrano più intelligenti ecco, più in-

teressanti »)

c. contenitori di ricordi personali e collettivi

Gli artefatti e i materiali di recupero vengono presentati come contenitori di memorie in tutti i gruppi di creatività. I ricordi possono essere connessi sia ad esperienze personali sia alla storia collettiva (Possum «Io sono abbastanza nostalgico del passato, anche del passato che non ho mai vissuto»).

Nel primo caso, l'artefatto ricorda:

- esperienze del precedente proprietario, sia esso un familiare o uno sconosciuto, con il valore della memoria riportato da Tara (Jez «each time I find something has a memory so I know when a piece of wood is coming from and it's important to me»; Duchi «Il baule era proprio della nonna, è del 1900. Allora di usava fare il baule per la dote delle figlie, ce ne ha uno anche la Mariuccia [la zia]. L'ha regalato alla mamma»; Mr Shrimp «it resonates as a part of life I did not experienced anymore. It was like an historical, like time»; Bob «a piece with me for the rest of my life»);
- precedenti (e future) vite dell'artefatto (Jez «It's cultural memory. I know the places. So I can say that that piece came from this situation» ; «maybe the object has the life of other people in it as well so it's like a memory experience really»; Chipping Norton «70 years ago. Many of the children who learnt to play piano there lived there and now are pensioned or died. Maybe some great pianists and had their career»; «Other people after me can restore it»; «I don't know if I'll keep it. It's not a good piano but I like the mellow sound of the piano. You don't know what is for the rest of your life but I would like to»; Mr Moonshine «I do like things that have an history. And I usually carve my name on anything I made. When I'm gone, I wont be forgotten. I usually carve my name on things for this reason [...] and I also put the date on it as well, the year. That might interest somebody in the future»;

Mr Shrimp «The keypoints about these pieces of furniture is that they were breathing a new life in what was forgotten about and undervalued»; «I collect signs as well, as old signs of history as well. I'd like to incorporate them in furniture. They represent a piece of history and I built a replica of it when it disappeared»; «because it is in the memory of the people and because of the hard time.») including its added value in other owners' lives (Norton «Happy about the idea of piano as a means to transfer skills from the teacher to the students»);

- il processo di ri-creazione (Norton «The piano looks natural, there is an emotional attachment to that. You spend a lot of time and physical effort to each piece»).

A supporto dello stimolo al ricordo, palesare viene quindi considerato come una modalità per ricordare, poiché ciò che non è più visibile rischia di essere dimenticato, portando alla condizione precedentemente citata della “Storia di ciò che non conosco/conosciamo” (Mr Shrimp), ovvero «the history of the art we do not have any evidence for. It's a way to say that you can't remember what you throw away because you could forgot it and because you do not have any trace or evidence of it any longer you could not know about it anymore».

Superando gli aspetti emozionali, gli artefatti esistenti possono essere annoverati come modelli in quanto incorporano un potenziale per soluzioni efficaci, come accennato da Jez in riferimento alla migliore qualità degli artefatti antichi e da Mr Shrimp in riferimento a possibili antichi fallimenti di cui non si verrà mai a conoscenza (Mr Shrimp «We know about the things that work because they survived and succeeded but we do not know about the failures»). Da qui, l'idea di Mr Shrimp di mostrare i cassetti da lui raccolti ed appartenenti a diverse decadi e secoli come espediente per la visualizzazione e comunicazione della storia della cultura e del gusto inglese, considerato che materiali e componenti convogliano i diversi valori e idee del periodo storico in questione.

Quindi il riuso in un contesto anche quotidiano potrebbe costituire occasione di apprendimento se adeguatamente comunicato.

d. visualizzazione delle relazioni interpersonali

Il valore aggiunto dall'artefatto può manifestarsi anche in relazione ai rapporti interpersonali fra individui, considerato che le attività per il recupero costituiscono occasioni di condivisione e scambio di risorse fra i praticanti.

Il riferimento a comunità per il riuso è emerso in tutti i gruppi di creatività, soprattutto come fonte di approvvigionamento di materiali ma anche come elemento positivo della pratica (Badger is engaged with communities; Kobie «I like the sharing of materials. If it is not a project yet I can give them away»).

La pratica talvolta è occasione per trascorrere del tempo con persone care, come nel caso di Tommy con la partner per l'allestimento della loro nuova casa («Molte delle cose che facciamo qua dentro le facciamo assieme e mi diverto di più sinceramente, un po' fa ridere, ti esalta. Tipo per appendere le tende, è una roba che qualunque essere umano dotato di cervello potrebbe fare senza difficoltà, invece per me è entusiasmante, perché lo facciamo insieme. Anche quando abbiamo messo lo specchio. Oppure gli appendiabiti, quelli Ikea, fare sei buchi col trapano e mettere due viti è entusiasmante»). Anche Tara riporta dei tentativi di coinvolgimento del partner per condividere questi momenti («le cose della casa le associo sempre a noi come famiglia, come coppia, e poi perché avevo bisogno di una forza di braccia per fare i buchi che avrei potuto fare anch'io ma in parte per pigrizia e in parte forse perché volevo coinvolgerlo [ride], più che altro essendo un oggetto che si usa in due era bello che si facesse in due, ecco, perché per il resto come dire dividevo le mie idee progettuali ma mi rispondeva 'sempre Ah bello!'») Di contro, nel caso di Possum, la pratica del DIY e riadattamento dei componenti domestici rischia di divenire occasione di ansia con la partner piuttosto che attività di relax come era stata definita («invece da quando c'è lei c'è questa cosa che ti dico dell'ansia che si scatena, e da allora non è stata

più la stessa cosa»). La pratica di Possum viene considerata dalla partner come evenienza che altera la condizione di pulizia della casa, seppur necessaria («Invece di essere quello che sta facendo qualcosa di buono sono quello che sporca»), inficiando la pratica stessa dell'intervistato in termini non solo umorali ma anche contingenti per la tendenza ad accelerare e prediligere soluzioni che riducano lo sporco generato. Inoltre, come precedentemente descritto nella sezione delle Skills, i praticanti talvolta si rivolgono ad altri individui ritenuti più abili, tali per cui una connessione viene instaurata o rafforzata (come il caso di Badger con i diversi familiari e amici in dipendenza del compito da svolgere). In particolare è risultato proficuo l'affiancamento di professionisti nel settore e abili praticanti, in termini di nuove conoscenze, tecniche o fiducia acquisite (Chpping Norton «Assembling as a social occasion to spend a day with the tuner and feeling like an assistant, and it was fascinating»; Bob «He taught me the carpentry stuff I know. But I help him in making carpentry job. He was grateful when I helped him to do the roof, and it was even raining»; «Importance of the collaboration with the friend otherwise he could not do what he made. He could made something different but not those thing because he has got the knowledge especially about materials»).

La pratica del DIY ha in taluni casi aggiunto una connotazione prettamente emozionale alle relazioni interpersonali visualizzate nell'oggetto, tipicamente nel caso di doni per persone care (Badger «My mam would be so pleased that I used that scrap»; Mr Moonshine made the chairs for the daughter and a friend; Mr Shrimp «The replica is a gift for the partner, that love that sign in Morecambe»; Fred and Doris bought and restored the iron bench for the daughter).

Soddisfazione per la pratica

La componente motivazionale del Meaning si arricchisce della soddisfazione percepita dagli intervistati durante la pratica

operativa del DIY per il recupero, tipicamente le attività manuali. La piacevolezza e la soddisfazione risultano percepiti in tutti i gruppi, indipendentemente quindi dal livello di conoscenza, di abilità e di ambizioni (Possum «Per cui in realtà sarebbe un'attività di estremo relax e piacere, come dire come andare in vacanza»; Fred&Doris «getting such a pleasure and satisfaction»; «very proud of it and satisfying»; «That's the pleasure. It's not about money, it's satisfaction»; Tony «Non mi annoio a fare questi lavoretti, se ci sono da fare li faccio. anzi, mi fa piacere tante volte»; Kobie «Sometimes I like that things don't work and you have to adjust it»; «I really enjoyed, I like powered tools, drilling, and messing»; Jez «It's also an engagement activity, relaxing, a hobby, bring satisfaction in the process. It brings me satisfaction the process of do, building, and that is another a human need, to build, to construct.»; More satisfaction in the process [rather than in the end]; Duchi «È un hobby è fatto per rilassarsi, divertirsi, per piacere. [...] A me tutte le cose da fare con le mani mi danno soddisfazioni, da far la maglia, l'uncinetto, il baule o dipingere il calorifero»; Marian «I do really enjoy while I do DIY»; Chipping Norton «I enjoyed the process»; Placidia «È quello mi è piaciuto tanto, mi è piaciuto farlo»).

Pertanto risulta confermata una delle ipotesi principali di questa ricerca secondo la quale la pratica del DIY, in questo caso focalizzato alle attività di recupero di materiali ed oggetti, sia predisposta a generare una condizione di soddisfazione del praticante. La soddisfazione derivante dalla pratica è plausibilmente connessa a fattori che partecipano simultaneamente o progressivamente alla generazione di uno stato di appagamento fino a ricreare il Flow, come teorizzato da Csikszentmihalyi. Le 8 componenti del Flow da lui teorizzate alle quali far riferimento per la generazione di soddisfazione sono:

- a. confrontarsi con operazioni che si possono portare a compimento
- b. possibilità di concentrarsi su ciò che si sta facendo

- c. identificazione di obiettivi precisi e ricezione di feedback immediati
- d. profondo coinvolgimento esente da percezione di fatica, che distoglie dalla consapevolezza delle preoccupazioni e frustrazioni quotidiane
- e. possibilità di operare con senso di controllo sulle proprie azioni
- f. annullamento della percezione di sé, che si ripropone più solido a seguito dell'esperienza di Flow
- g. alterazione della percezione del tempo
- h. percezione di noia e di ansia.

a. confrontarsi con operazioni che si possono portare a compimento

La necessità di confrontarsi con operazioni che si è in grado di portare a compimento favorisce lo sviluppo di sensazioni di soddisfazione, evitando di sconfinare nei regimi di frustrazione e quindi di insoddisfazione. Alcuni partecipanti hanno palesato l'abitudine di confrontarsi con obiettivi raggiungibili (Kobie «I don't like unfinished things»), evitando operazioni di cui non si ritiene prevedibile il risultato (Duchi «Non per il valore, quello è affettivo, che vuoi che sia è di gesso, però davvero ho veramente paura di sbagliargli il colore, la preferisco così antica e rovinata»). È ricorrente la percezione di soddisfazione, infatti, una volta verificato il raggiungimento del risultato, il funzionamento di quanto effettuato (Tommy «È più soddisfacente quando vedi il risultato. Fare è un'altra cosa»; «Devo dire che è proprio soddisfacente, gratificante proprio bello quando fai qualcosa che poi vedi che funziona»; Tony «Quando è finito e funzionano, allora sono soddisfatto»; Duchi «Vederli mi dà molta soddisfazione se è venuto bene, sono orgogliosa. Farlo, i lavori manuali mi piacciono, tutte queste cose un po' ipotetiche virtuali ... mi piace farli e mi piace vedere il risultato alla fine»). Eppure non sono mancati casi di inattesa

complicazione del compito prefissato, come nel caso di Chipping Norton una volta disassemblato il pianoforte (Chipping Norton «I still can't believe that I did that because at the beginning was impressive. But I am glad I did it because it did not look well at the beginning and the sound improved»).

La reazione risultante per compiti che risultino particolarmente o inaspettatamente ambiziosi generalmente consiste nella richiesta di ausilio e supporto a praticanti abili o professionisti, come rilevato per Chipping Norton o Bob. Inoltre Mr Shrimp, considerato abile, ha raccontato di essere stato talvolta chiamato ad assistere seppur senza intervenire nelle operazioni di DIY praticante da un'amica. La giustificazione data risiede nella sicurezza e serenità che la presenza di una persona abile può infondere nel momento in cui un praticante insicuro delle proprie abilità affronta un compito nelle premesse possibilmente ambizioso.

Il confronto con compiti ambiziosi o nelle premesse superiori alle proprie abilità costituisce ad ogni modo un'occasione per il praticante al fine di mettersi alla prova ed eventualmente verificare di possedere doti prima sconosciute. Di conseguenza, un senso di rafforzamento del sé e di sicurezza emerge e supporta le decisioni su compiti futuri allo stesso livello di difficoltà. Bob ha invece dichiarato di aver realizzato la propria casa dove avrebbe abitato per un breve periodo come modalità di verifica per il progetto della casa dove avrebbe vissuto permanentemente una volta tornato indietro nel proprio paese di origine.

b. possibilità di concentrarsi su ciò che si sta facendo

La possibilità di concentrarsi sulle operazioni di recupero sono tendenzialmente determinate dai tempi e dai luoghi a disposizione per il compimento della pratica.

Molti degli intervistati hanno riportato la necessità spesso ansiogena di confrontarsi con le scadenze e il limitato tempo a disposizione, soprattutto considerato che si tratta generalmente di un'attività parallela rispetto all'impiego lavorativo principale. Alcuni hanno sottolineato la necessità di definire un livello di com-

plexità dell'artefatto proprio in dipendenza dei giorni disponibili (Mr Shrimp con i weekend; Bob con la necessità di abitarci) tali da influire anche su specifiche scelte di soluzioni tecniche (gli incastri di Mr Shrimp ad esempio).

La possibilità di concentrazione può essere connessa anche ai luoghi della pratica che plausibilmente trovano ulteriore sviluppo nella predilezione di luoghi relativamente isolati, come i seminterrati e i casotti all'esterno. Necessariamente, la ragione principale per la scelta di tali luoghi, come descritti precedentemente in *Spazio per attività di magazzino e laboratorio*, risiede nella agilità di uso di spazi domestici lontani dalle attività domestiche quotidiane al fine di isolare le occasioni che generano polvere, sporcizia o disordine. Ad ogni modo è plausibile ritenere come tali locazioni distaccate favoriscano la possibilità di concentrarsi e di organizzare lo spazio secondo le proprie esigenze per la pratica. Placidia riporta anche l'occasione in cui ha usufruito della camera in cui è stata ospitata per allestirla come un laboratorio dove eseguire la pratica del recupero dei mobili per la nuova casa della sorella («E poi ad agosto 18 ore su 24 con i miei colori, poi l'idea di avere una stanza tutta mia, con il mio armadio, il mio lavandino, con i miei colori, i miei paciughi. Proprio il sogno realizzato e allora ho cominciato a farle l'armadio, il lampadario, qualsiasi, ma veramente qualsiasi cosa, la parete decorata, la lampada, le lampade vicino al letto che erano delle vecchie tegole del tetto, cioè proprio, piatto ricco mi ci ficco»).

c. identificazione di obiettivi precisi e ricezione di feedback immediati

Gli intervistati hanno generalmente palesato confidenza negli obiettivi prefissati inerenti al recupero degli artefatti. L'elemento di distinzione fra i gruppi risiede nella modalità di pianificazione e raggiungimento dell'obiettivo. In particolare, i Makers hanno palesato un generale approccio che ripercorre metodicamente un piano o una modalità convenzionale di operare per fasi successive (Duchi «sono molto metodica»; Chipping Norton «You draw

an object on a piece of paper, than I made an exploded vision to realize what you need and then I turned that into a solid piece of wood. From a page to a solid material, through cutting, measuring, ...»). Similmente seppur con toni attenuati, i Creators hanno tendenzialmente espresso modalità di raggiungimento degli scopi prefissati seguendo i piani, ma in modo più flessibile e variabile rispetto ai Makers.

Diversamente, gli Adapters hanno dichiarato un certo disinteresse verso azioni pianificate (Kobie «If you have a plan you can only make what you have in your plan and then you make it, and it's boring»), considerato che

« *not only is the design process satisfying, but "the actual act of it is pretty satisfying too—the measuring, the cutting... there is definitely an added dimension of satisfaction if there is no template" » (Rosner, e Bean, 2009).*

La pratica del DIY per il recupero comporta necessariamente una ricezione di feedback immediati tipici delle attività di interazione con la materia.

Le tipologie di feedback dalla pratica sono in particolare connesse alla lavorazione dei materiali impiegati, alla loro processabilità e plasmabilità che rende istantaneamente visibile l'intervento.

Il feedback in termini di risultato finale risulta percepibile in momenti variabili in dipendenza del gruppo considerato. Doers e Adapters hanno palesato interesse verso operazioni di durata relativamente breve, tale per cui il feedback per loro risulta presto riscontrabile. Per progetti e tendenzialmente per i gruppi dei Makers e dei Creators, il risultato finale è stato generalmente perseguibile attraverso step progressivi, che hanno tendenzialmente richiesto maggiori energie e tempi di esecuzione, dal complesso di unità di cassette per Mr Shrimp o di elementi del piano per Chipping Norton (Chipping Norton «Satisfaction when you put all the pieces together»; «In the process of reassembling, you appreciate all the work you have done»; «So it's more exciting to assemble them and see you labour»; «Before putting them together

they are just elements. They become entity when you put them together and they correspond to what I had in mind»), all'intera casa per Bob. Parallelamente, rimane distante la necessità condivisa da tutti i praticanti di tempi relativamente lunghi e pazienza per l'ottenimento di un risultato a partire da oggetti appena recuperati; seppur da questo punto di vista il feedback non appare immediato dal momento della raccolta, la soddisfazione finale percepita viene amplificata proprio per la condizione di attesa, quasi per la ricompensa della pazienza dedicata (Kobie «It's more satisfying to combining things, wait and accumulate and let the table grow up. Rather than buying a table at the shop, every one can do that»).

d. profondo coinvolgimento esente da percezione di fatica, che distoglie dalla consapevolezza delle preoccupazioni e frustrazioni quotidiane

Il fattore per la conduzione allo stato di Flow connesso al coinvolgimento tale da annullare la percezione di fatica è stato l'aspetto meno condiviso dai partecipanti. In generale le descrizioni delle attività effettuate hanno incluso puntualizzazioni sulla difficoltà di superamento di alcune fasi al limite con la noia o comunque con la spossatezza. Seppur plausibilmente la fatica percepita dagli intervistati potesse risultare meno evidente rispetto ad altri individui meno motivati, in generale è deducibile il profondo coinvolgimento che ciascun praticante attua nelle operazioni in questione. In particolare Duchi apprezza la condizione di straniamento generale generata dalla pratica del fare («Anche a lavoro, anche quello mi piace perché faccio lavori manuali. È una cosa che a me a fare le cose a mano mi sveglia il cervello. Quando sono preoccupata faccio il punto croce che è difficile... non è difficile è che devi tenere la mente sul disegno dei punti, non hai un ricamo free»).

Durante la seconda fase dell'intervista dove almeno un praticante per ogni gruppo è stato invitato a verificare quanto desunto dalla prima fase e in riferimento ai fattori del Flow, è emerso che tale

aspetto non descrive la pratica come da loro percepita o per lo meno non in modalità totalizzante come la frase può suggerire. Tale constatazione induce pertanto a ritenere come la teoria del Flusso possa risultare parziale nella descrizione dell'attività per quanto concerne tale aspetto della pratica.

e. possibilità di operare con senso di controllo sulle proprie azioni

La caratteristica del senso di controllo sulle proprie azioni è deducibile indirettamente dalle modalità di narrazione delle operazioni. Sporadici sono stati i riferimenti a tale peculiarità (Jez «It's part of the process of gaining satisfaction of being in control of my space, to find what I want, (XXXXXX), it's really an experience») ma la modalità di perseguimento di un obiettivo pianificato nei gruppi dei Makers e dei Creators, quanto l'atteggiamento volutamente privo di disagio nell'interazione con i materiali di recupero tipico dei Doers e degli Adapters induce a percepire un loro sentimento di sicurezza e per estensione di senso di controllo su quanto in corso di esecuzione.

f. annullamento della percezione di sé, che si ripropone più solido a seguito dell'esperienza di Flow

Analogamente a quanto riportato in riferimento al precedente punto (d) sulla percezione della fatica e distoglimento dalle frustrazioni quotidiane, anche l'annullamento della percezione di sé è stato ritenuto come non fattore non caratterizzante della pratica dagli intervistati del secondo step, con motivazioni analoghe. D'altro canto risulta confermata la percezione di sicurezza acquisita a seguito della conclusione delle attività, tale per cui i praticanti hanno dichiarato di sentirsi più sicuri nel tentare futuri operazioni simili o inerenti a campi sovrapponibili (Chipping Norton «I would do it again, I would tackle another one, but I wont say that I am not able anymore»; «So you can transfer it to other things of your life. It makes you feel more confident even with totally different things. It is an approach»; «So I realised how

it works and the mysteries disappeared. And then you feel more confident, "yes, I can do that, I can cope with this, as long I do it in the right way"»).

g. alterazione della percezione del tempo

Infine, è emersa o confermata alcune volte (forse meno di quanto ci si attendesse) la constatazione secondo la quale la percezione del tempo venisse drasticamente alterata durante l'esecuzione delle operazioni (Bob, Chipping Norton). Si è fatto spesso riferimento alle tarde ore notturne in cui i praticanti si rendevano conto dell'effettivo tempo trascorso, magari sottolineato dai familiari rimasti nel frattempo in attesa (Bob), ma poche volte questo dettaglio è stato incluso spontaneamente dagli intervistati durante il racconto della loro esperienza.

h. percezione di noia e di ansia

La teoria del Flusso, come ribadito, descrive la piacevolezza delle pratiche su un terreno limitato dalla percezione di noia e di ansia nei praticanti. Tali due condizioni limite sono emerse anche negli intervistati, in riferimento al disagio generato per compiti o uso di attrezzi apparentemente complessi (Tommy «Trapanare ad esempio non lo so fare, perché sono terrorizzato di sbagliare e farmi malissimo»; Bob in riferimento di attrezzi per professionisti»), e soprattutto alla noia percepita nel caso di operazioni lunghe e ripetitive (Chipping Norton, Placidia «siccome ciò che rende un lavoro alla fine non tanto gradevole quanto ben fatto è tutta la fase preparatoria ed è la più noiosa... la preparazione dei supporti, la levigatura, la mascheratura», Mr Shrimp). Eppure la ripetitività non necessariamente costituisce un limite alla soddisfazione generata della pratica, come per Duchi e le operazioni di verniciatura («A me verniciare piace, mi piace anche verniciare i caloriferi, mi rilassa. Mettermi lì e fare questo lavoro preciso, metodico, ripetitivo stancante quando diventa tanto ma deve essere anche di precisione perché la vernice va tirata a pennello, non a spruzzo. Mi rilassa, mi dà soddisfazione. Sono un po' una fai-da-

te»).

A proposito di soddisfazione e noia o ansia percepita, Kobie effettua un paragone con un'ulteriore attività praticata, ovvero la creazione di gioielli in leghe metalliche. La scala minuta di intervento porta Kobie a prestare attenzione o comunque praticare operazioni necessariamente meticolose e precise, che possono essere limitate nel caso del DIY. Considerato poi l'incremento dei costi dei gioielli e dei suoi materiali, la percezione di ansia risulta amplificata («So I enjoy less jewellery because I have to make boring things in between, rather than soring, cutting,... and because it's more expensive I have to be more carefully»).

L'approccio entusiasta alla pratica può portare ad atteggiamenti che alcuni intervistati hanno ritenuto 'ossessivi', in particolare gli Adapters - Jez e Kobie - con riferimento al tempo o alla cura del dettaglio investiti nella pratica, tale da sfociare per loro in uno stato di pressione e quindi ansia (Jez «so I can see that I could do it better but at some point it is enough and if I did more it becomes obsessional and too pressures and the value would not being in balance with the thing, I would be dissatisfied»; «Conscious of the people, especially men, carrying DIY tasks on obsessive way, but the enough level bring me Satisfaction on multiple level: skills, integration of mind and body, intellectual»). Il livello di ossessione è comunque un parametro relativo e variabile tale per cui nessuno degli intervistati si è dichiarato come 'ossessivo' nella pratica, anche nei gruppi dall'alto livello motivazione. Bob, ad esempio, appartiene al gruppo dei Creators e considera il DIY come un'opportunità («Not that I would be bored without DIY but it makes me [parole non identificabili, comunque intende appagato]»; «DIY is not fundamental in his life but it is an occasion»). Eppure gli non si considera un ossessivo («I am not consumerist neither I see some wood and I would like to do a spoon»).

Alcuni intervistati, soprattutto fra i Makers e i Creators, hanno esplicitato la frustrazione derivante da alcune operazioni, ma rimane la consapevolezza nella necessità di affrontare quella fase

per il raggiungimento del risultato finale, che verrà poi considerato soddisfacente e appagante (Marian «It's not always like fun fun fun, and it can be tiring but I can enjoy this work, especially when you finish»; «I could feel frustrated, and swear a lot, but not in a long term»; «The more frustrating than the more satisfying»; Chipping Norton «The reassembling was probably the most satisfying step, because stripping and waxing require elbow grist type of work that is very annoying»; «Assembling is the most difficult work because the work in between is just hard work. In the right mood I enjoyed during that but sometimes I forced myself to keep going a couple of hours more»; «Making shelves was quite repetitive and boring» ; Mr Shrimp «It can be frustrating when you look for things and cannot finish the composition. But when you find the pieces it is rewarding and you know that you can do your job»; «Sometimes it could be frustrating but I am also excited, frustration doesn't pinge. I have lots of excitement»). La volontà di superamento nella noia e la soddisfazione emergente può comunque variare in dipendenza dello scopo finale della pratica. Mr Shrimp, realizza alcuni progetti per la vendita, ha dichiarato il considerevole cambiamento nell'approccio per la creazione di oggetti non destinati a se stessi o a doni personali (Mr Shrimp «I might change from what you do for yourself in your spare time just for fun to do it for someone else»).

Tale fenomeno richiederebbe ulteriori indagini per la possibile deduzione secondo la quale effettivamente praticanti non interessati a generare output al di fuori dell'uso personale perdano di interesse e soddisfazione, e forse anche di qualità e coerenza del risultato con il progetto iniziale. Come conseguenze, ne risulterebbe la 'preservazione' del mestiere del progettista industriale in termini di professione.

Stile di vita e perseguire una visione anti-consumista

Le interviste hanno spesso riportato l'esplicitazione o infuso la percezione secondo la quale pratica del DIY per il recupero costi-

tuisse una conseguenza di un più generico stile di vita praticato o per coerenza con la personale visione della casa o anche del mondo (Possum «La nostra casa esprime un po' il nostro stile, la nostra cultura. Ci sono degli oggetti che per noi sarebbe inconcepibile tenere in casa, sarebbe una violenza per noi tenerli a casa nostra, perché non corrispondono assolutamente al nostro»). In particolare, ne risulta che la tendenza verso strategie di consumo sostenibile improntate alla riduzione dei rifiuti anche nella attività quotidiane esterne al DIY. Sono stati ripetutamente riferiti comportamenti per annullare o ridurre la produzione di rifiuti in tutti e 4 i gruppi di creatività, che condividono la naturale tendenza al riuso e alla riparazione.

Nel caso dei Makers come Marian e Mr Moonshine, è plausibile dedurre che la pratica del DIY è una conseguenza spontanea dal proprio lavoro. Marian, infatti, dichiara la convenienza della pratica per i lavori da effettuare nella casa che affitta, vista l'elevata ricorrenza di riparazioni da effettuare, risparmiando tempo e danaro. Mr Moonshine ha continuato a praticare la riparazione e la lavorazione diretta del legno anche da pensionato, installato cucine ed effettuando altri lavori inerenti. Per cui, la lavorazione dei materiali e la loro ottimizzazione è parte del mestiere. Si discosta invece l'ultimo dei Makers, Chipping Norton, per il quale il DIY non costituisce o contribuisce come fonte di reddito, ma è connesso alla volontà di apprendimento estesa anche a diversi strumenti musicale che ha imparato a suonare ad alto livello da auto-didatta. Seppur stia praticando il DIY per considerevoli opere di manutenzione e rinnovamento della propria casa, secondo lui, acquisire competenze, come quelle musicali, rappresenta più una modalità per dilettare le persone vicine.

Non considerando il caso di Marian per cui l'annullamento dei rifiuti è anche un aspetto di convenienza logistica che evita la noia di smaltire e Possum per il suo essere «non ecologico, ma abbastanza nostalgico», per gli altri praticanti ne deriva un modo naturale di essere e comportarsi piuttosto che una forzatura esterna,

una pura questione di convenienza o responsabilità (Fred&Doris «We can't stand the waste»; «Neighbours usually throw many thing away that I'd like to save (from TV, to mobile, gardening,...); Kobie «I do lots of recycling, repurposing, reusing the parts, and anything to avoid to waste it» : Mr Moonshine «there was a motivation [in reusing existing materials] [...] otherwise it would be burnt or allowed to rot»; Mr Shrimp «Recycling is a thing that I have always done, but I think it is an inheritance from my parents»; Bob «I don't like the idea of wasting»; «[about the 3 owned Land Rovers] It's not because I collect them but because they work so I don't like to throw them away»).

Placidia lega la sua pratica di recupero di oggetti anche dai cassonetti («lo ho preso dei mobiletti vicino al cassonetto. Era veramente delittuoso lasciarli lì») alla opportunità e necessità del riuso nella contemporaneità («abbiamo avuto in abbondanza, in eccesso, che non ci stanno più nelle case, che c'hanno stufato ma prima potevamo permettere come fazzoletto di carta, usarlo e gettarlo subito. Qui abbiamo un mondo pieno di roba, inutilizzata ma non inutilizzabile»).

Piuttosto, il riuso e la riduzione del rifiuto viene qui persino assunta come fonte di soddisfazione (Badger «Satisfaction also from saving from waste, of both materials and money») o anche una «questione estetica» come riporta Bob, riferendosi alla sfida progettuale che ambisce all'annullamento dello scarto, tale da determinare le caratteristiche dell'artefatto risultante (vedi le misure del cassetto da lui realizzato in dipendenza delle dimensioni del materiale di partenza). Nella pratica del far da sé Possum interpreta una questione di stile, di modo di essere contro la massificazione («a me dà fastidio uniformarmi, sono contrario a quel tipo di massificazione, ma mi dà fastidio quando arriva a certi livelli. Soprattutto ne faccio una questione di stile, non da ostentare ma proprio per essere in pace con me stesso. Preferisco godermi appunto i miei piccoli piaceri, come si può dire, creati da me»).

Coerentemente con questo spirito, alcuni praticanti hanno riferi-

to di altre pratiche e parametri di scelta orientati alla sostenibilità non solo ambientale ma anche sociale ed economica, come per le scelte operate da Bob sul cibo biologico o su altri campi condivisi con la partner che si occupa di «sustainability and green things»). A rafforzare la validità di tale deduzione, alcuni intervistato hanno argomentato il loro disaccordo o disallineamento con l'attuale società consumista, maggiormente evidente per le generazioni di praticanti più anziani (Fred&Doris, «Easycome-easygo society, so disposable»; «we hate waste, the world is drowning in waste»; «Wasting from students accommodations when they leave, close to their house: it's a crime»; Chipping Norton «I am not keen with the throw away culture»; Mr Shrimp «Clash with things produced in mass produce manner»). Infatti, Fred&Doris hanno ad esempio raccontato della loro preferenza per uno stile di vita frugale (Fred and Doris «We live quite frugally, we are resourceful»; «More warring for bought expensive tables, but I would not buy such kind of tables»; «We are not materialistic. People insist to have something new, we are quite happy of having a hotchpotch»), che trova amplificazione nella dichiarazione dell'adozione di un volontario impegno o approccio in opposizione al consumismo (Kobie «I don't want to buy things because I don't want to be consumerist»; Bob «I am not consumerist neither I see some wood and I would like to do a spoon»). Le argomentazioni più forti e decise sono attribuibili a Jez con l'esplicitazione del suo pensiero («I have also a political belief that we are consuming too much and our good life is in balance with the world»), della sua azione quotidiana in favore di stili di vita sostenibili («I've spent all my life about that and how I can change my behaviour»), e della sua ideologia per un'alternativa al capitalismo e in accordo con la sostenibilità sociale («I am interested in Social equality and why people say I can't»). Tali dichiarazioni hanno assunto una connotazione di forte consapevolezza espressa da una lucida presa di posizione anche nei confronti di marchi e organizzazioni comunemente considerate come attori positivi per la sostenibilità ambientale e

sociale (citando i casi di Apple che impedisce la riparabilità o di Oxfam che danneggia le economie locali) ma che riportando determinate scelte da loro effettuate si evince il suo impegno per lo meno verso l'informazione coerente con il suo pensiero.

Nel caso degli appena citati Adapters, la scelta del DIY per il recupero viene anche considerata come una modalità di espressione e pratica dell'indipendenza (Kobie «I like having problems, otherwise I look for problems») dal sistema circostante e dall'evolubilità delle situazioni. Jez sviluppa tale indipendenza anche nel suo lavoro di guida per «community development and social enterprises», tale per cui contribuisce a sviluppare l'autonomia dei cittadini sintetizzabile nel suo motto "I can do that here", le cui componenti sono: Identity, Beliefs, Skills, Action, Environment.

Quindi, seppur attraverso un campione esiguo, le interviste raccolte confermano un'ulteriore ipotesi secondo la quale la pratica del riuso e del recupero è contestualizzata in una o perfino amplifica la tendenza alla pratica di comportamenti consapevoli della questione ambientale e auspicabilmente sostenibili. Il risultato appare ancor più forte e rilevante considerato che la descrizione degli obiettivi dell'intervista e la tipologia di domande poste miravano esplicitamente alla pratica del DIY su oggetti esistenti, volontariamente evitando di introdurre la questione ambientale, proprio con l'obiettivo di rilevare se venisse considerata dai praticanti in modo spontaneo e non influenzato dal metodo di ricerca. La ricerca pertanto porta a confermare l'ipotesi per la quale sulla base di quanto effettuato e limitatamente alla persone coinvolte, il DIY per il recupero è decisamente una pratica che favorisce azioni soddisfacenti e sostenibili.

CAPITOLO 06

Praticanti: Interviste: in sintesi

Nel sesto capitolo è stato trattato il contenuto originale della ricerca derivato dalle interviste ai praticanti, nei due contesti di riferimento.

I contributi principali apportati da questo capitolo sono:

- l'individuazione e la descrizione di un metodo di intervista adeguato allo scopo, quali la variante qualitativa semi-strutturata (vedi inizio del capitolo), la rispettiva strutturazione (vedi paragrafo 06 2) e metodo di analisi (vedi paragrafo 06 3);
- la tipologia di responso da parte dei volontari candidati all'intervista, rilevando una reattività maggiore nella cittadina di Lancaster; soprattutto da richieste attraverso comunità basate su internet, mentre a Milano il contatto diretto ha riscontrato maggiori responsi positivi (vedi paragrafo 06 1);
- la classificazione degli intervistati coerentemente con i livelli di creatività definiti dalla Sanders (Doers, Adapters, Makers, Creators), e rispettiva descrizione (vedi paragrafo 06 4);
- la valutazione dei domini reinterpretati attraverso l'analisi delle componenti secondo la teoria della pratica, ovvero Materials, Skills e Meaning (vedi paragrafo 06 5);
- nello specifico della componente dei Materials (vedi paragrafo 06 6), ovvero le componenti tangibili della pratica, gli oggetti presi in considerazione sono molteplici includendo una vasta gamma di artefatti e funzioni dell'ambito domestico (con riferimento continui anche ad artefatti esterni ai confini domestici della ricerca);
- il legno è il materiale costitutivo maggiormente presente e apprezzato nella pratica, mentre limitata è la presenza di materiali plastici, fortemente criticati per durabilità e lavorabilità;
- gli attrezzi impiegati sono principalmente riferiti al materiale preponderante, il legno, e crescono in complessità, numero e specificità all'incremento di interesse e motivazione nella pratica, quindi soprattutto per i Makers e i Creators;
- la principale fonte di informazione è il dialogo con altre persone, mentre risulta limitato l'uso delle piattaforme web; soprattutto per i gruppi più motivati, la collaborazione con professionisti è particolarmente apprezzata e ritenuta formativa;
- le modalità di approvvigionamento degli artefatti prevedono principalmente il recupero e il dono da contatto diretto, seguito da acquisto, o recupero da contatti web, e infine reinterpretando quanto già posseduto;
- l'analisi della componente delle Skills (vedi paragrafo 06 7), riporta le considerazioni su competenze e abilità degli intervistati
- gli intervistati hanno generalmente espresso la consapevolezza del livello e della tipologia delle proprie abilità, condizione che predispone alla creazione di una esperienza di Flow e quindi di soddisfazione per il praticante
- gruppi di praticanti a livelli maggiori di competenze tendono a essere particolarmente critici nei propri confronti fino anche a frequentare eventi e persone per acquisire o affinare le proprie abilità che poi possono eventualmente essere trasferite in campi diversi e sommate fra di loro per compiti futuri
- rilevanti risultano le abilità di visualizzazione del risultato

- finale o più in generale del risultato verso il quale un artefatto non ancora lavorato potrebbe tendere valorizzando le qualità dell'intero artefatto, alcune sue componenti, il materiale costitutivo o la finitura superficiale, avvalorando il contributo che potrebbe derivare da uno studio della teoria dell'affordance di Gibson, soprattutto in termini di funzioni, lavorabilità e valore estetico
- le operazioni per tale valorizzazione di artefatti e qualità esistenti implicano generalmente o la riduzione degli elementi o l'applicazione di decorazioni.
 - le abilità sono generalmente acquisite durante precedenti stadi di formazione o esperienza nel contesto familiare, scolastico, lavorativo o personale, ulteriormente supportati dalle esperienze durante l'infanzia
 - per quanto concerne invece gli aspetti semantici, di Meaning della pratica, risulta che il coinvolgimento nella pratica del DIY e del recupero di oggetti sia parte del proprio stile di vita e scala di valori
 - le motivazioni principali sono connesse principalmente a risparmio economico, qualità maggiore per i materiali, valore aggiunto per l'artefatto, soddisfazione per la pratica, o stile di vita e perseguire una visione anti-consumista
 - il risparmio economico associato alla pratica viene apprezzato indistintamente da tutti i praticanti, anche i dichiaratamente benestanti, ed emerge distintamente in chi dichiara di provenire da un contesto a basso reddito o perfino povertà, tale per cui se disponessero di un patrimonio adeguatamente alto plausibilmente alcuni tenderebbero all'acquisto del nuovo piuttosto che alla pratica del recupero
 - il risparmio economico è riferito non solo alla realizzazione di commodities ma in alcuni casi anche ad artefatti che eventualmente avrebbero costi elevati anche per i benestanti
 - il risparmio economico constatato dalla pratica contribuisce

alla condizione di soddisfazione percepita

- laddove la pratica è stata sviluppata fino a prevedere occasionali commissioni retribuite mantenendo il recupero, due intervistati hanno riportato il cambiamento drastico nella sensazioni generate durante la pratiche, con connotazioni tendenzialmente negative
- è generalmente condivisa la percezione di maggiore qualità dei materiali impiegati in artefatti di riuso rispetto ai rispettivi appena prodotti, sintentizzabile in 'ciò che vale rimane', seppur è stato riscontrato anche il gradimento di materiali compositi e derivati del legno per la loro versatilità
- contributi semantici sono spesso associati agli artefatti in quanto incorporano un potenziale in termini di soddisfazione del bisogno di unicità, soddisfazione dalla pratica di recupero, contenitori di ricordi personali e collettivi, o visualizzazione delle relazioni interpersonali
- il bisogno di unicità può essere di tipo emozionale (tipicamente legato al recupero di artefatti appartenuti a persone care) o contingente (come la necessità di traslochi e riadattamento dimensionale o funzionale)
- la soddisfazione generata dalla pratica viene talvolta implementata dalla natura 'usata' e dal processo di recupero, plausibilmente perché infonde un senso di astuzia e ingegno nei praticanti
- il valore in termini di contenitori di memorie è riscontrato in tutti i gruppi di creatività e viene connesso sia a esperienze personali sia alla storia collettiva
- la visualizzazione delle relazioni interpersonali deriva dalla tendenza di alcuni a praticare le attività anche come occasioni di condivisione e scambio di risorse fra i praticanti o fra persone care (come il partner)
- la componente motivazionale si arricchisce della soddisfa-

- zione percepita in tutti i gruppi durante i compiti operativi del DIY per il recupero, tipicamente le attività manuali
- la soddisfazione derivante dalla pratica stesso può essere associata al contributo di ciascuna delle 8 componenti che ricreano una condizione di Flow (come teorizzato da Csikszentmihalyi) dove alcune emergono maggiormente, quali confrontarsi con operazioni che si possono portare a compimento, possibilità di concentrarsi su ciò che si sta facendo, identificazione di obiettivi precisi e ricezione di feedback immediati, possibilità di operare con senso di controllo sulle proprie azioni, alterazione della percezione del tempo, percezione di noia e di ansia
 - infine, la pratica del DIY per il recupero viene anche caricata di significato in quanto modalità di espressione di uno stile di vita praticato o coerentemente con la personale visione della casa e anche del mondo.

I
contesto
p.1

II
ambito
p. 31

III
strategia
p. 49

IV
field work

V
proposte
p. 267

6
PRATICANTI:
INTERVISTE
p. 139

7

8
DESIGNERS:
INTERVISTE
p. 205

9
CO-DESIGN:
ACTION RESEARCH
p. 222

CAPITOLO 07

SERVIZI PER LA TRASFORMAZIONE: OSSERVAZIONE PARTECIPATA

181 | Milano, cooperativa 'Di mano in mano'

186 | Lancaster, 'Furniture Matters'

Il seguente capitolo riporta i contributi dell'osservazione partecipata effettuata presso due enti per il recupero di rifiuti ingombranti dismessi, loro recupero e vendita, coinvolgendo persone con difficoltà di inserimento nel mondo del lavoro. L'osservazione, diretta ha permesso di identificare caratteristiche di materiali, artefatti, strategie logistiche e commerciale che avvalorano da un lato la potenzialità del riuso come opportunità economica, e dall'altro il contributo che il design apporterebbe qualora sistematicamente coinvolto nelle attività di questi servizi, soprattutto per valorizzare gli artefatti recuperati.

L'obiettivo della ricerca volto al coinvolgimento delle persone nei processi creativi per la trasformazione implica necessariamente l'iniziativa degli individui a praticare le attività di DIY (e a tal scopo sono state effettuate le interviste a coloro che già traggono soddisfazione da questa pratica). A completamento della pratica risulta cruciale intercettare gli artefatti che raggiungono il finevita. Come rilevato dalle interviste, i luoghi del recupero di Materials in tal senso è variabile e spesso deriva da negozi dell'usato e servizi simili.

L'azione di organizzazioni terze per l'intercettazione del rifiuto è in questa ricerca considerata di rilievo per il notevole contributo apportato in primo luogo per la potenziale riduzione delle quantità di rifiuti stessi nonché per lo stimolo offerto ai praticanti a recuperare. Difatti, come rilevato sia dalle interviste di questa ricerca che dagli studi sull'usato (vedi Gregson e Crewe, 2003), i coloro che recuperano oggetti usati sembrano trarre grande soddisfazione, fra gli altri, per la percezione di guadagno e dell'affare per essere entrato in possesso di un artefatto possibilmente di valore a fronte di una spesa limitata.

Considerato quindi il potenziale offerto da tali luoghi per il recupero, la fase empirica di questa ricerca ha incluso il coinvolgimento di organizzazioni che operano per la raccolta degli artefatti dismessi al fine di valutare anche di prima mano alcune dinamiche inerenti alla dismissione degli artefatti e il potenziale economico che questo fenomeno incorpora.

Come si leggerà nel corso della seguente trattazione, si constata come il settore dell'usato talvolta stimola l'attività di organizzazioni che si sostengono economicamente dagli affari di compravendita ma congiuntamente alla volontà di apportare benefici all'ambiente e al tessuto sociale. Tale per cui risultano decisamente promettenti ai fini di questa ricerca attività che operano proprio per il recupero degli artefatti a fine vita.

A tal scopo, ho indagato l'esistenza di negozi per l'usato (nel settore degli oggetti ad uso domestico) nelle città di riferimento della

ricerca, ovvero Milano in Italia e Lancaster nel Regno Unito. Di seguito vengono riportate le principali constatazioni e impressioni dalle esperienze in queste città. Il metodo utilizzato ha combinato l'intervista semi-strutturata qualitativa¹ con il metodo etnografico della Osservazione Partecipata, dall'inglese Participant Observation, ovvero uno studio della situazione che si vuole studiare direttamente su luogo dove gli attori coinvolti interagiscono. A tale scopo, i ricercatori

« accomplish this through observation alone or by both observing and participating, to varying degrees, in the study community's daily activities » (Mack et al., 2005).

Nel primo caso, di Milano, lo studio ha previsto fondamentalmente un approccio di osservazione, limitando l'attività di ricerca ai confini delle attività delle organizzazioni; mentre nel secondo caso, a Lancaster, è stata praticata una consistente fase di partecipazione oltre che di osservazione, con coinvolgimento attivo del ricercatore nei compiti da svolgere con l'organizzazione di riferimento.

\ 1 L'intervista è stata effettuata solo a Milano, in quanto è stato impossibile stabilire un contatto diretto e mediato con la fondatrice di Furniture Matters di Lancaster, associazione di riferimento per l'indagine su territorio inglese.

07 1 Milano, cooperativa 'Di mano in mano'

Il capoluogo lombardo ospita numerosi negozi dell'usato, siano essi piccoli spazi da attività di sgombero, con riferimento a un franchising, gestiti da cooperative, o legati al mondo del modernariato². Fra i negozi visitati, è stato approfondito il contatto con il rispettivo gestito dalla cooperativa 'Di Mano in Mano', per l'impatto sociale che l'attività promuove. Si tratta ad una prima visita di un ampio negozio in una zona semi-periferica di Milano (in viale Espinasse, 99) che raccoglie fundamentalmente da attività di sgombero diverse tipologie di prodotti distribuiti poi ordinatamente all'interno dello spazio, dal libro all'abbigliamento. Nel campo dell'oggetto domestico, sono trattati piccoli oggetti domestici a poco prezzo, oggetti pregiati e vintage, mobili comuni di

\ 2 L'indagine sui negozi dell'usato è stata volontariamente limitata a una visita di alcuni di essi in quanto la dimensione commerciale e della vendita coinvolge aspetti e dinamiche esterne a questa ricerca, e già affrontate in altre (vedi Gregson e Crewe, 2003). I negozi visitati nell'area di Milano hanno fatto riferimento ai risultati ottenuti dalle ricerche sul web. Seppur la maggior parte risultassero operativi nel campo dell'abbigliamento, fra i 10 e i 20 sono attivi nel mondo dell'arredamento e dell'oggettistica. Fra i negozi in franchising si annovera Opportunity Shop (in viale Jenner 12), mentre fra quelli improntati al modernariato vi è il Blitz Bovisa (in via Cosenz, 44). Il numero non è precisamente definibile ad una ricerca generale considerato che spesso non è specificata la tipologia di oggetti trattati e a conoscenza del ricercatore alcuni sono rivolti esclusivamente all'abbigliamento, o fundamentalmente all'elettronica seppur non sia escluso qualche articolo domestico come Cash Converter (in viale Vittorio Veneto, 12). Inoltre, altri centri per l'usato non sono risultati dalla ricerca sul web, seppur noti al ricercatore. È il caso del centro Remar della Chiesa Cattolica Parrocchiale Corpo Di Cristo (in via Pedroni, 30).

medie e grandi dimensioni, antiquariato e modernariato. L'attività è gestita da un'impresa sociale

« impegnata nel campo dell'inserimento lavorativo di persone svantaggiate e nella tutela dell'ambiente attraverso il riuso e il riciclo. Un'isola solidale dove si dà valore alle piccole cose, alle scelte alternative e all'incontro con le persone »³

costituita da 44 soci, 4 dipendenti e 27/30 persone svantaggiate, queste ultime generalmente accolte al suo interno con contratti di Borsa Lavoro e Lavoro Ergoterapico, dalla durata media di 6-9 mesi.

L'impegno sociale dichiarato affonda nei valori delle comunità di origine da cui si è sviluppata l'impresa. Partecipano attivamente diversi membri di comunità di famiglia, nello specifico di Villapizzone a Milano e Castellazzo (MI) composte da famiglie aperte all'accoglienza di minori e adulti in difficoltà. Da diversi decenni le due comunità si sostengono attraverso le attività di sgombero di cantine e appartamenti, e relative pratiche di smaltimento tramite strategie di riuso e riciclo.

La preponderanza dell'oggetto domestico rilevata in negozio e l'impatto sociale dichiarato sul sito della cooperativa e sul rispettivo documento di bilancio sociale sono i fattori principali che hanno portato ad approfondire la conoscenza di questa realtà attraverso una duplice tipologia di contatto. In primo luogo è stata chiesta un'intervista con uno dei soci fondatori e in secondo luogo la possibilità di praticare un'esperienza di Osservazione Partecipata (Participant Observation) presso gli spazi dell'impresa stessa. La prima mira a conoscere approfonditamente la realtà in questione e confrontarsi sui principali aspetti della ricerca, mentre la seconda ad acquisire dati e percezioni di prima mano sul mondo dell'usato laddove vengono promossi valori ambientali e sociali congiuntamente ad una opportunità economica.

\ 3 <http://www.dimanoinmano.it>

Intervista

La cooperativa si è dimostrata piuttosto collaborativa e disponibile a supportare la ricerca fornendo le informazioni richieste in un'intervista appositamente pianificata con Andrea, uno dei fondatori della cooperativa e membro di una delle famiglie della comunità di riferimento.

L'intervista semi-strutturata è stata sviluppata a partire da alcune domande generiche, accompagnate di volta in volta da domande specifiche inerenti ad aspetti peculiari della ricerca o a informazioni fornite dall'intervistato.

La prima domanda chiede di descrivere l'operato generale della cooperativa, la cui risposta viene argomentata facendo un necessario riferimento al contesto della comunità di famiglie da cui emerge l'attività di vendita dell'usato per i valori promossi. Nata negli anni '70 la prima delle comunità di famiglie, constatano come le attività di recupero di materiali per uso proprio appare interessante anche ad altre famiglie e si presagisce l'opportunità economica di trasformare le attività di recupero in sgombero ed eventualmente rivendita di quanto raccolto, seppur in modo piuttosto informale⁴, perseguendo comunque pratiche e stili di vita improntati alla semplicità e sobrietà.

In riferimento al momento storico,

« *C'era ancora più abbondanza. Siamo fine anni '70-'80. È il momento di massima ricchezza anche in Italia e molto poca attenzione anche all'antiquariato, al modernariato... c'è molto, nella società di Milano, consumismo proprio. Buttare via e ricomprare. C'era meno attenzione alle cose, ecco. Infatti i*

\ 4 Come riporta Andrea, l'attività lavorativa nasce come conseguenza della nascita delle comunità di famiglie, che nascono sostanzialmente da volontari rientrati da missioni nel terzo mondo, dove hanno vissuto uno stile di vita semplice, di villaggio, di semplicità, sobrietà e condivisione, e tentano di ricreare la stessa modalità di vita in Italia. Nel 1978 nasce la prima comunità familiare e poco dopo altre, che hanno rifunzionalizzato spazi fatiscenti con processi di autocostruzione a partire da quanto poteva essere recuperato.

primi che vengono a comprare tendenzialmente sono piccoli commercianti, antiquari... che scoprono quel posto dove si vendono cose a pochissimo che loro sapranno poi come restaurare e valorizzare ».

L'organizzazione delle attività si è nel tempo necessariamente evoluta rispondendo alla complessità di relazioni e compiti con una strutturazione e organizzazione dei compiti per garantire il sostentamento delle diverse famiglie. A tale scopo proprio il campo del riuso appare a loro promettente tanto da investire le loro risorse;

« *Noi non dovremmo tanto vivere sul lavoro di facchinaggio che facciamo, che è sottopagato, ma su quello che riusciamo a valorizzare delle cose che portiamo a casa. E le cose le valorizzi nella misura in cui le presenti bene. E quindi il negozio che sia meno possibile uno spazio modello mercatino da ruffa e più possibile un posto dove valorizzi o almeno uno spazio polifunzionale dove cerchi di avere un po' come facciamo uno spazio dove valorizzi determinate cose ».*

Coerentemente con i valori promossi, congiuntamente alla valorizzazione economica degli artefatti dismessi, i soci mirano anche a

« *valorizzare l'esperienza lavorativa delle persone [attraverso strategie per] professionalizzare. Quindi creare dei laboratori dove ognuno si specializza, chi nel restauro dei mobili antichi, chi nel modernariato, chi nei libri, chi nei vestiti, chi nell'oggettistica, quindi una specializzazione che ha un ritorno economico, perché sai riconoscere le cose e le valorizzi meglio. E anche un ritorno delle competenze della persona ».*

A tale scopo ai lavoratori vengono anche proposte occasioni di formazioni anche rilevanti, fino a diventare periti, in quanto, soprattutto laddove si coinvolgono persone con difficoltà,

« *mediamente ci siamo accorti che il lavoro è estremamente terapeutico. Il lavoro dà dignità alla persona [... le persone] [s]ono dentro a una struttura, con una sua gerarchia, organizzazione, bellezza, e la persona si sente valorizzata perché partecipa ad una esperienza lavorativa e dopodiché con questa esperienza vedi che la persona comincia a valorizzare le cose »*

come rilevato nelle loro esperienze soprattutto con ragazzi provenienti da condizioni disagiate.

Il valore della passione per il lavoro risulta cruciale, tale per cui

« *non lavoriamo con dipendenti, noi lavoriamo con soci. A me non serve un autista dipendente, che va, torna, non gliene frega niente. [...] bisogna coltivare le competenze di ognuno [...] bisogna creare degli spazi in cui la persona possa esprimersi. L'idea secondo noi è che quando uno sta bene lavora bene e per stare bene oltre a armonizzare il lavoro con gli altri aspetti della loro vita ».*

La professionalizzazione dell'individuo comporta anche una valorizzazione economica, sulla base di numerose esperienze, quali

« *[t]ogliere dal camion un muletto che si pensava di buttare via e venderlo a due mila euro in un'asta comunque verso te stesso e verso il gruppo dà soddisfazione. L'ho visto io questo, sono soldi che se non lo avesse riconosciuto li avremmo persi tutti ecco ».*

Andrea sottolinea anche il valore commerciale che la loro attività comporta, tipicamente intercettando oggetti di modernariato di valore, in quanto

« *è un settore molto richiesto, sia a Milano, la classica coppia un po' giovane, alternativa. È molto richiesto, noi mandiamo molta roba in asta, aste specializzate, come Boetto a Genova. Aste che lavorano proprio con... e quindi che ci permettono di avere quel surplus di guadagno. L'asta ti permette di valorizzare al*

massimo un pezzo mediamente e quindi di avere quel margine che fa stare in piedi tutta la baracca. Ultimamente lavoriamo anche con ebay, ma ebay è già una tipologia ».

L'esperienza di Di mano in mano porta a constatare come il perseguimento di valori etici sia coniugabile comunque con l'esigenza di guadagno o ottimizzazione dei profitti,

« *perché per stare in piedi devi essere competitivo alla fine dei conti, abbiamo sviluppato l'idea che abbiamo canali diversi e noi dobbiamo potenziare e collocare la merce nei canali in quei viene massimizzato il valore commerciale del pezzo. Quindi lo vendo in negozio, lo vendo su Ebay, ho un sito dove vendo online, lo mando in asta ».*

Le attività della cooperativa generano anche ulteriori opportunità economiche, con la richiesta di consulenze o competenze, tipicamente nel riconoscimento e valutazione di mobili raccolti, o per fornire seminari ai soci.

Con riferimento invece alla percezione che i clienti palesano verso la natura 'usata' degli articoli, Andrea riporta come

« *[r]ispetto a quegli anni ['70-'80], c'è molta più sensibilità in termini ambientali, e quindi il discorso del riuso e dell'usato. [...] Anzi a volte si fa della filosofia sul fatto che un altro prima di te avrà letto quel libro e poi ha avuto delle emozioni, dei sentimenti... il valore emozionale di questa cosa qua ».*

Le motivazione però apparentemente non sono solo economiche, poiché secondo lui

« *un po' la crisi avrà cambiato le cose, ma è soprattutto una questione culturale, una maggiore sensibilità all'ambiente [...] C'è anche un'attenzione proprio, uno stile trend, di chi gli piace sia nel vestito, prende l'arredamento, prende determinate cose... questi sono i clienti più interessanti, compra il mobile di modernariato. Poi c'è chi viene per necessità e lì secondo me più o meno quelli che venivano prima vengono anche adesso. E*

gente viene a comprare la cucina a poco prezzo ».

L'intervista, sintetizzando, restituisce alcune considerazioni fondamentali dagli attori del contesto dell'usato e del recupero, quali il contributo non solo commerciale ma anche sociale e formativo che può derivare da strategie di valorizzazione del rifiuto, soprattutto nel contesto attuale dove sembra affermarsi una diversa sensibilità verso l'ambiente rispetto ai decenni di affermazione del consumismo.

Osservazione Partecipata

Contestualmente alla chiusura dell'intervista è stata richiesta la disponibilità a lasciare osservare le dinamiche e le attività lavorative internamente agli spazi della cooperativa. Concordate le modalità di osservazione e interazione al fine di garantire la sicurezza e l'incolumità dell'osservatore, cioè il ricercatore, la visita presso i luoghi della cooperativa sia di Milano sia di Cambiago (MI), per un numero totale di ore di osservazione pari a circa 20. Le due sedi appaiono simili per modalità di strutturazione degli spazi, differendo principalmente nelle dimensioni degli spazi, pari a circa 400 mq nel primo caso contro i 2000 mq circa del secondo.

Entrambi le sedi sono dotate di uno spazio per l'accoglienza dei furgoni che provengono dagli sgomberi, dove avviene la selezione degli oggetti da vendere presso le aree del negozio o da smaltire dopo apposita separazione e differenziazione dei materiali. Nello specifico, le categorie di materiali smaltiti sono carta e cartone (destinati al riciclo), legno (per la generazione di truciolo), vetro e macerie, metalli non ferrosi, lampade ed elettronica, indifferenziato). La sede di Cambiago è dotata anche di aree di laboratorio per la riparazione, restauro, pulitura, immagazzinamento e fotografia soprattutto degli articoli di valore, mentre la sede di Milano incorpora gli uffici.

Lo spazio destinato alla vendita è similmente strutturato secondo

le tipologie e lo stile di riferimento degli articoli. I prodotti che la cooperativa raccoglie e vende appartengono a numerose categorie del consumo domestico (e per gli ambienti dell'ufficio), quali grandi mobili (cucine, salotti, sale da pranzo, camere da letto, ...), tessili (abbigliamento, accessori e tessuti), oggettistica (suppellettili, casalinghi, ...), elettronica (televisori, impianti audio, ...), arredamento ed oggetti da esterni.

Per quanto riguarda il negozio di Milano, manca praticamente la zona di magazzino se non per una piccola area destinata ad oggetti prenotati e pronti al ritiro. I magazzini sono collocati nella sede di Cambiago e ospitano una grande quantità di oggetti, anche apparentemente piuttosto valevoli, quali artefatti liturgici e antiquariato.

Il processo di recupero di tali oggetti avviene tramite prenotazione, seguita da valutazione degli articoli da parte del personale addetto che attribuirà un valore tale per cui lo sgomberò avverrà possibilmente a pagamento, gratuitamente o perfino offrendo un contributo in dipendenza del valore di quanto contenuto nel luogo da sgomberare, e quindi al potenziale di vendita. La valutazione economica viene effettuata da alcuni riferimenti interni alla cooperativa soprattutto in base allo stile di appartenenza (Enrico per l'antiquariato ed Adriano per il modernariato) eventualmente supportati da consulenti esterni per articoli di particolare pregio. Gli sgomberi avvengono generalmente in mattinata, così da procedere alla preparazione del materiale raccolto e la sua disposizione in area vendita prima dell'apertura pomeridiana durante i giorni feriali, per una stima di circa 5-6 sgomberi al giorno, come suggerito da un borsista.

Gli interventi di riparazione e restauro sono limitati e destinati agli artefatti di pregio, da cui si deduce un consistente riscontro. Oggetti di medio e scarso pregio che richiedono interventi di riparazione e restauro sono destinati ad aree di vendita dedicate. Molti vengono comunque smaltiti se il ritorno economico non appare apprezzabile. Nicky, che opera nello smistamento degli ar-

ticoli che arrivano dagli sgomberi, stima che circa 60% di quanto recuperato viene direttamente smaltito senza essere rivenduto o riparato per l'inconvenienza economica, tale per cui si identifica un primo aspetto che possa plausibilmente essere risolto con il contributo della ricerca del progetto, ovvero su modalità agevoli di intervento su prodotti di scarsa qualità o stato per valorizzarli ed evitarne la dismissione.

Le attività di restauro sono praticate nell'apposito laboratorio, collocato sul soppalco della sede di Cambiagio, dotato di macchinari e attrezzi, tipicamente per la lavorazione su legno.

Per quanto concerne lo spazio per l'esposizione e la vendita, la categoria dell'arredamento e parzialmente dell'oggettistica è ulteriormente suddivisa secondo le epoche dell'antiquariato, in stile, modernariato e contemporanea.

In occasione delle 2 sessioni di osservazione nella sede di Milano, il quantitativo di oggettistica e piccoli elementi appare pressoché simile. La percezione è di uno spazio adeguatamente fornito, ma non affollato. La merce risulta ordinatamente disposta, tale da accogliere, nel rispettivo reparto di 6x4,5 m, 9 divani da 2-3 posti, 1 poltrona e una seduta in plastica, oltre a 2 attaccapanni, una struttura in ferro battuto disassemblata, un cesto colmo di quadri e cornici, valigie e lampade da terra. Lungo alcune pareti sono disposti gli elementi che compongono diversi armadi. Nell'area adiacente sono esposti mobili da soggiorni di dimensioni medio-grandi, librerie, cassetiere, da fungere quasi da quinta per la parte di oggettistica di valore medio-alto (bicchieri, stoviglie, lampade, suppellettili, oggetti etnici, vasi, oggetti d'epoca, ...), visibile dall'ingresso. Dall'ingresso risulta anche ben in mostra l'area destinata all'antiquariato, plausibilmente a valorizzare gli spazi. La scala di accesso al soppalco destinato al modernariato, collocato al di sopra dell'area dell'antiquariato e della zona soggiorno, è costeggiata da lampadari di varia natura. Il soppalco pertanto è ampio circa il doppio delle altre aree (12x4,5m) e ospita articoli di pregio del '900, soprattutto anni '50 e '60 (tavoli, sedie, casset-

tiere, buffet, librerie, vetrine, lampade, chaise lounge, fotografie e quadri, abbigliamento vintage. I rispettivi mobili di medio-basso valore sono invece collocati nella parte opposta del negozio.

Data la vastità di tipologie di articoli, i materiali e le finiture sono altrettanto variabili, tale per cui risulta arduo identificare elementi ricorrenti, oltre alla natura fundamentalmente lignea di alcuni mobili da soggiorno e soprattutto degli armadi. Non mancano comunque elementi in plastica o metallo.

Gli oggetti che risultano invenduti dopo circa un mese dall'esposizione tendenzialmente vengono scambiati con i rispettivi presso la sede di Cambiagio per favorire la visibilità a una più vasta clientela.

All'apertura del negozio, affluisce una copiosa quantità di clienti, soprattutto rigattieri e rivenditori di usato presso fiere settimanali, secondo quanto riportato dal personale del negozio. Da estraneo alla cooperativa è difficile distinguere i provati dai rivenditori, per cui risultano poco chiare le dinamiche che possono guidare un praticante alla scelta dell'articolo usato.

Durante l'osservazione, il personale e coloro che sono stati accolti a svolgere un lavoro temporaneo presso la cooperativa come forma di riabilitazione o formazione si sono mostrati curiosi nei confronti della mia ricerca e soprattutto disponibili a informare e raccontare la propria storia. In generale si percepisce un distinguibile senso di soddisfazione dal lavoro e dall'interazione con gli altri lavoratori. Da osservatore si percepisce l'operosità individuale di contribuire all'attuazione di un progetto comune, in cui ciascuno appare anche emotivamente coinvolto. Tale percezione necessita di ulteriori studi e valutazione da personale appositamente formato, ma le parole proferite da alcuni lavoratori rendono plausibile una conferma di questa percezione.

Pertanto, dall'osservazione presso le due sedi della cooperativa Di mano in mano, risulta fundamentalmente che:

Le attività di recupero possono offrire un'occasione di formazione e soddisfazione per chi lavora e opera in questo settore

Gli artefatti dismessi incorporano un potenziale anche elevato quando si intercettano oggetti di valore sia commerciale sia culturale

La variabilità degli oggetti dismessi è vasta, per tipologia e stato dell'oggetto. Una frazione consistente di artefatti e materiali viene comunque dismessa a causa degli eventuali costi di ripristino.

07 2 Lancaster, 'Furniture Matters'

La cittadina di Lancaster, nel Lancashire, è abitata da circa 46.000 abitanti, con un'affluenza di ulteriori 17.000 studenti circa, per la rilevanza del campus universitario. Plausibilmente proprio l'elevato numero di cittadini temporanei della città e coerentemente a quanto suggerito da alcuni intervistatori a proposito della relativa povertà economica della città e regione, numerosi sono i centri e i negozi per la vendita dell'usato in favore di associazioni no-profit, che rivendono artefatti donati e a prezzi piuttosto esigui, ovvero i famosi Charity Shops quali St John's Hospice (sito anche nel campus universitario), Cancer Research, Bernardo's, Scope o Age UK, tutti collocati nelle vie centrali della cittadina. La maggior parte rivende abbigliamento, accessori e piccola oggettistica; altri sono specializzati, ad esempio, in libri e musica (vedi Oxfam) o anche arredamento (vedi YMCA e Furniture Matters).

Quest'ultima, Furniture Matters (FM), è un progetto per il recupero di artefatti destinati al fine-vita e intercettati a supporto di famiglie disagiate, sia fornendo gli oggetti ancora in buono stato a prezzi modici sia accogliendo persone con problematiche di reintroduzioni nel mondo del lavoro. Il progetto è noto alla cittadina soprattutto attraverso il negozio in centro di mobili ed elettrodomestici a prezzi modici, seppur non particolarmente vantaggiosi. La sede operativa e i magazzini sono collocati nell'area industriale del paese limitrofo, Morecambe. Da qui, difatti, partono i furgoni per la raccolta e la consegna dei rifiuti ingombranti, partecipando pertanto al servizio di raccolta cittadino per quanto concerne gli oggetti ancora usabili. Le categorie di oggetti accettati sono:

- mobili (tavoli, sedie, divani, credenze, arredamento per uffici, letti e materassi, ...)
- computer e attrezzatura informatiche
- elettrodomestici (lavatrici, aspiravolvere, microonde, frigoriferi, lampade, ...)
- biciclette (gestite poi dall'associazione annessa Pedal Power).

Oggetti appartenenti a categorie diverse o in condizioni non riusabili vengono raccolti dal servizio parallelo, denominato Bulky Matters.

Al fine di disporre di una descrizione del sistema di riutilizzo di artefatti domestici nella cittadina di Lancaster, la ricerca sul campo ha incluso un periodo di osservazione partecipata presso FM, in cui sono state osservate le dinamiche di raccolta, restauro e consegna degli articoli, congiuntamente alle testimonianze delle persone coinvolte nel progetto.

La scelta della città di Lancaster è sostanzialmente basata sulla coincidenza del periodo di stage all'estero speso in questa cittadina inglese per seguire da vicino lavori di rilievo sui temi di questa ricerca, quali il rapporto fra DIY, sostenibilità e design. La volontà di effettuare l'osservazione partecipata in questo luogo è stata avvalorata dall'affermata cultura dell'usato, come rilevato dalle interviste, e dai numerosi apprezzamenti indicati in riferimento a FM per l'impatto ambientale e sociale che l'organizzazione ha sulla città, per cui è stata considerata come caso da osservare anche per l'identificazione di fattori cruciali all'affermazione del successo di iniziative che promuovono un contributo alla questione ambientale congiuntamente all'impatto sociale.

Osservazione Partecipata

L'osservazione partecipata presso FM è durata 40 ore circa, come rilevato dal foglio delle presenze generalmente compilato da coloro che desiderano chiedere il rimborso delle spese di trasporto per gli spostamenti da e per la sede di Morecambe.

L'obiettivo dell'osservazione e partecipazione è in primo luogo venire a contatto stretto con la tipologia e stato di oggetti dismessi, congiuntamente all'identificazione – come anticipato – di fattori chiavi per il successo di tale iniziativa e servizio, da tenere come riferimento per eventuali proposte che emergono da questa tesi di dottorato.

La procedura per l'accoglienza di un ricercatore presso gli spazi del magazzino di FM ha previsto l'esplicazione degli obiettivi della ricerca e la dichiarazione di volontà di partecipazione attiva e volontaria ai compiti che l'organizzazione quotidianamente svolge. Accettata la proposta dalle risorse umane, è stata seguita una procedura burocratica stabilita che prevedeva in primo luogo un colloquio mirato a verificare le caratteristiche, bisogni ed eventuali problemi del candidato. È stato poi richiesto di frequentare il primo corso disponibile per la formazione e la sicurezza (a distanza di circa un mese dal colloquio).

Le tipologie di attività esplicitate e concordate con le risorse umane prevede il contatto diretto con il materiale recuperato e consegnato, evitando quindi le fasi inerenti alla vendita e all'amministrazione. In termini di numero di ore offerte come disponibilità settimanali di circa 15-20 ore, dal lunedì al sabato.

La procedura per la partecipazione alle attività prevede la registrazione in entrata e in uscita per motivi di sicurezza e l'indosso dei dispositivi di sicurezza (guanti, stivali e giacca catarifrangente per la maggiore) forniti dalla struttura stessa. A completamento delle attenzioni per il personale, sono a disposizione alcuni accessori per la pausa pranzo e thè, quest'ultima regolarmente attesa, ogni circa 2 ore.

Le attività generalmente partono con il recupero (gratuito) o la consegna (a cifre modiche) dei prodotti dei donatori o dei clienti con cui è stata concordata la data e l'ora in modo piuttosto flessibile. La consegna avviene generalmente direttamente nella stanza di collocazione del prodotto, indipendentemente dalle dimensioni o peso, come personalmente verificato nel caso di una lavatri-

ce o di un salotto. Talvolta però la consegna avviene sulla soglia, soprattutto per oggetti di piccole dimensioni o se gli articoli da recuperare si trovano già all'esterno e in aree adiacenti alla casa (tipicamente i garage). La partecipazione alle attività di consegna e recupero è possibile solo dopo aver frequentato una breve introduzione alle norme di sicurezza inerenti alle operazioni che coinvolgono il furgone di trasporto, tipicamente le manovre e la movimentazione del carrello, per garantire l'incolumità del volontario. La successione delle operazioni di consegna e raccolta segue un piano definito dagli uffici in dipendenza delle distanze da percorrere, considerato che il servizio è attivo su buona parte della contea. La distanza più lunga percorsa dal personale di trasporto con cui ho dialogato è stata di circa 25 miglia (fino a Preston) seppur non sia un evento comune. Sono tenute in considerazione specifiche richieste dei clienti o la preferenza per le operazioni di scarico prima al fine di rendere più agevoli eventuali operazioni seguenti di carico nel furgone.

Il numero di viaggi effettuati quotidianamente è piuttosto variabile. Su esperienza personale, un sabato mattina (5 Novembre) sono state pianificate 5 raccolte (un tavolo e 4 sedie, una poltroncina, una poltrona reclinabile, un settimanale, e un materasso) e 3 consegne (2 set di divano con rispettive poltrone e una lavatrice); la settimana seguente (12 Novembre) sono state pianificate 2 raccolte e 3 consegne, tutte nella cittadina di Morecambe, seppur solo 3 compiti sono stati portati a termine (uno per richiesta di procrastinamento pochi minuti prima dalla consegna e l'altro per l'impossibilità di recupero gratuito di articoli in cattive condizioni. Pertanto è stato consegnato un materasso, mentre è stato raccolto quanto lasciato nella stanza di un ospizio (una cassettera in laminato e un mobiletto di buona fattura). Anche in questo caso i due mobiletti raccolti presentavano dei difetti da ripristinare, quali una maniglia da sostituire e un graffio superficiale, ma data la facilità di intervento la raccolta è stata approvata, diversamente da quanto avvenuto per una poltrona in cattive condizioni.

Inoltre, in questo recupero sono stati anche raccolti altri oggetti di poco valore fuori lista su indicazione di un'impiegata dell'ospizio, seppur generalmente tali azioni sono evitate.

Dal punto di vista progettuale e ai fini della ricerca, queste esperienze hanno consentito di verificare che è il personale dedito ai trasporti che spesso si ritrova a valutare la qualità degli oggetti da recuperare, seppur non sia formato a tale scopo. Da qui si evince l'interesse promosso da Andrea di Di Mano in Mano a formare i lavoratori anche a riconoscere gli articoli di valore.

Inoltre, i criteri di riferimento per il personale del trasporto inglese riguardano la restaurabilità dell'oggetto in termini di ripristino dell'aspetto originario dell'oggetto (tramite levigatura, sabbatura o sostituzioni di pezzi), ma non vengono affatto considerati possibili usi alternativi.

In un'altra occasione (la mattina del primo Novembre), sono state effettuate 5 consegne (2 lavatrici, un divano con poltrona, un materasso e un set di tavolini) e 2 raccolte (letto singolo con materasso e arredamento d'ufficio con attrezzatura elettronica). In quella circostanza, tutti i compiti sono stati portati a termine, incluso il trasporto a mano di una lavatrice al primo piano, attraverso uno stretto passaggio che richiedeva il suo sollevamento al di sopra di due auto parcheggiate. Durante una consegna è stato però constatato un difetto ad una poltrona, per cui è stata offerta la possibilità al cliente di attendere la sua riparazione, oppure la sostituzione dell'articolo o perfino il rimborso.

In generale, 8 compiti nelle città di Morecambe e Lancaster e aree circostanti sono considerate una stima media di riferimento, seppur il personale ricorda un minimo di 3 e un massimo di 10 compiti in una giornata lavorativa. In caso di mancato recapito, viene effettuata la chiamata al contatto telefonico fornito durante la prenotazione e in caso di mancato reperimento del cliente viene lasciato una lettera di notifica invitando a ricontattare l'azienda. Gli oggetti raccolti (esclusivamente in buone condizioni) o le mancate consegne vengono riportate quindi al magazzino. Qui si

procede con le operazioni di scarico seguendo le norme di sicurezza e di collocazione temporanea dell'articolo nell'area per la generazione del codice identificativo del prodotto. Il codice è costituito dalle lettere FM (ovvero Furniture Matters) seguite da un acronimo di 2 o 3 lettere a indicare la tipologia di oggetto⁵, e un numero. Infine l'articolo viene collocato nell'apposita area di appartenenza in dipendenza della tipologia di prodotto, praticando rigorosamente le procedure per l'adeguata e sicura manipolazione degli oggetti, soprattutto gli ingombranti e i pesanti.

Gli articoli che necessitano di operazioni di manutenzione, riparazione e restauro sono collocati negli spazi appositamente allestiti (vedi paragrafo seguente).

Gli articoli destinati alla consegna durante la settimana vengono etichettati con nome del cliente e data di consegnati e poi collocati in un'area (divisa secondo i giorni della settimana) del magazzino prossima all'uscita da dove accedono i furgoni per le operazioni di carico e scarico. Gli articoli destinati allo showroom seguono l'ordine fornito generalmente dal responsabile del negozio. Rimane vietato l'accesso ai magazzini e la selezione degli articoli direttamente da parte dei clienti seguendo un principio di equità e garantire pari opportunità di occasioni per valevoli articoli. Talvolta è il responsabile del magazzino a proporre articoli al responsabile del negozio, soprattutto nel caso di oggetti valevoli appena raccolti, quali 4 sedie stile Thonet in buone condizioni o una decorazione da camino in stile Decò, come esperito durante il periodo di osservazione e partecipazione.

Alcuni articoli pregiati vengono venduti su piattaforme di marketplace come Ebay al fine di ottimizzare le possibilità di guadagno, similmente alla strategia adottata da Di mano in mano, seppur con un livello di investimento di energie inferiore in termini di articoli proposti sul web o foto dell'articolo.

Tipologie e caratteristiche degli oggetti

Le tipologie di riferimento per l'immagazzinaggio sono letti, materassi e strutture (area centrale), circondati da divani, arredo d'ufficio, elettronica ed elettrodomestici. Nel capannone adiacente vengono collocati tavoli e sedie, dispense e armadi. Nello spazio intermedio fra il primo capannone di immagazzinamento e gli uffici è collocata l'area per le riparazioni e il restauro.

Durante il periodo di osservazioni sono state fatte delle stime approssimative di articoli immagazzinati, pari a circa:

- 30-50 tavoli (anche pieghevoli), con una media di 4 sedie ciascuno
- 40 set di divani e rispettive poltrone
- 30 armadi
- 50 dispense e credenze
- 50 materassi e relative strutture letto, di diverse dimensioni
- un'indefinita quantità di elementi da ufficio, poco ordinatamente disposte.

L'osservazione di tali articoli restituisce le caratteristiche principali degli articoli in termini di:

- materiali e stato
- stile e gusto (piuttosto inglese)
- manifattura e artigianato.

Per quanto concerne i materiali, gli articoli di arredamento raccolti sono costituiti quasi esclusivamente in legno, con parti in imbottitura e tessuto per divani, poltrone e letti. Spesso però gli articoli sono rivestiti da laminati dall'aspetto del legno o realizzati in materiali compositi a base lignea. Raramente sono stati notati articoli realizzati in metallo, esclusi i componenti strutturali e la viteria o gli elettrodomestici.

Lo stato degli articoli è mediamente molto buono, coerentemente con i parametri di selezione per la raccolta esplicitati da FM, e la

⁵ \ BST=Bed Side Table, CH=Chest of Drawers, EC=Easy Chair, MSC=Miscellaneous, SO=Sofa, WRS=Wardrobes, ...

qualità dei materiali è generalmente apprezzabile per la solidità e robustezza. Gli articoli che non assecondano i parametri di qualità o danneggiati vengono collocati in container esterni al magazzino e disassemblati secondo i criteri di raccolta differenziata dei materiali. In tali container sono stati notati anche parti e componenti interessanti per eventuali decori, forme, qualità del materiale, ganci, tali per cui un intervento di progettisti per il recupero di questi potrebbe essere auspicabile a ridurre ulteriormente la quantità di rifiuti generati e/o per salvare articoli con un potenziale che non viene riconosciuto dal personale di FM, non formato a questo scopo.

Per quanto concerne gli aspetti estetici e di stile, la maggior parte degli articoli lignei appare particolarmente datata, con tonalità di colore scure e maniglie in ottone ormai ossidate. Le caratteristiche di questa tipologia di articoli potrebbe appartenere allo stile che il praticante intervistato Mr Shrimp ha definito '*brown furniture*' appunto, con riferimento allo stile georgiano. La maggior parte delle sedie raccolte riproduce lo stile Windsor o uno stile tradizionalmente inglese. L'area del magazzino destinata alla sedute appare come da descrizione ancora una volta da Mr Shrimp di un museo della storia inglese attraverso la sequenzialità degli stili differenti delle sedie stesse.

Gli articoli raccolti palesano caratteristiche inerenti alla manifattura, sia essa artigianale o industriale, talvolta prodotti con metodi interessanti o da marchi noti, quali delle sedie di Parker&Knoll (azienda di arredamento inglese) o la LLC (forse acronimo della London Company).

Restauro e riparazione

Lo spazio destinato al restauro e alle riparazioni è adeguatamente allestito e fornito delle attrezzature manuali ed elettriche necessarie. La tipologia di operazioni effettuate riguardano il recupero di segni di usura o rottura di componenti generalmente lignee e talvolta imbottiti. Alcuni membri del personale erano dediti a tali

operazioni (soprattutto un anziano scozzese, spesso conducente dei furgoni in missione), per quanto non specializzati. Fra questi, un volontario (donna, di circa 60 anni) collabora un paio di giorni a settimana per le operazioni di restauro, applicando quanto imparato dal padre falegname.

Durante le mie ore di osservazione e partecipazione, sono stato coinvolto in diverse operazioni, quali

- la sostituzione di maniglie rovinata o mancanti da cassettiere e mobiletti, recuperando interi set di maniglie (sia metalliche che lignee) fra quelle precedentemente conservate
- il restauro di un grosso mobile in legno, a partire dalla sua levigatura a mano, seguita dalla riparazione della cerniera di una sua anta, e infine dalla finitura con tinteggiatura e cera
- il consolidamento del tessuto di un cuscino di una sedia da pranzo alla sua struttura
- la ritinteggiatura di piccoli graffi e segni di usura su articoli in legno.

Gli elettrodomestici vengono riparati nell'area adiacente, soprattutto lavatrici, forni, fornelli, aspirapolvere e perfino camini elettrici, seguendo anche fasi di verifica del funzionamento (tipicamente avviando cicli di lavaggio con le lavatrici). Uno spazio chiuso è invece dedicato alla riparazione di articoli informatici, con impiegati specializzati disponibili a dare una mano talvolta nel resto del magazzino.

Qualora gli oggetti raccolti non venissero considerati più utili o riutilizzabili, la procedura di smaltimento segue la gerarchia delle 3 R, a partire dalla preferenza per il riutilizzo di componenti, ed eventualmente il riciclo e infine il recupero.

Per quanto concerne lo spazio dedicato a riparazione e restauro di articoli di arredamento, ritengo personalmente che il laboratorio non risulti adeguatamente attrezzato rispetto ai livelli riscontrati nei luoghi della pratica degli intervistati. La motivazione plausibilmente risiede nei costi connessi alle operazioni di ripa-

razione tale per cui si applicano solo agli oggetti valevoli e non viene considerato forse un ambito per l'investimento di risorse. Da qui la conferma dell'intuizione già proposta con riferimento alla cooperativa Di mano in mano di un contributo del design proprio a implementare tali operazioni, proponendo soluzioni rapide per il recupero a basso costo di oggetti poco valevoli.

Impatto sociale

Durante la permanenza presso FM, ho avuto occasione di ricevere sensazioni ed elaborare impressioni anche in merito all'impatto sociale dell'associazione. Alcune delle persone e volontari incontrati hanno presentano disagi fisici, mentali o sociali che vengono qui considerati marginali o come elemento di riflessioni per la definizione dei compiti che ciascuno può assecondare in totale sicurezza. Tutte le persone incontrate sono particolarmente attive nelle attività, talvolta focalizzate ad esempio sulla riparazione o sulle missioni, e appaiono felici del contesto in cui si trovano e delle persone con cui interagiscono. Fra questi, ho avuto modo di dialogare abbondantemente con J., un ragazzo ventenne con problemi cardiaci che da tempo aiuta FM col pretesto impiegare il proprio tempo e interagire con persone piacevoli. Il contatto ravvicinato con J. ha permesso anche di venire a conoscenza delle storie di altri volontari, tali per cui il contributo di FM in termini sociali risulta ad opinione personale valido ed efficace.

CAPITOLO 07

Servizi per la trasformazione: osservazione partecipata : in sintesi

Il settimo capitolo riporta i contributi principali derivanti dall'esperienza di Osservazione Partecipata presso due enti per il recupero di rifiuti ingombranti dismessi, loro recupero e vendita, coinvolgendo persone con difficoltà di inserimento nel mondo del lavoro.

Nello specifico, la cooperativa con sede a Milano, Di Mano in Mano:

- ha una decisa natura con impatto sociologico rafforzata dalle esperienze missionarie pregresse dei fondatori e dall'attuale connessione a una comunità di famiglia
- interpreta l'opportunità economica del riuso congiuntamente all'impatto sociale e ambientale
- amplifica le predisposizioni e le capacità delle persone coinvolte, anche formandole e professionalizzandole per valorizzare la dignità e il lavoro
- utilizza diversi canali di vendita e coinvolge anche figure esterne professioniste per valorizzare al massimo quanto intercettato fra gli artefatti dismessi, ampliando le occasioni e gli impatti economici
- ha un impianto logistico collaudato che prevede aree di accoglienza delle merci recuperate quotidianamente, differenziazione e smaltimento dei rifiuti, laboratorio di restauro e ripa-

razione, magazzino, catalogazione e fotografia per vendita su canali virtuali, vendita diretta per tipologia di artefatto (casalinghi, arredamento, abbigliamento, libri) e anche stile per gli oggetti di valore (suppellettili, antiquariato e modernariato)

- predilige comunque dismettere circa il 60% di quanto recuperato in quanto le condizioni degli oggetti, per quanto accettabili, spesso richiedono interventi di riparazione e ripristino che non restituiscono la convenienza economica e quindi l'occasione di guadagno, tale per cui interventi da progettisti a valorizzare tali artefatti con limitato sforzo plausibilmente incrementerebbe il contributo ambientale in modo esponenziale
- attraverso la pratica di recupero apporta un consistente vantaggio sia ambientale grazie ai processi di differenziazione e talvolta culturale considerato il valore di numerosi artefatti salvati da eventuali dismissioni incontrollate

Per quanto concerne l'Osservazione partecipata in Inghilterra, Furniture Matters

- ha una forte connotazione sociale per il coinvolgimento delle persone nelle attività quotidiane
- diversamente dal caso milanese, è in rapporto di collaborazione con la municipalità locale che ne demanda ad essa il servizio di smaltimento dei rifiuti ingombranti e non solo
- è strutturata con aree del tutto analoghe al caso milanese, includendo però anche apparecchiature elettriche ed elettroniche, prevedendo la riparazione e relativa verifica di corretto e sicuro funzionamento
- dichiara l'effettiva necessità di personale adeguatamente formato e preparato nel riconoscimento e attribuzione di valore agli artefatti rilevati
- contribuisce decisamente alla riduzione degli impatti ambientali derivanti ai rifiuti, operando anche una diligente

differenziazione

- effettua ricorrentemente interventi di restauro e riparazione ma limitatamente a piccole operazioni e coinvolgendo personale non specializzato.

I
contesto
p.1

II
ambito
p. 31

III
strategia
p. 49

IV
field work

V
proposte
p. 267

6
PRATICANTI:
INTERVISTE
p. 139

7
SERVIZI:
PARTICIPANT OBSERVATION
p. 189

8

9
CO-DESIGN:
ACTION RESEARCH
p. 222

CAPITOLO 08

IL DESIGN PER LA TRASFORMAZIONE

18 | Progettare la trasformazione

25 | Catalizzare la trasformazione: interviste a progettisti

Il seguente capitolo riporta i principali contributi riscontrati dal mondo del product design inerentemente alla fase di trasformazione del prodotto, a prescindere da un coinvolgimento attivo delle persone. A tal scopo verranno prima presentati i prodotti di designer internazionali e in seguito le principali riflessioni da parte di progettisti che operano per il coinvolgimento delle persone nei processi trasformativi dei propri artefatti o di spazi vissuti.

08 1 Progettare la trasformazione

La professione del progetto ha indagato i processi di trasformazione di artefatti esistenti nel campo dell'arredamento e dell'oggetto domestico modo molteplici modalità. Tali processi non necessariamente prevedono il coinvolgimento dell'utente finale del prodotto, ma sono stati identificati interessanti linguaggi ed elementi innovativi emersi dalla trasformazione, che possono a loro volta ulteriormente stimolare la loro replicazione o indagine da parte di praticanti non professionisti.

Nel design, processi di rifunzionalizzazione sono stati ampiamente esplorati. Storicamente è noto il movimento del Ready-Made italiano degli anni '50 quando i designers hanno interpretato prodotti o componenti esistenti per creare nuove combinazioni di oggetti, quali Mezzadro, Sella (1957), Toio (1962) e Luminator (1955) dei fratelli Castiglioni¹.



La tendenza al recupero e alla rifunzionalizzazione di prodotti esistenti e magari scartati si è manifestata nuovamente negli anni '80. È emblema di tale spirito la poltrona creata da Ron Arad nel 1981 riusando un sedile di un'automobile, Rover 200, collocato su un telaio Kee-Klamp degli anni '30;

« [t]he Rover Chair and the products that followed captured London's early 1980s spirit of rugged individualism and post-punk nihilism set against a backdrop of urban blight. Arad

\ 1 Dopo almeno 50 anni dal progetto, i prodotti citati sono ancora in produzione da Zanotta i primi due e da Flos gli altri.

represented a generation of self-taught designer-makers who began the decade making their own work out of economic necessity and ended it as the darlings of the newly-wealthy, commanding art-market prices for one-off pieces »².



Nello stesso periodo un altro designer non ancora di fama internazionale, Tom Dixon, avviò la sua carriera attraverso un approccio di DIY fondando il gruppo Creative Salvage (con Mark Brazier-Jones e Nick Jones) per l'auto-produzione di progetti a partire dal recupero creativo – da cui il nome del gruppo – caratterizzato da

« a more decorating, human approach [through] the recycling of scrap » (Thompson, 2009).

Studi e professionisti che ricorrono correntemente alla trasformazione sono diversi. A citare alcuni nomi già noti, suggeriti, o acclamati in blog di design, si ritrovano:

- Atelier Volvox³, con il progetto poetico di reinterpretazione di peluche dismessi che ha ricevuto il premio Recycling De-

\ 2 <http://designmuseum.org/design/ron-arad>

\ 3 <http://www.ateliervolvox.ch>

sign Preis 2012

- Bike Furniture Design⁴, per la progettazione e realizzazione di arredamento a partire da componenti di cicli e motocicli usati
- Castor⁵, con i ricorrenti interventi, soprattutto per raffinato arredamento di interni, recuperando ogni sorta di artefatto dismesso, quali estintori esauriti e tubi di lampade fluorescenti
- Controprogetto⁶, con gli interventi su spazi pubblici oltre che ai prodotti di riuso (vedi interviste ai Designer, pagina XXX)
- Factory 20⁷, praticando attività di Salvage presso luoghi di lavoro, quali capannoni e industrie.
- fratelli Campana⁸, internazionalmente noti per la reinterpretazione di materiali e oggetti per lo meno apparentemente di recupero in stile favela brasiliana
- Greg Lynn⁹, studio famigerato di architettura che con Recycled Toy Furniture ha ricevuto il Leone d'Orso come miglior allestimento alla 11ima Biennale di Architettura di Venezia, nel 2008
- James Plumb¹⁰, duo di designer che reinterpreta antichità con eleganza e spirito contemporaneo, ospitati da Rossana Orlandi al Fuori Salone 2011
- Karen Ryan¹¹, con le sedute ad alto contenuto espressivo realizzate miscelando sedie e componenti necessariamente

\ 4 <http://www.bikefurniture.com>

\ 5 <http://castordesign.ca>

\ 6 <http://www.controprogetto.it>

\ 7 <http://www.factory20.com>

\ 8 <http://campanas.com.br>

\ 9 <http://glform.com>

\ 10 <http://www.jamesplumb.co.uk>

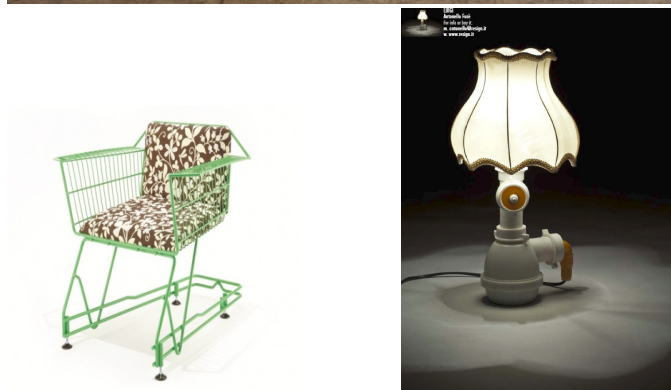
\ 11 <http://www.bykarenryan.co.uk>

usati

- KEO Project¹², con il riuso del legno di barili per la serie delle sedie del Torchio
- Massimiliano Adami, con la collezione Magma Fossile per l'inclusione in mobili contenitori di oggetti dismessi
- MetroSofa¹³, per la reinterpretazione in chiave contemporanea di imbottiti e sedute antiche
- Piet Hein Eek¹⁴, riferimento internazionale per la sperimentazione del riuso di materiali di scarto per la generazione di un linguaggio raffinato
- Reestore¹⁵, auto-produttore di numerosi elementi d'arredamento anche di grandi dimensioni
- REsign¹⁶, con artefatti ironici e carichi di rimandi semantici (vedi interviste ai Designer, pagina XXX)
- Studio Swine¹⁷, con la Sea Chair realizzata con rifiuti trovati in mare
- Supercyclers¹⁸, collettivo di base australiano nato nel 2011 per il recupero di materiali e oggetti di scarto
- Use Design¹⁹, con la rifunzionalizzazione di piccoli oggetti domestici.



- \ 12 <http://www.keoproject.com/it/lesediedeltorchio>
- \ 13 <http://www.metrosofa.com>
- \ 14 www.pietheineek.nl
- \ 15 <http://www.reestore.com>
- \ 16 <http://www.resign.it>
- \ 17 <http://www.studioswine.com>
- \ 18 <http://www.supercyclers.com>
- \ 19 <http://www.usedesign.it>



Alcuni dei sopraccitati progettisti sono anche inclusi nella piattaforma che raccoglie i lavori di progettisti in diversi ambiti (dall'oggetto all'architettura) basati proprio sul riuso o super-uso, da cui il nome Super-Use²⁰. Analizzando l'operato di tali progettisti talvolta emerge la percezione che la trasformazione venga perseguita per un'intenzione prettamente stilistica, trascurando aspetti inerenti al comfort o all'efficacia ad esempio. Personalmente spesso condivido le critiche attribuibili a tali oggetti ma ritengo che al contempo siano la manifestazione della necessità percepita per un ulteriore contributo da parte del design verso uno sviluppo che valorizzi il potenziale della trasformazione degli artefatti. Ai fini della ricerca si riportano qui i lavori che son stati segnalati da istituzioni di rilievo nel campo del Design e/o che offrono ulteriori stimoli coerentemente agli scopi della ricerca.

È particolarmente noto il lavoro di Martino Gamper, soprattutto con il progetto '100 Chairs in 100 Days' del 2007. Questo progetto (anche oggetto di una mostra²¹) consiste nella reinterpretazione

\ 20 <http://superuse.org/>

\ 21 Congiuntamente all'esposizione di altri due progetti, la mostra '100 sedie in 100 giorni' ha avuto luogo presso la Triennale di Milano, nel 2009. Maggiori

di sedie dismesse o abbandonate, trovate nelle strade di Londra, a casa di amici, oppure ricevute in regalo nell'arco di due anni circa. L'obiettivo è

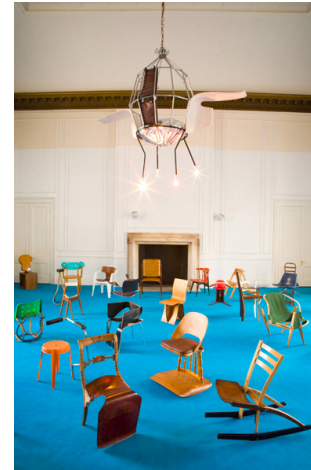
« *to reconfiguring the design of each one in an attempt to transform its character and/or the way it functions. My intention is to investigate the potential for creating useful new designs by blending together stylistic or structural elements of existing chair types. [...] The project suggests a new way to stimulate design thinking, and provokes debate about a number of issues, including value, different types of functionality and what is an appropriate style for certain types of chair* »²².

L'obiettivo così esplicitato dal designer appare pienamente raggiunto alla luce della declinazione effettuato del riuso e della reinterpretazione di caratteristiche funzionali e semantiche di ciascuna seduta, generando nuove modi di fruizione, fornendo uno stimolo in termini di linguaggio e soprattutto attribuendo dignità ad ogni sorta di sedia dismessa, incluse le comuni sedute economiche per esterni in plastica²³. Tali impressioni percepibili per ogni seduta sono amplificate considerando l'elevato numero di prodotti realizzati, 100 appunto, palesando l'elevata variabilità di intervento praticabile e liberandosi così dal mero esercizio stilistico o artistico. Per quanto le realizzazioni di Gamper vengano poi vendute presso le gallerie, ritengo saldamente che di certo offrono un'occasione per indirizzare i suoi stimoli anche nella vita quotidiana di praticanti non professionisti.

informazioni al seguente pagina web: <http://www.triennale.it/en/exhibitions/past/100-martino-gamper-stanze-e-camere-100-chairs-in-100-days>

\ 22 <http://www.gampermartino.com/projects/a-100-chairs-in-a-100-days>

\ 23 Tali peculiarità individuate, rendono il lavoro di Gamper ammirevole e distinti da opere apparentemente simili eseguite da altri designer, come la citata Karen Ryan.



Similmente, lo studio Makkink & Bey²⁴ (già citato per il progetto The House of Furniture Parts nel capitolo DIY : Assemblaggio, pagina XX) ha sviluppato diverse soluzioni mirate ad agevolare il recupero di oggetti dismessi o disomogenei al fine di renderli contemporanei e gradevoli, fuori dal tempo. L'obiettivo sembra essere puntato al superamento della barriera di accettazione di qualcosa di vecchio, per lo meno nell'aspetto. A tal hanno sviluppato espedienti che agiscono sulla superficie degli oggetti, piuttosto che sul dis- e ri-assemblaggio come per Gamper, quali Kokon furniture, Light Shade Lamp e Broken Family per Droog Design. In questi progetti sono stati applicati rispettivamente un tessuto elastico, una pellicola semi-riflettente e una pittura specchiante su singoli o gruppi di elementi per ricreare un aspetto contemporaneo che unisce o attenua gli elementi disparati e disomogenei esistenti sull'artefatto originario. In particolare, l'ultimo dei tre mira a rendere gradevole l'accostamento di articoli provenienti da set di stoviglie differenti, praticamente spaiati, al fine di prolungarne la vita.



Similmente, il grafico e auto-produttore olandese Theo Herfkens rivitalizza vecchi mobili ricorrendo alle sue competenze di gestione armonica del colore e delle proporzioni per la collezione di articoli di arredamento Oud Now! I pezzi in questione,- general-

\ 24 <http://www.studiomakkinkbey.nl>

mente mobili contenitore – vengono affiancati con o supportati da ulteriori elementi di dimensioni e tonalità simili ma assolutamente essenziali e privi di dettagli per generare un aspetto fresco e contemporaneo a mitigare e valorizzare la percezione di vecchio e logoro del pezzo originario.



08 2 Catalizzare la trasformazione: interviste a progettisti

Gli scenari individuati per l'identificazione di un ruolo dei progettisti nelle attività di DIY per la trasformazione includono il contatto diretto con i praticanti al fine di guidare il processo ed eventualmente educare il praticante sui temi inerenti al progetto e alla sostenibilità.

Durante la raccolta e l'analisi del lavoro di progettisti che a livello professionale operano sulla trasformazione, sono stati riscontrati alcuni casi che si conciliano con il ruolo sopraccitato che prevedono la collaborazione con persone non professioniste del mondo del design per la realizzazione di loro progetti.

La tipologia di persona con cui tali professionisti collaborano nei progetti promossi, è variabile (quali singoli praticanti, famiglie o intere comunità locali) e con diversa esperienza nel progetto (da assolutamente inesperti ad altri designer professionisti).

Ai fini della ricerca viene ritenuto proficuo il contatto con alcuni dei designer identificati per entrare in contatto con l'esperienza di collaborazione fra professionisti e non, per la finalizzazione di progetti basati sul prolungamento della vita di un artefatto. A tal scopo, sono stati contattati due studi di design, Controprogetto e Resign, che attuano l'approccio menzionato chiedendo loro di prestarsi a un'intervista.

L'obiettivo dell'intervista è raccogliere le esperienze di tali progettisti soprattutto per quanto concerne limiti e opportunità emersi nei loro casi e che plausibilmente potrebbe ripresentarsi per altre esperienze e ruoli che da questa ricerca scaturiranno in

termini di proposta.

L'intervista è ancora una volta di tipo semi-strutturato e qualitativo, con una tendenza verso l'intervista profonda laddove domande piuttosto focalizzate sono state effettuate in merito ad alcune affermazioni riportate nei rispettivi siti web, tipicamente su obiettivi e manifesti, progetti effettuati e considerazioni sul riuso.

Controprogetto

Controprogetto è uno studio di progettazione costituito da 4 membri di diversa formazione (design, architettura, giurisprudenza), attivi dal 2003 per la realizzazione di oggetti, allestimenti e spazi pubblici riutilizzando materiali di scarto. Il gruppo è noto ed è stato individuato soprattutto per gli elementi di arredo che riutilizzato pezzi, anche piccoli, di legno e suoi derivati. La visita del sito web ha portato alla conoscenza di uno spiccato spirito collaborativo e di azione sul sociale. Per quanto concerne la volontà di collaborazione, dichiarano che

« grande valore ha per noi la volontà di condividere il nostro spazio e le nostre competenze con tutte le persone che hanno bisogno e voglia di esprimere la propria creatività e capacità apportando il proprio contributo »²⁵.

A tal fine, sono motivati

« a lavorare con materiali di recupero, a mettere a disposizione della collettività i nostri saperi e le nostre strutture, a promuovere la cultura del fare attraverso la promozione dell'autocostruzione e a liberare la creatività delle persone tramite percorsi di progettazione partecipata, a credere nelle potenzialità del lavoro in rete e dell'incontro di discipline diverse, a vedere lo spazio pubblico come un luogo di tutti e non di nessuno »²⁶.

\ 25 <http://www.controprogetto.it/chisiamo.html>

\ 26 <http://www.controprogetto.it/filosofia.html>

I loro principi trovano applicazione nello sviluppo di progetti con preponderante impatto sociale per il coinvolgimento di comunità di persone in condizioni difficili o per il recupero di aree urbane. Sulla base di questi due fattori di rilievo, lo studio Controprogetto è stato ritenuto di notevole interesse ai fini della ricerca. L'intervista ha avuto luogo presso il loro laboratorio (in via Tertulliano 70, Milano), dove uno dei membri, Valeria Cifarelli, si è gentilmente prestata a rispondere alle domande e commentare alcune considerazioni con percepibile interesse e coinvolgimento²⁷.

Il tema maggiormente commentato e argomentato durante l'intervista è l'approccio collaborativo e inclusivo dello studio, che sembra essere radicato nell'esperienza di *squatting*, cioè di occupazione e riqualificazione urbana della Stecca degli Artigiani²⁸, dove Valeria dichiara di essersi formati a partire dagli anni universitari e relative ambizioni di « incidere nel mondo in cui viviamo attivamente ».

Il luogo, ritenuto come un contenitore « già abbastanza di recupero » si è mostrato come naturale contesto dove praticare il riuso di materiale scartato e abbandonato per allestire gli spazi prima e creare degli oggetti da vendere dopo.

Sin dai primi progetti sviluppati per uso non personale si evince la volontà di impatto sul sociale, quali il progetto a proprie spe-

\ 27 Talvolta anche altri due membri dello studio li presenti, Matteo Prudenziati e Alessia Zema, hanno contribuito riferendo le loro opinioni o rispondendo alle domande di Valeria. Davide Rampanelli era assente dal laboratorio il giorno dell'intervista.

\ 28 La Stecca degli Artigiani è un luogo che raccoglie diverse associazioni. Si tratta di un edificio industriale abbandonato, originariamente appartenuto Bramboveri per la produzione di contatori elettrici. Una volta dismessa, è stata acquisita dal comune di Milano negli anni '80 per ridistribuire gli spazi a vari artigiani con affitto calmierato. « Poi c'era una serie di spazi abbandonati. L'area era interessata da un grosso progetto urbanistico che era il Garibaldi Repubblica e quando noi siamo arrivati lì c'erano già delle associazioni [...] dopo lo sgombero hanno avuto un altro spazio ».

se²⁹ di un parco giochi per l'orfanotrofio di Kotlina, in Kosovo³⁰, e un concorso - 'Dona una sedia' - per l'allestimento di uno spazio pubblico nei giardini della Stecca mirato a salvare un bosco cittadino, ormai soppiantato da un cantiere tanto maestoso quanto discusso.

La tendenza alla progettazione partecipata e auto-costruzione si sviluppa ulteriormente nel tempo, a partire dal primo "grosso" incarico da parte della cooperativa sociale Grado 16, che gestiva l'agenzia giovani di Noverasco (MI) per la rispettiva realizzazione di arredi negli spazi verdi coinvolgendo i ragazzi dell'agenzia. L'approccio dello studio ha valorizzato l'immaginazione dei ragazzi coinvolti (16-30 anni) che a seguito di iniziali proposte piuttosto basilari e convenzionali (« le loro proposte erano mettiamo il gazebo della Heineken, mettiamo la sdraio con lo schienale reclinabile »), sono stati invitati a pensare liberamente e non porre limiti alla fantasia. Dal punto di vista metodologico, i membri dello studio hanno attivato le discussioni sulle varie componenti del progetto, mostrato casi esistenti realizzati da progettisti e rassicurato « sul fatto che si può fare tutto con gli strumenti opportuni e le competenze, si può veramente realizzare tutto ». in seguito vengono raccolti gli stimoli dei partecipanti, interpretati dai membri dello studio e ottimizzati in termini di fattibilità, ovvero « c'è il nostro lavoro un po' più da "progettisti" e poi si costruisce [...] Cerchiamo di tradurre le loro fantasie in qualcosa di reale e concreto ». Come risultato « è venuta una roba assolutamente visionaria », anche per aver assecondato proposte provocatorie, quali una panchina dalle fattezze di un rotolo di carta igienica. Da questo progetto, chiamato Parteciparco, si deduce già la plausibilità e la modalità di conduzione del ruolo di facilitatore per progettisti che ambiscono a operare con le finalità citate e inerenti agli

\ 29 Al progetto hanno contribuito anche aziende contattate dallo studio che « hanno donato materiale, dalle vernici, ai legni, lamiere etc, abbiamo progettato e costruito lì nel nostro spazio, poi smontato, spedito e alcuni di noi sono andati lì a montarlo, e questo è stato il nostro primo lavoro ».

\ 30 <http://www.controprogetto.it/kotlina.html>

obiettivi della ricerca. In termini di impatto sui partecipanti, Valeria riporta l'entusiasmo mostrato durante gli eventi e soprattutto la cura che le persone coinvolte sembrano poi sviluppare verso i luoghi dove è stato applicato il progetto, come bel caso dei ragazzi di Noverasco, diligenti a portare con sé dei posaceneri lì per non sporcare la loro area verde. « In fondo infondi un po' anche la cura perché nel momento in cui hai costruito tu, hai partecipato tu e non ti è piovuto dall'alto il progetto, il processo e la costruzione del tuo spazio pubblico è come casa tua, per noi è un tema fondamentale in cui crediamo e abbiamo anche riscontro ».

L'approccio partecipativo adottato da Controprogetto appare quindi basarsi su alcuni principali passaggi, una volta risolte le questioni burocratiche, quali:

- Dialogare con i partecipanti per raccogliere le loro idee
- Stimolare la loro fantasia, ricorrendo a materiale visivo di supporto
- Assecondare i loro gusti e preferenze
- Rassicurare sulla fattibilità anche di progetti ambiziosi
- Catalizzare lo sviluppo di abilità, come lo schizzo o la prototipazione
- Interpretare e progettare il brief risultante con approccio tipicamente progettuale
- Coinvolgere attivamente i partecipanti al processo di realizzazione del progetto.

Al contempo sviluppando il riscontro ottenuto è anche di natura economica. Le esperienze e competenze sviluppate su tale campo di azione possono aprire ulteriori opportunità per i progettisti, come testimoniato dal coinvolgimento di Controprogetto da parte di altre associazioni (come la comunità di recupero Dianova, a Garbagnate Milanese, con un progetto finanziato analogo a Parteciparco), spesso in collaborazione con le municipalità (come l'associazione LABuat con il comune di Taranto per la creazione di un

parco-giochi temporaneo, ParkUrka³¹) e aziende per coinvolgere i dipendenti e le loro famiglie in progetti di auto-costruzione (come avvenuto a Terni).

Fra le minacce attese per le esperienze analoghe alle citate su esperienza di Controprogetto fundamentalmente vi è il rischio che l'impatto generato contestualmente a progetti che incidono su ambienti pubblici vada minato dalla mancanza di fondi e risorse per il mantenimento e la manutenzione. A limitare le ripercussioni è forse perseguibile l'instaurazione di una collaborazione duratura per lo sviluppo del progetto su un arco temporale lungo, plausibilmente a fronte di maggiori investimenti.

A livello di approccio, una minaccia può essere rappresentata dalla questione della sicurezza dei partecipanti, ma a tal proposito Valeria appare particolarmente serena in quanto da un lato in progetti di costruzione partecipati vigono procedure assicurative, e dall'altro i progettisti si prestano a supervisionare e supportare i partecipanti per operazioni ritenute a rischio, fino anche a sostituirli; « [p]er fortuna nessuno si è mai fatto male finora ».

La più recente evoluzione della costruzione partecipata come promossa da Controprogetto è il progetto realizzato in collaborazione con Legambiente, inaugurato ad Ottobre 2012 col nome di BrichEco, presso gli spazi della nuova Stecca degli Artigiani, ora Stecca3. BrichEco è laboratorio aperto allestito con macchinari e attrezzature

« dedicato a chi ha un progetto per la testa e vuole realizzarlo. A chi ha tempo e non ha soldi, a chi ha progetti ma non ha spazio. A chi vuole stupirsi della propria manualità e sedersi su una sedia fatta da sé. A chi vuole realizzare qualcosa che non esiste. A chi non ama gli sprechi e lo sfruttamento ingiustificato delle risorse del pianeta. Al Geppetto e al Pinocchio che è in noi »³².

\ 31 <http://www.controprogetto.it/parkurka.html>

\ 32 <http://bricheco.wordpress.com/cosa/>



BRICHECO



In questo luogo e coerentemente con l'approccio progettuale al prodotto e all'arredamento di Controprogetto, è prediletto l'uso di materiali di scarto o recupero. Il ricorso ai materiali che hanno raggiunto il fine-vita emerge come necessità per Controprogetto durante l'esperienza della Stecca per creare quanto necessario sulla base di ciò che è disponibile. Ma la necessità non è condizione sufficiente a motivare il recupero, in quanto « affascinati dalla storia, dalla stratificazione e tutto quello che c'è intorno ad un oggetto per cui a me non spaventa. La patina, la storia che racconta un oggetto lo troviamo comunque bello e merita di essere raccontato ».

Inoltre, segni e caratteristiche dei materiali che possono apparire come difetti, vengono considerati elementi di "carattere" a detta di Valeria e in linea con quanto si ambisce a promuovere con questa ricerca. Si tratta di una percezione plausibilmente in crescita, considerato che anche la percezione dei lavori realizzati dallo studio ricevevano critiche negative per l'aspetto « che sembra un po' un pollaio, [...riferendosi a una cabina armadio] 'sembra un po' vecchio' e invece adesso un po' piace. C'è la storia, la matericità di un oggetto etc viene apprezzata [...] All'inizio si faceva un po' fatica a far passare questo messaggio e invece adesso va fortissimo, sicuramente è cambiata la sensibilità ».

La patina però non completa le motivazioni che inducono al recupero, in quanto anche la sostenibilità contribuisce a motivare la strategia di Controprogetto, che trova il favore della clientela, di cui « una parte viene da quella fetta di mercato che è sensibile all'argomento, poi si sta diffondendo questo tipo di cultura sul recupero e la sostenibilità sicuramente incide parecchio anche questo ».

L'esaltazione della storia dell'oggetto si struttura per Contropro-

getto soprattutto a partire dal materiale, attraverso la valorizzazione delle sue qualità, sia esso povero o nobile, da MDF e truciolare per la maggiore (« Il truciolare è impegnativo, sì »), fino al wengè di un bancale per parquet. Tipicamente sui primi si interviene nella forma e nella lavorazione, mentre sui secondi si apportano limitate trasformazioni, e comunque spesso combinati fra loro.

L'uso dei materiali piuttosto che artefatti lavorati è il risultato di un approccio progettuale che si discosta dagli esempi più ricorrenti identificati nella sezione sul Design per la Trasformazione (vedi pag XXXX). Difatti, come riporta Valeria,

« *Conosco tante persone che trovano un mobiletto per strada, lo incollano, lo rivestono, lo dipingono, lo tagliano, lo trasformano, voglio dire, va bene. Noi facciamo un lavoro di tipo diverso. Noi non facciamo ready-made. Non è possibile riconoscere il materiale d'origine se non te lo spiego. Io so da dove provengono i pezzi di questo mosaico. Noi facciamo un lavoro di smembramento, di assemblaggio di materiali che diventano quasi irriconoscibili e questo ci permette di usare una gamma più vasta di materiali* ».

Alla vastità di materiali corrisponde la molteplicità dei canali per l'approvvigionamento di materie prime, siano essi occasionali o ripetibili.

Fra i primi sono annoverati i mobili lasciati sul marciapiede della città³³ o amici che sgomberano cantine. Regolarmente invece l'occasione viene fornita da grandi aziende che devono smaltire giacenze, società per allestimenti tipicamente di fiere e sfilate di moda, imprese di costruzione e architetti soprattutto da cantieri

di ristrutturazioni (« Ci è capitato di schiodare parquet di rovere a mano, recuperare infissi che poi diventano i profili di una libreria »).

Il pretesto della fornitura di materiale di scarto ha anche generato occasioni per stabilire connessioni di socializzazione e amicizia, come con Antonio, artigiano della zona per la lavorazione di ferro e metalli, che proprio durante l'intervista è sopraggiunto in studio a conversare. I metalli vengono limitatamente usati da Controprogetto, tipicamente su soppalchi o bordature e gambe di tavoli. Il recupero è talvolta difficoltoso tale per cui spesso ricorrono al suo acquisto, ma recuperandone gli scarti per altre applicazioni, quali delle lampade.

Inerentemente invece alla rete vendita, diversi motivi hanno portato lo studio ad abbandonare il canale di rivendita a negozi, prediligendo la vendita diretta avvalorata dal fatto che secondo la percezione di Valeria « la gente si innamora di noi perché come ti racconto io il tavolo, cerchiamo di coinvolgere... io ti dico ogni pezzo da dove proviene, ti dico come viene fatto, il suo percorso è singolare. Le persone si innamorano anche un po' di questo e penso che anche nei confronti della stampa, si sta diffondendo la cultura del fare, del riuso, noi rappresentiamo un po' un buon esempio di come questo si trasforma in business, quindi piace e viene raccontato ».

Il risultato è un complesso di attività che, dopo "tanti sacrifici in passato" e "una gestione economica molto oculata", attualmente consente loro di guadagnare sufficientemente per sopravvivere alla crisi degli anni in corso ed essere ogni anno in crescita, e con una crescente domanda.

\ 33 Il sistema di raccolta dei rifiuti ingombranti è gestito dall'agenzia incaricata della città di Milano secondo una procedura che prevede la deposizione degli oggetti da smaltire sul marciapiede (generalmente dell'abitazione di riferimento) nel giorno concordato durante la prenotazione del servizio. La raccolta avviene durante le ore notturne del giorno stesso tale per cui è possibile per i passanti eventualmente raccogliere articoli lasciati su suolo pubblico allo scopo.



figura 08.31 Esperienza di Co-Design promosse da ControProgetto, quali ParkUrka a Taranto. Immagini da <http://www.controprogetto.it>

REsign

REsign è uno studio di progettazione di giovani designer che promuove la sostenibilità sociale e ambientale. REsign si proclama essere un 'metaprogetto' in cui il processo progettuale opera per l'instaurarsi di relazioni sensate e che opera affinché l'artefatto acquisti senso

« nella capacità che avrà di porsi come "creatore" di relazioni dense e ad alto contenuto identitario »³⁴.

A tal scopo, lo studio basa il proprio operato su tre principi fondamentali

- « ispirati alla logica della riflessività:
- L'importanza di incanalare la creatività diffusa in percorsi di senso condivisibili.
 - L'importanza, in termini identitari e di capitale simbolico, dell'esistenza di una rete di relazioni dense.
 - La necessità di rivedere le modalità di progettazione verso la sostenibilità, considerando preventivamente l'ennesimo potenziale riuso di un oggetto e il suo impatto sull'ambiente naturale e sociale ».

La carica innovativa del gruppo è palesata a partire dalla scelta del nome, REsign, che nella lingua inglese significa dimettersi, plausibilmente – come si evince anche dall'intervista argomentata di seguito – dal ruolo convenzionale che vede il progettista al mero servizio dell'industria e della produzione di massa. Coerentemente alla volontà di dimissione e per una logica di riflessività dichiarata, il gruppo opera ed è noto nel settore per la reinterpretazione materica e semantica degli oggetti e del loro significato. Difatti, secondo quanto esplicitato sulla pagina web del gruppo,

\ 34 <http://www.resign.it/it/metaprogetto>

« *Resign significa anche “riuso dei segni”, una ricombinazione creativa dei segni di cui sono permeati gli oggetti dimessi e scartati dal processo produttivo main stream al fine di generare, attraverso il riuso, nuovo significato ad alto valore identitario e interpersonale* ».

REsign è attivo sia sul fronte della produzione di artefatti sia per la creazione di eventi formativi o stimolanti. Ai primi appartengono collezioni di oggetti spesso unici soprattutto per il riuso di materiali e artefatti esistenti, mentre ai secondi appartengono iniziative come REsign Academy e Designer a Domicilio.

La REsign Academy è un’iniziativa « didattica innovativa fondata sulla trasmissione artigianale del “saper fare” intrecciata ad una serie di lezioni frontali che spaziano dalla “mitologia contemporanea” alle “nuove forme di simbologia” fino al “Design 2.0” »³⁵.

Design a Domicilio, invece, « agisce prima che gli oggetti vengano abbandonati, prima che l’usura della noia e della abitudine ne facciano dimenticare la bellezza. Entrando nei luoghi da dove provengono i rifiuti (case, negozi, uffici, fabbriche, ecc) cambia il corso della loro storia trasformandoli in oggetti unici di Resign »³⁶.

Lo scopo pedagogico del primo per la divulgazione dalla cultura artigianale nella contemporaneità (generalmente sui temi del riuso e della rifunzionalizzazione) e l’azione proattiva per l’allungamento della vita dell’artefatto ‘site specific’ e ‘ad personam’ sono casi esemplificativi e mirabili delle modalità di progettazione e divulgazione della cultura del progetto che con questa ricerca si auspica di studiare, strutturare e a sua volta diffondere.

Alla richiesta di un’intervista per approfondire alcuni aspetti dell’approccio progettuale di REsign inerentemente al coinvolgimento delle persone e della trasformazione, viene alla fine concordato l’incontro con due rappresentanti del gruppo, particolarmente attivi a Milano e dintorni, presso Parco Sempione del capoluogo lombardo. I due designer incontrati sono Andrea Ma-

\ 35 <http://www.resign.it/node/762>

\ 36 <http://www.resign.it/node/201>

gnani e Antonello Fusè (indicati rispettivamente con M: e F: nei riferimenti dall’intervista); è assente uno dei fondatori, Giovanni Delvecchio.

Magnani è il secondo dei fondatori e durante l’intervista riporta come REsign sia nata dall’incontro di due tesi distinte, l’una sul dono, sul mercato, sullo scambio di Delvecchio e l’altra, sua, sulla meta-progettualità, generando così un’anima ibrida per il gruppo tale da non identificarsi con un convenzionale studio di progettazione né un movimento, in quanto mirato a « progettare le cose che stanno dietro agli oggetti, conducono agli oggetti ».

L’attività progettuale basata sul riuso emerge – analogamente a quanto avvenuto per Controprogetto – per la necessità e come soluzione rapida ed economica per allestire uno spazio relativamente grande, un ex-magazzino.

Eppure e ad una prima istanza quasi inaspettatamente, il riuso e recupero di oggetti « [M:] è stato un pretesto più per necessità economica. [...] tutti gli oggetti realizzati sul sito avrebbero senso anche se realizzati da nuovi. Il riuso è veramente un pretesto per realizzare qualcos’altro, per parlare di qualcos’altro. [...] Non è il riuso che dà senso all’oggetto ma è il progetto che deve dare senso al riuso e riusare è uno strumento ».

Il valore strumentale del Riuso viene argomentato durante l’intervista per cui risulta chiaro che si tratta di un espediente coerente con il pensiero e l’approccio dei componenti di Resign. Fusè, infatti, aggiunge subito la visione personale del Riuso contestualmente alla volontà di esplicitazione di una pratica della dismissione dettata dalle logiche di moda e del mercato, che impediscono alle persone di attribuire un valore significativo agli artefatti estranei alle logiche stesse. Così il Riuso diviene « un mezzo, uno strumento, la matita per disegnare una cosa perché vuoi rendere un certo effetto »; il riuso è un’occasione che è stata colta per comunicare un messaggio.

L’esaltazione degli aspetti semantici e delle potenzialità del riuso sembrano amplificare i potenziali effetti della ricerca per il pro-

getto al fine di promuoverlo, in quanto al contributo ambientale per la riduzione del rifiuto³⁷ si aggiunge un'occasione di sviluppo di pensiero e contenuto.

Magnani, nello specifico, afferma di apprezzare nel riuso l'evenienza di « una visione scomposta degli oggetti, perché spesso li trovi rotti. Quindi che cos'è un oggetto se non un agglomerato di segni, di cose, di componenti che vanno insieme e ti danno la visione totale. [...] tu avendo un oggetto, una ricombinazione di segno, da cui nasce il nome Resign, cioè riciclaggio dei segni, cioè ogni oggetto è un insieme di segni diversi che forma un sistema complesso e unitario una volta che vengono assemblati. [...] il riuso potrebbe dire semplicemente andare a sostituire, prendi 4-5 frasi le mischi insieme e trovi un significato diverso. È una tecnica che potrebbe essere assimilata a quelle delle 'matrici morfologiche' ».

Gli oggetti, inclusi i dismessi, sono quindi un agglomerato di segni e significato per i componenti del gruppo, « [F:] sono una frase compiuta, e tu li devi mano mano scardinare ma è difficile soprattutto per chi fa progettazione ».

L'obiettivo finale perseguito, ovvero « [F:] L'idea di base che comunque c'è dietro Resign è che tu non hai bisogno di nuovi oggetti, più oggetti, di oggetti migliori. Tu hai bisogno di una socialità migliore, una cultura migliore. [...] è tutto mirato a fare le persone. Nessuno dei nostri oggetti vuole migliorare la vita ». L'obiettivo della 'socialità migliore' attraverso il design che opera non tanto per la generazione di prodotti quanto di processi è esplicito in uno dei progetti già citati, Designer a Domicilio, che secondo Magnani « è un percorso che conduce a un progetto, e il progetto ha un senso perché nasce da un percorso, perché se non ci fosse, non nasce niente, è un pretesto per instaurare una relazione [...] Tu in qualche modo non devi fargli il progetto della vita a queste perso-

ne, devi fondamentalmente renderle felici. Loro hanno l'oggetto e devono star bene ».

La strategia perseguita allo scopo è il rafforzamento del legame con l'oggetto, portando la persona « [F:] ad avere un affetto verso l'oggetto lì, anche in questo senso relazione anche verso l'oggetto, nel senso che se tu sei innamorato di quello oggetto lì, non ti importa se passa di moda, se si rompe lo metti a posto, ci fai fare un designer a domicilio, o lo fai tu ». Difatti, proprio la manutenzione e la riparazione vengono considerate da Fusè un'occasione per la generazione di legami con l'oggetto e con il professionista coinvolto, che nel caso del designer potrebbe dar luogo al Restauro Creativo, come chiamato da Magnani.

Le esperienze di Designer a Domicilio come raccontate dai due componenti restituiscono il potenziale del contributo del Progetto che opera per l'individuo affinché di emozioni e relazioni vengano valorizzate tramite operazioni di educazione o agevolazione del recupero materiale dell'artefatto.

A tal proposito Magnani racconta del caso di una committente che ha chiesto ausilio per la valorizzazione di una panca appartenuta alla nonna, dove si evince il contributo apportato alla società per quanto fuori dalle convenzionali logiche del design di prodotto contemporaneo, considerato che « [M:] era un progetto che dal punto di vista del design... se tu lo vedi, non dice tanto no? Se poi invece ti racconto come è nato, la storia che c'ha raccontato, come era casa sua... Ci siamo visti tante volte, lei mi ha parlato di sua nonna, del comodino che era così, che era bambina, che voleva mantenere questo aspetto qua, ma che voleva dargli un attimino qualcosa che lei sentisse più suo e allora... abbiamo fatto pochi interventi alla fine, potevamo farne molti di più, però secondo me, il fatto che fondamentalmente noi siamo stati dei tutor, dandogli dei consigli, e siamo arrivati a un progetto che non ha un interesse dal punto di vista puramente di design, ma dal punto di vista sociale è 1000. Cioè 1000 sociale, al design 1 ». L'auspicio è il raggiungimento del massimo contributo apportato su entram-

\ 37 Magnani ha dichiarato che ad ogni modo fa « fatica a pensare qualsiasi cosa che prescindendo dalla questione ambientale. È data proprio per scontata che debba esserci. Non credo che tutti lo diano per scontato, però è entrata nel mio fare comune ».

bi i fronti (M: « Se riesci ad avere mille e mille hai fatto tombola però non sempre succede »), ma il percorso è reso arduo anche dalle diverse tipologie di committenza, a differente sensibilità o apprezzamento verso espedienti progettuali generati.

Ad esempio, Fusè riporta il caso di collaborazione con un architetto per il recupero di sedie riedite a partire del panorama della storia dell'arredamento (forse di Aalto). Traendo ispirazione proprio dal motivo della contingenza del recupero, il designer ha reinterpretato le molteplici pieghe delle gambe (di bassa qualità) amplificandole in numero e dimensioni, congiuntamente alla definizione di un pattern geometrico sullo schienale che verrà valorizzato con l'uso e l'usura. Il risultato sembra particolarmente interessante dal punto di vista progettuale e, ma plausibilmente non sarebbe stato gradito da un cliente abituato a immagini archetipali delle sedute. Ad ogni modo risulta fondamentale il dialogo con la persona, [M:] « fai un po' lo psicologo ».

Ai fini di questa ricerca, tale progetto suggella un possibile contributo del design secondo gli obiettivi prefissati, per cui è auspicabile che ulteriori sforzi vengano indirizzati alla sua implementazione e all'ampliamento dell'iniziativa in termini sia geografici sia soprattutto quantitativi, considerati i limiti e le minacce da un lato di un sistema culturale che non ha ancora assimilato questa figura (M: «in realtà non è tanta gente che ci chiama per queste robe qua [...] non è ancora entrato nella mentalità ») e per la necessaria fiducia richiesta al cliente (M: « Perché effettivamente a meno che tu non stimi davvero il lavoro di una persona allora dici mi fido di lui, lo chiamo, gli faccio fare le cose con me, o se no, se non lo conosci, non so... è un atto di fiducia grosso. Quindi secondo me attualmente non ci sono tante persone disposte a farlo »). Un'ulteriore minaccia deriva dalla concezione prettamente italiana a detta di Fusè³⁸ per cui un oggetto da riuso debba costare meno rispetto al nuovo, paragonando questa percezione a quanto

\ 38 L'appunto è effettuato sulla base del fatto che le vendite effettuate sulla loro piattaforma web è destinata all'estero.

si diceva inizialmente sui costi maggiori della filiera biologica del cibo.

Nonostante tali limiti, l'iniziativa incorpora un forte potenziale anche in termini commerciali, in quanto l'esperienza delle sedie di Fusè ha aperto altre collaborazioni con lo stesso cliente. A maggior ragione, l'opportunità economica sembra amplificarsi considerato che i componenti del gruppo non mirano al guadagno da questa pratica, evitando strategie commerciali³⁹, portando avanti un secondo lavoro e lasciando i progetti come liberi da essere copiati. Plausibilmente è stata questa strategia anche a accrescere la loro notorietà. Per quanto in modo limitato forse a causa della crisi, le vendite sono aumentate negli anni, plausibilmente perché giovani e ampiamente riportati nelle riviste⁴⁰, non tanto quelle per la divulgazione del progetto, quanto tipicamente quelle destinato a un pubblico femminile ([nello stesso mese F:] « Glamour, Mariè Claire, Io Donna »). Per quanto ilare il racconto, l'interesse ricevuto da riviste di larga diffusione, per quanto mortificate dal contesto della professione del progetto, può essere anche sintomatico di una curiosità diffusa di un vasto pubblico, tale per cui potrebbe essere auspicabile un generale apprezzamento e attuazione dei principi incorporati da tali progetti.

Dalla descrizione del ruolo assunto dagli intervistati per l'iniziativa in questione, viene fortemente discusso l'approccio convenzionale nonché rimodellata la figura del designer tradizionalmente inteso, assecondando quanto riportato nei primi capitoli di questa tesi in merito alle visioni sul ruolo contemporaneo del design, e che secondo Magnani verrà consequenzialmente a una rinno-

\ 39 A tal proposito, viene fatto riferimento ad altri designer – fra cui Controprogetto – che adottano un approccio più commerciale al progetto basato sul riuso testimoniando come questa sia fonte del loro sostentamento e che quindi « ci si vive », ma dal canto di Magnani, diventerebbe meno interessante, soprattutto perché sono estranei alle logiche di mercato, tali da non essere collocabili.

\ 40 Gli intervistati hanno ironicamente fatto riferimento al maggiore interesse ricevuto da testate non destinate a un pubblico di professionisti del design, esclusi un paio di brevi articoli su Interni e Abitare, ma nessuno su Domus.

vata etica del mondo della produzione a seguito dei cambiamenti della società e quindi del rispettivo mercato.

CAPITOLO 08

il design per la trasformazione : in sintesi

L'ottavo capitolo riporta i alcuni casi rilevanti di progetti e progettisti che ricorrentemente affrontano il tema della trasformazione nel proprio operato professionale. Seppur questi casi prescindano dalla volontà di coinvolgimento attivo delle persone, l'analisi di questa tipologia di artefatti è considerata proficua a identificare potenziali strategie esistenti e promettenti per rafforzare la diffusione della piacevolezza del recupero dell'artefatto dismesso, tipicamente in termini di linguaggio espressivo ed aspetto estetico. L'analisi del design per la trasformazione evidenzia che:

- tale pratica affonda le radici nei mirabili prodotti Ready-made creati dai maestri del Design (vedi i fratelli Castiglioni) a metà secolo scorso e tuttora apprezzati e prodotti
- è una pratica particolarmente diffusa fra i designer contemporanei, restituendo una marcata molteplicità di tipologie di artefatto considerate, canali di recupero e vendita, interpretazioni della trasformazione
- offre opportunità entusiasmanti di indagine espressiva di artefatti dismessi soprattutto a partire da ricombinazione inattesa, che possono dar luogo ad inconsuete modalità di fruizione (come nel caso del progetto '100 chairs in 100 days' di Gamper) e di riappropriazione con linguaggio contemporaneo (come per in numerosi progetti di Makkink & Bey e l'operato di OudNow)
- alcuni studi di progettazioni particolarmente attivi nella

trasformazione degli artefatti, promuovono anche attività di coinvolgimento delle persone per un impatto sul territorio e sull'ambiente, quali Controprogetto e Resign, intervistati allo scopo di ricevere approfondimenti sul loro operato.

L'intervista con una fondatrice di Controprogetto ha restituito

- la possibilità di conciliare ambizioni del mestiere della progettazione con impatto sul sociale e sull'ambiente
- l'entusiasmo e la soddisfazione percepita dai rispettivi fondatori
- l'impatto generato grazie a progetti di coinvolgimento delle persone in processi di trasformazione locale (con comunità e associazioni) e territoriale (per aree urbane e cittadine) in termini sia di miglioramento del contesto sia di opportunità di educazione e sensibilizzazione per i partecipanti
- il fenomeno di diffusione di concept analoghi a quanto proposto in questa ricerca, ovvero il My RE-DIY workshop, con l'insediamento del laboratorio per il recupero e il DIY in collaborazione con WWF, chiamato BrichEco
- la percezione di cambiamento nei gusti e nelle abitudini delle persone che crescentemente apprezzano il lavoro svolto, come manifestato anche dalle vendite in crescita.

L'intervista a membri dello studio REsign ha restituito

- simile entusiasmo e volontà di contribuire alla proposta di modalità di produzione e consumo differente tramite processi di valorizzazione della semantica e del contributo di meta-progetto degli artefatti
- la possibile natura pretestuale del recupero per trasmettere idee e messaggi, piuttosto che essere assunta come scopo dell'operato del design
- il potenziale contributo del Progetto per la valorizzazione del rapporto emozionale fra individuo e artefatto tramite operazioni di educazione o agevolazione del recupero materiale

dell'artefatto, come rilevato dalla loro esperienza nel progetto Designer a Domicilio

- il crescente interesse mediatico e auspicabilmente popolare verso tali forme di progettazione per il riuso come testimoniano dai numerosi editoriali di diverse riviste di settore.

I
contesto
p.1

II
ambito
p. 31

III
strategia
p. 49

IV
field work

V
proposte
p. 267

6
PRATICANTI:
INTERVISTE
p. 139

7
SERVIZI:
PARTICIPANT OBSERVATION
p. 189

8
DESIGNERS:
INTERVISTE
p. 205

9

CAPITOLO 09

CO-DESIGN! MY RE-DIY WORKSHOP

217 | Confronto delle deduzioni

219 | Generative Design Tool

Il seguente capitolo riporta i principali contributi restituiti da alcuni dei praticanti intervistati una seconda volta per in primo luogo discutere delle deduzioni dalla prima intervista (soprattutto inerentemente al riconoscimento di sé nella descrizione del gruppo di creatività associato) e poi per coinvolgerli nel processo di Co-Design al fine di identificare elementi chiave per un possibile progetto di laboratorio per la trasformazione, il RE-DIY workshop, ricorrendo ad un generative design tool.

Le interviste ai praticanti del DIY per la trasformazione degli artefatti ha restituito, fra gli altri, un interesse nei confronti di possibili luoghi dove effettuare la pratica. La ricerca difatti include la possibilità di sviluppo di un luogo dove attivare un servizio che agevoli i praticanti. A tal scopo, risulta cruciale che l'area sia allestita secondo modalità e con risorse che assecondino le esigenze dei praticanti stessi.

La definizione delle esigenze è in parte deducibile dalle stesse interviste già raccolte. Con l'obiettivo di identificare esplicitamente o ulteriori aspetti inerenti alla pratica che possono essere supportati dal servizio proposto, la ricerca sul campo ha incluso il coinvolgimento dei praticanti nella definizione delle caratteristiche attese di questo servizio. Nello specifico, è stata adottata la strategia del Co-Design per confrontarsi con alcuni dei praticanti intervistati per la caratterizzazione degli spazi.

A tal fine, sono stati contattati almeno un praticante per gruppo di co-creazione fra gli inglesi, specificatamente Fred&Doris fra i Doers, Kobie fra gli Adapters, Chipping Norton fra i Makers e Bob fra i Creators.

La selezione è avvenuta sulla base della disponibilità mostrata dai praticanti ad ulteriori contatti ed eventualmente prediligendo chi avesse riportato la necessità di praticate in un luogo appositamente allestito. Qualora il praticante non avesse potuto accordare la richiesta di una seconda intervista, è stato contattato l'altro praticante dello stesso gruppo. La selezione di un solo praticante è basata sulla necessità di ottimizzazione dei tempi della ricerca, constatata la coerenza di risposte fornite internamente al gruppo durante il primo contatto.

L'obiettivo principale del secondo contatto è la condivisione delle deduzioni effettuate sulla base della prima intervista, soprattutto inerentemente all'identificazione del gruppo di creatività attribuito, al possibile stato di flow e soddisfazione generato dalla pratica, e all'esplicazione di alcune eventuali contraddizioni o aspetti oscuri al ricercatore.

A seguire, gli intervistati sono stati coinvolti un esercizio di Co-Design per l'identificazione delle caratteristiche di un potenziale laboratorio di riparazione, supportato da uno strumento, in gergo definito '*generative design tool*' (Sanders, e Stappers, 2008).

09 1 Confronto delle deduzioni

La seconda intervista per i praticanti selezionati si è aperta generalmente con i ringraziamenti per il contributo precedente e per l'ulteriore disponibilità. Esplicitati gli scopi della seconda parte dell'intervista, venivano esplicitate alcune affermazioni e considerazioni a cui i praticanti venivano invitati a commentare, considerato che mediamente si trattava dell'interpretazione delle loro attività.

Tutti e 4 quattro gli intervistati hanno confermato di riconoscersi nella descrizione del gruppo di creatività attribuitogli, e generalmente hanno argomentato le motivazioni dell'identificazione sottolineando gli aspetti che maggiormente condividono o riportando le eccezioni. Tipicamente Bob, confermando di riconoscersi fra i Creators ha rimarcato che per lui la fase di pianificazione è fondamentale per facilitare il processo o per ottimizzare il materiale, nonché di percepire godimento anche nella fase di pianificazione, forse imputabile alla sua formazione e impiego da tecnico di laboratorio secondo lui. Lo stesso motivo potrebbe giustificare la sua tendenza a ricercare soluzioni non convenzionali vista la variabilità dei problemi tecnici che riscontra a lavoro a supporto di studenti o dell'amico carpentiere. A conferma della sua identificazione, alla descrizione degli altri gruppi di creatività riporta di apprezzare l'attività di Doers e Adapaters, ma di non riconoscersi in essi tipicamente perché il recupero di oggetti non è per lui un'attività comune e perché spesso si ritrova a non gradire l'aspetto 'knitted' degli oggetti creati tramite recupero. Per quanto questa frase possa apparire in contraddizione con gli

obiettivi della ricerca e i criteri di selezione, occorre ricordare come Bob avesse dichiarato di aver creato alcuni degli oggetti, a partire dalla panca, focus dell'intervista, con materiale donato o di scarto da altre lavorazioni. In riferimento ai Makers, effettua il paragone con l'amico carpentiere che lo ha supportato in quanto, seppur anche l'amico potesse essere considerato per vari motivi un Creator, in realtà la sua necessità di interfacciarsi con gli aspetti dell'economicità di tempo e denaro per i fini lavorativi lo rende conforme alle caratteristiche dei Makers appunto, mentre Bob non è soggetto a tali limitazioni.

Kobie, riconosciutasi fra gli Adapters, ha dichiarato che effettivamente la motivazione economica induce spesso a creare da sé quando non ha sufficiente denaro a disposizione, seppur non sia la regola visto che talvolta ciò che modifica risulta più oneroso rispetto a un nuovo acquisto.

Chipping Norton conferma di rispecchiarsi nella descrizione dei Makers, soprattutto per la metodicità del suo approccio. Sottolinea la distinzione con gli Adapters, inoltre, per la sua tendenza a seguire idee archetipali e la convenzionalità nella creazione di un oggetto, piuttosto che mettere in discussione l'idea stessa di un artefatto, tale per cui riferisce di prediligere porre l'attenzione su finiture e aspetto, oltre che a seguire un piano definito.

Kobie si identifica fra gli Adapters, seppur sottolinei che il risparmio non è necessariamente la motivazione centrale, visto che talvolta i costi del DIY sono superiori all'acquisto del nuovo.

Infine, anche Fred&Doris trovano coerenza fra quanto praticato e la descrizione dei Doers, seppur si identifichino in alcuni tratti anche con gli Adapters, così da coniare il termine DoApters a coniugare le caratteristiche dei due gruppi. La coppia intervistata riporta come l'avanzare dell'età e quindi la riduzione delle energie abbia contribuito a limitare la loro azione e volontà di fare. Tale constatazione potrebbe giustificare l'associazione a un gruppo a basso livello motivazionale seppur inizialmente la reazione degli intervistati è stata percepita come di non totale accordo. La

dichiarazione di coerenza è sopraggiunta esplicitamente e serenamente alla luce di alcune argomentazioni sulle tipologie di attività e artefatti che la coppia considererebbe attualmente nella loro pratica di DIY per la trasformazione degli artefatti. Da questa reazione, si può dedurre a livello metodologico che la circostanza generata per la richiesta di conferma di associazione a un gruppo, che può anche suonare come un livello, possa essere interpretata o vissuta con disagio dai praticanti. Alcune motivazioni potrebbero essere supposte ma considerato che esulano dagli scopi della ricerca si rimanda a future occasioni di reiterazione del metodo per valutare un'ottimale modalità di interazione con intervistati inerentemente a una seconda richiesta di intervista mirata a esplicitamente associare una persona a un profilo o gruppo.

I quattro intervistati hanno confermato il ricorso generale al legno come materiale più impiegato per le attività, in quanto generalmente più apprezzato, lavorabile, o abordabile. Interessantemente, Bob ha anche elogiato la lavorabilità dei metalli che per luogo comune vengono definiti più difficili da lavorare soprattutto per la specificità degli attrezzi necessari. Infatti, come sottolinea lui, i metalli per natura agevolano il recupero dell'errore per la possibilità tipicamente di risaldarsi senza indebolirli (« welding is fun »).

L'attività di saldatura appare interessante e divertente anche per Doris, per il suo piccolo intervento di ripristino di contatti per un giocattolo che riprende le fattezze di una cassa da negozio. Nonostante questa piccola esperienza riportata, che sembra aver recato grande soddisfazione alla praticante, la coppia conferma che effettivamente i metalli sono scarsamente presenti nella loro pratica, sia per gusto personale che per mancanza di attrezzature adeguate alla sua lavorazione. Per Doris risulta invece fondamentale la macchina da cucire.

Ad ogni modo maggiori considerazioni inerentemente ai materiali usati erano state fornite durante la prima sessione di intervista da tutti i praticanti.

Durante la prima parte della seconda intervista, fondamentale è stato chiesto ai praticanti di commentare la definizione di Flow e le sue 8 componenti.

In generale, tutti hanno riportato di concordare con il concetto fondamentale di godimento dell'esperienza, seppur per alcuni aspetti ritenevano che la definizione fosse poco adeguata per eccesso di valorizzazione dell'esperienza stessa. I commenti generali possono essere sintetizzati nella considerazione di Bob secondo la quale

« *first bit is true. Getting enjoyment... there is a pride in it. Even from the cost point of view. But transporting into new reality is less so. Sense of discovery. The house was very gratifying* ».

Kobie conferma il senso di soddisfazione seppur con una esclamazione evidenzia che il trasporto altri reami è ritenuto oltre i livelli effettivamente esperiti (« Sense of discovery is true. Because I usually do not have plans, the result is new. The transporting into different realm is woho! It is captivating and occupying, I loose myself and focus entirely on the task, being part of the enjoyment »).

La verifica delle caratteristiche del Flow non è stata trattata con Chipping Norton per la limitatezza del tempo a disposizione (prediligendo quindi la focalizzazione sul Generative Tool presentato alla sezione successiva) né con Fre&Doris per le argomentazioni generali sul basso coinvolgimento in questa pratica, dettata fondamentalmente dalla necessità e dalla convenienza per quanto apprezzata.

Considerando anche quanto riferito durante la prima sessione di interviste, ne risulta che in generale tutti i praticanti intervistati riportano di percepire un senso di soddisfazione e piacere dalla pratica, che spesso si sviluppa fra il senso di frustrazione e di noia, coerentemente con la teoria di Csikszentmihalyi, però diverse caratteristiche come riportate dalla teoria menzionate vengono vissute ad un livello relativamente basso tale per cui si constata come l'associazione della pratica del DIY allo stato di Flow è par-

zialmente verificata, confermando l'intuizione che diversi aspetti dello stato sono in questo caso ridotti nella portata.

09 2 Generative Design Tool

La seconda parte della seconda intervista mira a coinvolgere i praticanti nel processo di identificazione delle caratteristiche plausibilmente più apprezzate nella creazione di un laboratorio accessibile in città dove poter portare avanti la pratica, rispondendo alla domanda generale « if you had an available space and service for your diy practice to re- furniture (starting from the objects you mentioned and going on with other common tasks you usually accomplish), which elements would you consider as fundamental, useful, marginal or not necessary ? »

L'obiettivo è il coinvolgimento attivo dei praticanti nella definizione della possibile evoluzione della pratica come da loro portata avanti, considerato il potenziale identificato nella loro prima intervista in termini di impatto, sia esso in termini di soddisfazione individuale, di definizione di rapporti interpersonali collaborativi e di vantaggio ambientale da riduzione dei consumi di risorse. Tal obiettivo si basa sulla condivisione di una visione del Co-Design che assume il praticante e la persona non professionista ma coinvolta nel processo trattato in qualità di esperto della pratica stessa, con il quale collaborare per la generazione di un progetto ottimale alle sue e possibilmente alle generali esigenze dei praticanti a cui il prodotto o servizio è destinato.

THE NEW VIEW

In the new view of co-creation, these roles and responsibilities are interacting, merging, or even being swapped back and forth between the parties; some roles are disappearing in the form in which we knew them, and new roles are appearing.

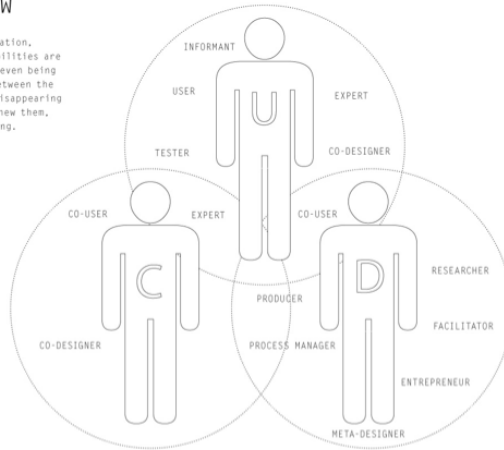


figura 09.34 Rappresentazione della modalità collaborativa del Co-Design multi-livello e non lineare, come avviene per il convenzionale Product Design. Da Stepper et al, in Abel et al 2011.

Affinché le componenti della pratica come auspicata dai praticanti stessi emerga, è stato qui ritenuto proficuo ricorrere a tecniche generative¹ per stimolino l'espressione delle conoscenze e desideri anche latenti dei praticanti².

\ 1 A titolo esemplificativo, si veda Sanders, E. B.-N., Generative tools for codesigning. Collaborative Design, 2000 (Springer-Verlag: London).

\ 2 Aspetti legati ad una conoscenza profonda delle esperienze e delle visioni delle persone potrebbe essere identificate anche attraverso la tecnica dell'intervista, come attuata in precedenti fasi della ricerca. Qui si prediligono altre soluzioni sulla base di una considerazione personale in merito all'intervista che può faticare a far emergere aspetti profondi soprattutto se condotta da ricercatori non formati o esperti in questo metodo.

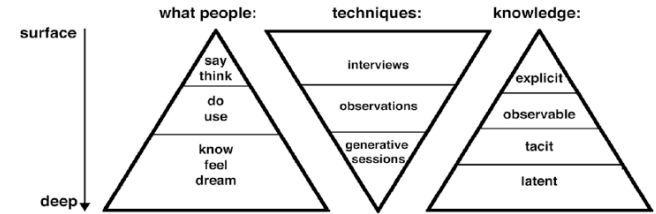


figura 09.35 Differenti livelli di conoscenza sull'esperienza come raggiungibili attraverso diverse tecniche. In Visser et al. 2005.

L'espedito a cui si è ricorso per la visualizzazione di questo potenziale sviluppo è il Context Mapping, un metodo che

« help users to observe and reflect on parts of their lives, and to use these reflections in making a 'map' that reflects the various facets of their experiences » (Stappers et al, in Abel et al, 2011).

Seppur i termini 'esperienza' (experience) e 'contesto' (context) possono assumere anche connotazioni semantiche diverse, con Context – da cui deriva il nome della tecnica – si fa riferimento a

« all factors that influence the experience of a product use » (Visser et al, 2005).

Questo approccio si basa su 4 principi fondamentali, quali

- «
 - Users are involved as the experts on their own experience.
 - The user's expertise can be coaxed into expression by applying appropriate techniques, which typically involve self-observation and reflection.
 - The information gathered on the context of use should be like a map: it should provide multifaceted, rich and supportive leads for the design team to explore the experiential context [...]

- *Facilitating this process requires a mixture of design competencies and research skills* » (Stappers et al, in Abel et al 2011).

Coerentemente, gli intervistati sono stati forniti di uno strumento che consente di generare e visualizzare una mappa degli elementi e delle priorità nella loro pratica³.

A tal scopo, gli intervistati sono stati supportati da un generative design tool costituito da una tavola e da tessere, realizzate appositamente dall'intervistatore.

La tavola (chiamata 'My Re DIY Workshop') si presenta simile alle corrispondenti dei giochi da tavola, come una superficie rettangolare (formato A2 orizzontale, su supporto in materiale polimerico espanso spesso circa 1 cm) lungo il perimetro della quale sono riportati 4 termini (una per lato, distinte per colore), corrispondenti alle categorie di Materials identificate come peculiari dalle deduzioni della prima intervista ai praticanti di DIY per la trasformazione. Le 4 categorie di Materials considerate sono:

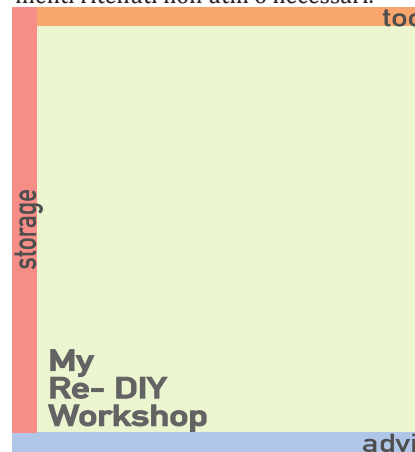
- attrezzi (tools, in arancione)
- fornitura (supplying, in verde)
- supporto (support, in azzurro)
- magazzino (storage, in rosso)

corrispondenti alle attività rispettivamente del fare, acquistare, farsi aiutare e conservare.

Per ciascuna categoria di Materials sono state realizzate delle tessere che riportano gli elementi della categoria dedotti dalle interviste o ritenute plausibili dal ricercatore (realizzate con lo stesso supporto della tavola e con dimensioni pari a 10,5x7,2 cm). Lo scopo delle tessere è aiutare l'intervistato a identificare nello

specifico gli elementi che desidererebbe per svolgere la pratica conformemente alle sue necessità. Ad agevolare il processo, le tessere si caratterizzano per una figura, una descrizione e il fondo di colore come quello della categoria corrispondente. A queste si aggiungono delle tessere vuote che l'intervistatore può personalizzare aggiungendo elementi o anche categorie (su fondo grigio) non inclusi fra le tessere disponibili.

Gli intervistati sono stati quindi chiamati a disporre le tessere per ciascuna categoria sulla tavola collocandole in ordine di priorità perché ritenute rispettivamente fondamentali, utili o marginali. Vengono scartate ed escluse dalla tavola quelle inerenti ad elementi ritenuti non utili o necessari.



\ 3 Al fine di facilitare e velocizzare il processo in relazione agli obiettivi e tempi della ricerca, è stata prediletta la scelta di fornire agli intervistati uno strumento già composto da elementi piuttosto che chiedere loro di realizzare un artefatto che meglio esprimesse la loro visione per il conseguente allungamento di tempi associato. Ad ogni modo, alla luce dei riscontri ottenuti, lo strumento realizzato, come di seguito presentato sembra essere stato adeguato alla visualizzazione dell'esperienza.



figura 09.36 Plancia e tessere create come generative design tool per la fase di co-design del RE-DIY workshop.



figura 09.37 Esempio di intervistato che interagisce con il generative tool, nel momento in cui valuta le priorità delle tessere inerenti a 'Supporto' da collocare poi sulla tavola

Attrezzi (tools)

Gli intervistati che hanno partecipato alla sessione di Co-Design hanno tutti espresso un forte desiderio per l'inclusione di attrezzi e strumenti di lavorazione a diverso livello di specializzazione (basilari, professionali, specializzati per materiali), occupando generalmente la parte superiore delle priorità. Seguono generalmente i testi e in generali le fonti di informazione relativamente ai modi di lavorazione. Kobie e Chipping Norton includono anche fonti di informazione inerenti agli oggetti e strumenti per il disegno, a cui si aggiungono quelli per la pianificazione del processo da parte di Chipping Norton. Bob include invece la possibilità di ricorrere a strumenti non convenzionali e modalità poco ortodosse, usando il titolo di una trasmissione australiana 'Bush Mechanics' per raccontare di come sia stato possibile riparare un guasto alla sua Land Rover durante un viaggio in Africa («Bush mechanics: [...] Ability to use even one tool to do many things. Tools are not all. Good balance between skills and tools. A right tool helps to do a better job or to save time. [...] Bush mechanics is useful when needed but he is not keen for the sheer sake of doing it »). Tutti poi apprezzano o considerano necessaria la possibilità di disporre di un'area destinata al relax, durante le soste fra le varie operazioni. A tal riguardo, Kobie sottolinea che lei prediligerebbe « just a place to sit and think but not to eat. A limbo ». A questi, Kobie aggiunge anche la fotocamera, plausibilmente suscitata coerentemente con la sua professione di fotografa. In compenso sottolinea che non necessita di riviste per trarre ispirazione inerente ai suoi progetti (« No, inspirations, especially from magazines. It is in my mind »). Considerazione analoga è riportata da Fred&Doris durante l'intervista. Mentre Chipping Norton include questa possibilità seppur attribuendo un basso livello di priorità.

Fornitura (supplying)

La fornitura di materiale grezzo e materie prime è generalmente

apprezzata da tutti e tre i co-designer. Similmente anche i materiali e oggetti di recupero, come elementi naturali per Kobie, componenti anche di mobili per Chipping Norton, o pezzi di legno per Bob che come questi riporta consentono la pratica dello 'hoard', ovvero « Collecting leftovers, pieces... "you never know when you could need them" ». A conferma riporta del caso di taglieri che ha realizzato come doni a partire da rimasugli di legno (di pero e acero). Egli include anche oggetti di recupero che eventualmente userebbe come materiale di partenza, e non per la funzione inglobata. Chipping Norton dichiara di trarre soddisfazione dal girovagare per la cantina dove ripone i materiali di recupero o conservati per pensare ai possibili usi.

Tutti e tre i co-designer includono i materiali di lavorazione, di finitura e le connessioni fra gli elementi utili da fornire per lo sviluppo della pratica. Nello specifico, Chipping Norton sottolinea che lui apprezza questa tipologia di materiale considerato che egli tiene scorta di questi per evitare di doversi recare presso negozi una volta che ne ha di bisogno, magari anche in modo urgente (« I'd like to have a collection of them to avoid to go to the B&Q in the very last moment... »).

A questi, Kobie aggiunge materiali che consentono di personalizzare un artefatto, quali adesivi ad esempio. Tale distinzione non sorprende se si considera che Kobie appartiene ai fini di questa ricerca al gruppo degli Adapters, con la tendenza a personalizzare un artefatto esistente reinterpretandolo, piuttosto che crearne uno dalle basi. Inoltre, si potrebbe ulteriormente indagare l'influenza del genere di appartenenza, l'unica donna fra i tre, nella scelta di questa tipologia di materiali.

Supporto (support)

I tre co-designer hanno dichiarato di apprezzare un supporto da persone esterne alla pratica ma generalmente con riferimento ad abilità e conoscenze specializzate.

Kobie, difatti, riporta di avere un approccio alquanto individua-

lista con la pratica del DIY, ricorrendo a un supporto di persone esterne, oltre alla rete, in caso di difficoltà dal punto di vista tecnico e con competenze specifiche, quali informatica (« I am selfish with DIY, I don't care for others' opinion so I wont ask to other people and generic advices »; « I don't care for community and others' opinion. But yes to books for technical issues »).

Chipping Norton invece dichiara di ritenere valevole la possibilità di parlare del progetto che ha in mente con altre persone, attribuendo prioritaria importanza il supporto di persone che si possono ritenere abili quali tuttodfare o nel definire i processi di lavorazione. Seguono le persone con competenze specializzate. A differenza di Kobie, però, Chipping Norton include anche la comunità del DIY nel supporto di prioritaria importanza.

L'apprezzamento per il supporto dalle comunità è segnalato anche da Bob, con riferimento esplicito ad una propria passione, quali la Land Rover. Inoltre egli dichiara di gradire anche il supporto di persone esperte purché lo siano in modo orizzontale si potrebbe dire. Egli predilige infatti dialogare con una sola persona con diverse competenze piuttosto che coinvolgere diverse persone ciascuna abile in un settore (« Generally, if I need help I want to ask all the different pieces of information to just one person skilled in many things rather than asking to different people. So probably I could spend time to ask for advices about the best person I should talk to, because it could be more efficient »). Plausibilmente perché, come riporta, egli crede di possedere la maggior parte delle abilità riportate ma gradirebbe il parere di una persona esterna, distaccata dal progetto.

Magazzino (storage)

Kobie inoltre aggiunge una tipologia di immagazzinamento nonché strumento utile – e che effettivamente potrebbe essere incluso in future sessioni d'uso di questo generative tool – quali la memoria digitale, cioè degli hard disk in cui preservare materiale digitale. A tal proposito pianifica inoltre la prediletta

collocazione del limbo adiacente a questa area e intermedia con gli elementi di immagazzinamento. Sembra quasi che lo spazio dedicata a raccogliere o a visualizzare quanto disponibile funga per lei come area di relax o di riflessione per ricevere ispirazione. Alla tendenza 'selfish' per quanto riguarda la ricerca di supporto corrisponde un'apertura verso altri praticanti in Kobie inerentemente alla condivisione di spazi e attrezzatura (« I am quite communal so I like to share space »). I confini della condivisione sono definiti sia per Kobie che per Chipping Norton comunque dal livello di uso e delicatezza di un attrezzo, ad esempio. (Kobie « If I have small tools, specific, like the ones for jewelry, then I prefer to keep them for me, they have specific purpose, I do not want them to be broken »; Chipping Norton « tools are very personal things. If there are tools you particularly like or use, you are bothered if it disappear, breaks, ... Larger tools are the ones that you occasionally use so I'd like to share them »).

Per quanto concerne l'immagazzinamento, Chipping Norton sottolinea l'importanza anche della visibilità di quanto conservato, per rendere agevole il recupero di ciò che è stato messo da parte tempo prima o anche di attrezzi, tipicamente tramite etichettatura o confezioni trasparenti.

Anche per Bob immagazzinare e conservare è di fondamentale importanza per cui ha deciso di investire una parte delle risorse destinate all'acquisto di attrezzature anche alla rispettiva cura e confezione («when arrived in the university, I decided that 10% of the value of the product has to be spent in proper solutions for storage »).

Ulteriori considerazioni

I tre praticanti coinvolti nell'operazione di Co-Design hanno restituito un deciso e attivo coinvolgimento nella definizione degli elementi e delle priorità per la creazione di uno spazio di interesse. Soprattutto Kobie e Chipping Norton hanno palesato un'entusiastica considerazione dell'opportunità di fruire di un laboratorio

locale così attrezzato e strutturato per la pratica del DIY. Kobie ad esempio considererebbe perfino di costruire un'intera abitazione (« If the workshop could be an actual opportunity I could do anything, even a house. It could be my dream situation. Possibility to build the house by oneself, even with very low level skills, supported by other people. »). Quasi inaspettatamente, invece, Bob – rappresentante del gruppo dei Creator – ha palesato minor entusiasmo relativamente agli altri, limitando l'uso prospettato del laboratorio (« In general, I do appreciate the possibility to have a proper space, a workshop, especially for bigger projects. Once, I did not mind where it could be but now I care for the distance, I do not have the time. [...] Currently I am more concerned with small fixing and maintenance project rather than DIY projects »). La motivazione potrebbe risiedere negli impegni familiari (da poco divenuto padre e con la moglie lavoratrice), oltre che a una possibile stanchezza dalla pratica derivante dal completamento di un grande progetto di DIY, quali la propria abitazione a Lancaster, curata nei minimi dettagli.

Ad ogni modo, risulta condivisa e apprezzata nelle sue premessa la volontà di partecipare attivamente a un progetto come il laboratorio locale per il DIY e la riparazione. Il contributo dei praticanti si palesa particolarmente proficuo in primo luogo per la definizione delle priorità delle componenti per sviluppare la pratica nel laboratorio stesso e che potrebbero guidare le scelte di investimento. Inoltre i co-designer hanno anche talvolta incluso elementi assenti nella pianificazione iniziale delle possibili componenti del laboratorio (vedi la memoria digitale di Kobie) a cui si aggiungono ulteriori indicazioni di Chipping Norton a conclusione della sua intervista per agevolare un favorevole livello di qualità di vita nel laboratorio, come la gestione dell'illuminazione, degli spazi, delle aree di lavoro temporaneo, e del comfort termico.

09 3 Action Research: Laboratorio di Riparazione Creativa

La parte empirica della ricerca è stata arricchita da occasioni per la pratica dei concept sviluppati di laboratori come precedentemente presentati, seguendo un approccio di Action Research (AR). Rispetto ai precedenti metodi di ricerca basati sull'osservazione, l'approccio di Action Research mira a un coinvolgimento attivo che stimoli l'iniziativa delle comunità indagate, al fine di promuovere un cambiamento al suo interno.

Nello specifico, con AR si intende

« *a form of research that generates knowledge claims for the express purpose of taking action to promote social change and social analysis. [...] AR aims to increase the ability of the involved community or organization members to control their own destinies more effectively and to keep their capacity to do so* » (Greenwood e Levin, 1998).

Il metodo è basato su tre componenti principali, dati di Ricerca, Partecipazione e Azione (Greenwood e Levin, 1998). In questa sede, la fase di ricerca consiste su quanto raccolto nei precedenti capitoli, mentre la Partecipazione è stata affrontata in parte con la fase precedente di Co-Design e in parte con quanto verrà di seguito riportato come coinvolgimento all'Azione delle persone attraverso il concept dei Laboratori di Riparazione Creativa.

Considerata la complessità della realizzazione del progetto pro-

posto⁴, la valutazione e attuazione di tale concept è stata effettuata a partire da occasioni che permettessero di ricreare – seppur parzialmente – il contesto e le condizioni dove poter attuare un approccio di collaborazione per la pratica di trasformazione supportata delle competenze del design.

Nello specifico sono stati realizzati 4 eventi in cui il concept è stato attuato cercando di trarre i benefici dalle condizioni degli eventi stessi in termini di tipologia di spazio, risorse disponibili, tipologia di partecipanti, collaboratori e supporto, durata dell'evento. Tutte le sessioni hanno condiviso l'idea basilare per cui i partecipanti all'evento venissero coinvolti attivamente prima nella esplicazione della ricerca e del valore dell'allungamento della vita degli artefatti, e dopo dall'attuazione dell'approccio applicando un corrispettivo progetto su artefatti della persona stessa o messa a disposizione dal ricercatore.

Il titolo è stato scelto alla luce di un criterio fondamentalmente legato alla comunicazione icastica del progetto⁵ da un lato e dall'altro rendere questo stesso appetibile attraverso l'apposizione 'creativa'.

Gli eventi in cui il concept del Workshop di Riparazione creativa ha avuto luogo sono

\ 4 Durante lo svolgimento del dottorato, ho personalmente partecipato alla stesura di due progetti di ricerca per la richiesta di fondi di ateneo ed europei, in cui la realizzazione di uno spazio per agevolare la riparazione e trasformazione di artefatti risultava essere fra le principali peculiarità dei progetti. Le iniziative a cui i progetti fanno riferimento sono rispettivamente Campus Sostenibile e Life+2011, i quali hanno purtroppo restituito esito negativo. In assenza di motivazioni nel primo caso, il secondo è stato penalizzato da fattori e debolezze inerenti principalmente agli aspetti di costi e partnership, come giudicato dalla commissione.

\ 5 Nonostante le attività praticate non mirassero esclusivamente alla riparazione ma in generale all'allungamento della vita dell'artefatto attraverso tipicamente upcycling o personalizzazione, il termine Riparazione è facilmente e immediatamente comprensibile da un vasto pubblico, tale per cui la scelta risulta essere efficace per contesti di comunicazione rapida, quali la rete

1. Autoprogettazione 2.0, di FabLab Italia con Domus Magazine, a Milano
2. Trial session, presso FabLab Italia, a Torino
3. Ri-Fatto da me, presso Politecnico di Milano, a Milano
4. Notte dei ricercatori, ai giardini Indro Montanelli, a Milano.

09 4 Autoprogettazione 2.0



Il primo workshop di riparazione creativa si è tenuto come attività dell'iniziativa Autoprogettazione 2.0 organizzato da FabLab, contestualmente all'evento organizzato da Domus Magazine durante il FuoriSalone di Milano 2012, intitolato "The Future in the Making"⁶. Tale evento in generale

«*raccolge una selezione di gruppi, individui, aziende e piattaforme impegnati nel ridisegnare i presupposti tecnologici, materiali, filosofici ed economici del design. Dalle piattaforme open-source di collaborazione al fenomeno in forte ascesa del crowdfunding, e dalla proliferazione dei microlaboratori alle nuove frontiere del food design, la grande disponibilità e il basso costo delle nuove tecnologie di produzione e di networking stanno profondamente trasformando il nostro modo di progettare*»⁷.

Coerentemente con i contenuti e la tipologia di iniziativa, Domus ha chiesto la collaborazione del primo FabLab italiano per esibire le sue potenzialità. In occasione di questo evento, il FabLab ha lanciato il concorso di idee per la raccolta di progetti per la realizzazione di arredi fruibili in un laboratorio come il FabLab stesso

\ 6 L'evento si è tenuto dal 17 al 22 aprile, presso Palazzo Clerici, a Milano.

\ 7 <http://www.domusweb.it/it/upcoming-event/salone-2012-domus-e-audi-presentano-the-future-in-the-making/>

assecondandone le esigenze e sfruttando le tecnologie lì disponibile. Il concorso intitolato per l'appunto Autoprogettazione 2.0 rende omaggio proprio al concept di Mari (vedi capitolo Realizzazione) reinterpretandolo in chiave contemporanea ed esibendo i progetti vincitori proprio negli spazi dell'evento.

In questo contesto ha avuto luogo, il 18 aprile, il primo workshop di riparazione creative. La ricerca qui sviluppata era nota al presidente del FabLab, Enrico Bassi, il quale ha colto l'occasione dell'evento per promuoverne i potenziali vantaggi con l'ausilio delle tecnologie di produzione rapida presenti nel loro laboratorio, quali taglio laser e stampante 3D.

L'invito di portare i primi contributi della ricerca nel contesto descritto e in collaborazione con lo staff del FabLab è stata accolta molto felicemente in particolare per la possibilità di

- Avviare l'indagine empirica delle potenzialità del rapporto fra la cultura della trasformazione e le tecnologie di produzione rapida
- Mostrare i contenuti della ricerca per la prima volta ad un ampio e imprevedibile pubblico
- Attuare e valutare per la prima volta le potenzialità, i limiti e le difficoltà del ruolo di facilitatore del progettista per progetti di riparazione creativa.

Il concept sviluppato per questa occasione è stato il coinvolgimento di visitatori dello spazio espositivo che nei giorni precedenti della mostra si mostrassero interessati sia ai fondamenti del FabLab che alle attività di riparazione proposte dallo staff.

L'iniziativa della sessione di riparazione creativa è stata promossa da FabLab, che ha raccolto le iscrizioni nei giorni precedenti all'evento e durante la manifestazione per cui giorno 18 aprile, dalle 15 la sessione è stata svolta con 5 persone (escluse le altrettanto numerose defezioni), nell'area dei workshop allestita all'interno dello spazio a disposizione del FabLab.

I partecipanti sono tutti piuttosto giovani (3 ragazze, 2 ragazzi) e studenti in design presso il Politecnico di Milano o l'Istituto Supe-

riore per le Industrie Artistiche di Faenza.

La sessione ha avuto inizio con le rapide presentazioni reciproche dei partecipanti, a partire dal ricercatore, seguita da una breve presentazione di slide appositamente realizzate per l'evento che raccogliessero i principali modi di prolungare la vita di un prodotto e un corrispettivo caso esemplificativo dal mondo del design, valorizzando gli interventi con tecnologie di produzione rapida. L'obiettivo della presentazione di slide mira a stimolare e ispirare la creatività dei partecipanti. Difatti, appena dopo è stato chiesto a ciascuno di illustrare l'idea che avrebbe desiderato perseguire durante il workshop.

I ragazzi avevano avuto modo di assecondare l'invito a portare con sé degli oggetti da riparare o rifunzionalizzare, nello specifico le impugnature l'uno di utensili da cucina, l'altro di un ombrello. Alle ragazze, prive di un oggetto proprio, è stata offerta la possibilità di sperimentare l'idea su uno degli oggetti messi a disposizione dal ricercatore, alcuni dei quali dalla funzione ben definita e percepibile (quali una seduta Thonet, priva di impagliatura) o estrapolati dal proprio contesto d'uso (quali componenti da laboratorio chimico, guarnizioni di lavatrice, parti in legno, sommità in acciaio di un porta-ombrelli/posacenere).

A seguito dello scambio reciproco di idee e consigli, supportato da disegni, esempi esistenti, i partecipanti hanno dichiarato l'intento di realizzare:

- Impugnatura del mestolo
- Manico di ombrello a forma d'elsa di spada
- Attaccapanni a partire da un'asta (componente di laboratorio) e Sugru
- Cestino portafrutta con base in legno tagliato al laser e vaso in acciaio
- Seduta della poltroncina Thonet in PMMA tagliato al laser.

Definiti i concept da sviluppare, i partecipanti hanno sviluppato l'idea secondo approcci e strumenti differenti. I due ragazzi in-

tenzionati a usufruire della stampa 3D per la realizzazione delle impugnature si sono approcciati quasi direttamente alla modellazione virtuale, plausibilmente per il ridotto grado di complessità dell'oggetto da realizzare.

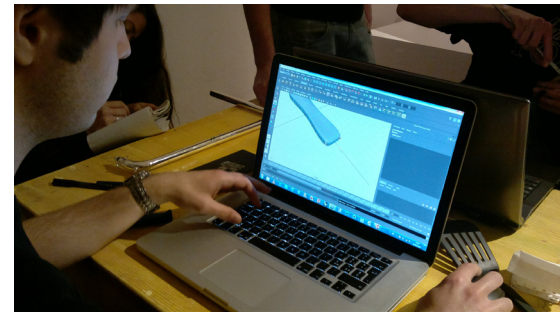
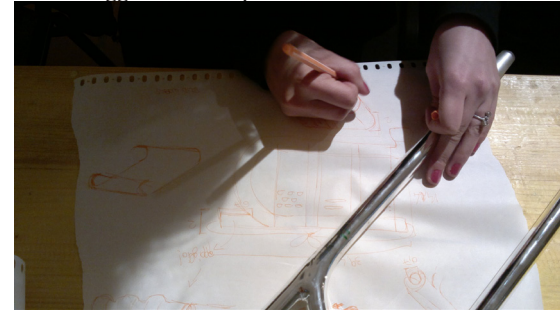
La partecipante con il progetto dell'attaccapanni ha prediletto lo strumento del disegno a mano libera, soprattutto per l'individuazione dell'idea da sviluppare una volta selezionato l'oggetto da recuperare, ovvero il componente da laboratorio. Definito il concept, ha empiricamente approcciato lo sviluppo del prodotto modellando del Sugru direttamente sull'oggetto.

La partecipante con il concept del portafrutta ha fatto uso quasi esclusivo del disegno a mano libera accompagnato da limitati esperimenti con materiali tridimensionali. In questo caso il processo è stato rallentato da una ridefinizione del concept originale, inizialmente destinato alla realizzazione di un gancio portaborse. Presa consapevolezza della difficoltà in corsa d'opera ha prediletto un progetto distinto, recuperando appunto il vassoio in acciaio. Per lo sviluppo del concept definitivo il disegno è stato finalizzato all'identificazione di morfologie armoniche e piacevoli, poi tradotte in linee parametriche attraverso il programma di modellazione, tendenzialmente gestito dal ricercatore su indicazioni della partecipante. La complessità di questo concept è stata arricchita dalla volontà di generare una duplice superficie di utilizzo, tale per cui la modellazione ha richiesto un lasso di tempo sufficientemente lungo a identificare le morfologie di curve al contempo reversibili e gradevoli.

Similmente anche la partecipante che ha sviluppato il concept per il recupero della poltroncina ha inizialmente affrontato un concept diverso che scontratosi con forti limiti di usabilità e fattibilità dell'idea è stata poi ridiretta verso una soluzione che ai fini del workshop appariva eseguibile nei tempi a disposizione.

Così la partecipante col profondo supporto del ricercatore ha sviluppato il nuovo concept prima identificando un'idea forte per il recupero (ovvero un pattern per la seduta), poi in modo empirico

rilevando tutte le dimensioni della seduta e infine virtuale modellando l'oggetto al computer.



Le ultime due esperienze sono occasioni per riflessioni sui processi di presa di consapevolezza dei limiti di concept prescelti, catalizzati dalle figure a maggior livello di esperienza e formazione nel campo della progettazione, quali il ricercatore e il presidente del FabLab, dalla formazione in Disegno Industriale. Entrambi questi casi sono emblematici del possibile ruolo e contributo che il progettista può offrire ai praticanti del DIY per l'allungamento della vita di un prodotto, che tipicamente coinvolge gli aspetti tecnici di realizzazione e concettuali di robustezza dell'idea identificata. La validità dell'approccio è stata avvalorata dalla risposta

positiva e collaborativa dei partecipanti, disposti a rivalutare le proprie intenzioni iniziali alla luce delle delucidazioni offerte dai designer.

D'altro canto, tale processo di presa di consapevolezza e validazione delle opinioni proferite dai designer è stata possibilmente facilitata da due fattori che riconosco poter aver influenzato profondamente, quali

- Il riconoscimento della maggior esperienza nella progettazione alle due figure leader del laboratorio da parte di partecipanti ancora studenti
- La natura sperimentale e ludica del laboratorio praticata su artefatti donati e non posseduti dai partecipanti stessi, e pertanto a basso coinvolgimento emotivo.

Questi due fattori sono necessariamente intuizioni che richiederebbero verifica e valutazione in future occasioni su predisposizione e condizioni favorevoli per i partecipanti a ottimizzare, modificare o abbandonare un il concept di un progetto accogliendo i suggerimenti di figure professionali.

Ultimato lo sviluppo del concept, progressivamente è stata avviata la produzione delle idee. I progetti dei manici sono stati realizzati con stampa 3D, e visti i tempi necessari che ammontano a diverse ore, sono stati prodotti durante la notte e consegnati il giorno seguente ai rispettivi praticanti. La qualità dei risultati è stata davvero apprezzabile per l'impegno profuso e la definizione dell'artefatto.

Il concept per il l'attaccapanni non è stato ultimato anche per l'esigenza di un ulteriore elemento di connessione necessario. Il tempo richiesto è stato prolungato dalla necessaria esecuzione di un modello virtuale che non è stato ultimato entro la fine del workshop. Caso simile anche per il concept del cestino porta-frutta, seppur in quel caso sia plausibile che la tarda identificazione del concept abbia minato la sua realizzazione.

Il concept per la poltroncina è stato ultimato e modellato, ma alla fine nel processo è stata constatata la mancanze del materiale

di supporto dalle caratteristiche utili per il prodotto. Ovvero, la lastra in PMMA disponibile non raggiungeva lo spessore minimo necessario a supportare la funzione designata.

Concluso in workshop, alcuni elementi sono deducibili per lo sviluppo del concept di questa ricerca e di future sessioni per laboratori di riparazione, quali

- Disporre di abbondante materiale sia illustrativo che tangibile al fine di offrire un contesto chiaro e l'appetibilità di un vasto numero di soluzioni; tipicamente un numero consistente di esempi da mostrare, di oggetti da recuperare e di materiali e tecnologie da impiegare
- Stimolare il praticante a portare a compimento il concept iniziale attraverso tipicamente l'invito a portare con sé oggetti propri o in compenso di un premio finale
- Disporre di strumenti adeguato a garantire un fluido sviluppo delle attività, quali le diverse macchine per la trasformazione rapida dell'idea in prodotto
- Essere supportati da un numero sufficiente di collaboratori a garantire una supervisione e collaborazione capillare con tutti i partecipanti, e dalle competenze variabili per affrontare le diverse tipologie di problematiche che possono emergere durante lo sviluppo del progetto.

09 5 Trial session, presso FabLab Italia, a Torino



La collaborazione con il FabLab di Torino è stata mantenuta e ulteriormente sviluppata al fine di replicare l'esperienza del laboratorio di riparazione creativa tenutosi in occasione del Fuori Salone del Mobile ed eventualmente valutare la possibilità di eventi periodici sul tema.

A tale scopo, i pomeriggi di giorno 17 e 18 Luglio 2012, nella sede torinese del FabLab Italia è stato tenuto un workshop di riparazione come ulteriore sviluppo della precedente esperienza. Gli aspetti peculiari che con il secondo workshop si ambisce a sviluppare e/o verificare sono l'efficacia del progetto in luoghi adeguatamente allestiti, il coinvolgimento di praticanti particolarmente interessati, lo sviluppo del progetto in un lasso di tempo maggiore,

A tale scopo sono state invitate delle persone mirate da cui ci si attendeva una partecipazione attiva e pertanto potessero collaborare. Gli invitati sono stati contattati dal FabLab stesso, attingendo alla propria mailing list e rete di contatti, in modo comunque privato e non visibile pubblicamente. Agli invitati è stato chiesto tramite email di portare con sé degli oggetti da riparare, rifunzionizzare, personalizzare, ... coerentemente con gli obiettivi della ricerca.

Hanno risposto positivamente e aderito 8 persone, includendo

modellatori, ingegneri aerospaziali, studenti, e appassionati di tecnologie, affiancati dal presidente del FabLab, in qualità di supporto tecnico, e dal ricercatore. In corso d'opera, si è aggiunto un membro del FabLab, non informato dell'esistenza del workshop ma con l'intento di prolungare la vita di componenti audio. Il workshop è cominciato alle 15 circa, con una breve presentazione sulla pratica del DIY e il consumo sostenibile, dalla durata di circa 30 minuti dove è stato delineato il contesto in cui il workshop si inserisce, coerentemente ai temi del dottorato.

Alla fine della presentazione ai partecipanti è stato chiesto di presentare succintamente se stessi, l'oggetto o gli oggetti che si intende riparare, e le competenze o abilità personali condivisibili con gli altri partecipanti. Coloro che non sono riusciti a portare con sé un oggetto, hanno potuto scegliere fra articoli portati dal ricercatore o raccolti sul luogo (sia presso i magazzini del FabLab sia per le strade limitrofe).

Gli oggetti portati o scelti dai partecipanti sono stati una lampada Naskaloris, un salvadanaio in plastica a forma di maiale, 2 torce ricaricabili a mano (con e senza batterie), delle boccette vuote di profumo, una piccola vecchia TV, parte di una vecchia lampada, 4 gambe di un tavolo in legno, dei tubi e un vaso in vetro da laboratorio, cassette in legno, cestini gettacarte e portaombrelli in plastica. Altri oggetti sono stati poi raccolti dai partecipanti negli spazi di FabLab e dintorni, quali un secchio in plastica e scarti di lavorazione del legno.

I partecipanti hanno usufruito delle macchine e degli attrezzi del FabLab e di alcuni materiali e piccoli accessori forniti dal ricercatore, quali nastri, fili metallici, adesivi.

Dopo le presentazioni individuali, i partecipanti hanno cominciato da subito a lavorare sull'oggetto prescelto. Il workshop è durato fino a quando gli ultimi partecipanti hanno lasciato il laboratorio, verso le ore 20:30.

Considerazioni sull'approccio individuale dei partecipanti

Durante l'esecuzione della riparazione alcuni comportamenti e approcci sono stati rilevati.

Generalmente è stato notato l'estremamente esiguo tempo dedicato allo sviluppo dell'idea originale. I partecipanti hanno tendenzialmente preferito lavorare direttamente sugli oggetti, modificandoli e valutandone le azioni sul momento, secondo modalità di *trial-and-error*.

È stato rilevato un distinto sforzo nella progettazione in un paio di casi, quali:

- il calcolo per il dimensionamento di pale eoliche al fine di caricare il motore di una delle torce (per azione del vento)
- il progetto di dimensionamento e identificazione di soluzioni sia tecnicamente che esteticamente valide per il contenitore per 3 elementi di un piccolo impianto audio.

Tale comportamento è sembrato rispecchiare un certo disinteresse o comunque debole legame del partecipante con il prodotto in questione, analogamente a quanto rilevato per i primo workshop. Difatti anche lo sviluppo dell'idea è stato limitato, eppure i risultati a fine di giornata spesso hanno raggiunto uno stadio inoltrato di sviluppo seppur incompleti.

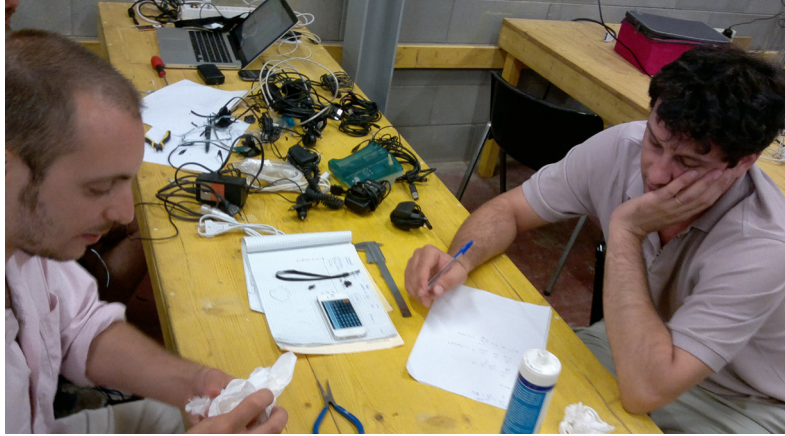
Alla celerità nella realizzazione dell'oggetto corrisponde però un livello relativamente scarso in termini qualitativi per l'esiguo sviluppo dell'idea. Le soluzioni tecniche esplorate hanno spesso mancato di accuratezza, precisione, definizione, affinamento, studio dei meccanismi.

L'oggetto che ha raggiunto lo stadio più avanzato, pressoché completo, è stato la rivisitazione della lampada Naskaloris. L'obiettivo originale consisteva nella limitazione o abolizione delle 4 molle. Il partecipante ha esplorato empiricamente le diverse configurazioni e soluzioni tecniche, spostando le molle, riutilizzando i componenti in configurazioni diverse, modificando anche l'obiettivo

alcune volte in corso d'opera. Difatti, originariamente il partecipante ambiva anche alla realizzazione di una lampada da tavolo dall'aspetto essenziale e leggiadro, ma in diverse occasioni è stata palesata la possibilità di creare un oggetto ironico combinandolo con il salvadanaio a forma di maiale, accessoriato di sistema di illuminazione con strisce LED. Alla fine della prima giornata, la lampada sembra aver raggiunto uno stadio pressoché definito nell'aspetto, richiedendo ulteriori operazioni per la sua stabilizzazione (tipicamente una zavorra alla base) e cablaggio (non appena la striscia LED fosse stata recuperata).

Due partecipanti hanno collaborato per la realizzazione del sistema di accumulazione di energia eolica a partire dalla torcia. Sono state esplorate almeno due modalità di creazione delle pale, prima con una bottiglia in PET da 2 litri, poi con un secchio in plastica tagliato in due metà. Il risultato raggiunto alla fine della giornata potrebbe apparire concluso nell'aspetto, ma non funzionante a causa dell'elevato attrito o dell'inerzia nella parte motrice, fra gli altri.

Ad ogni modo, l'aspetto è stato scarsamente curato, concentrando le energie sulla celerità di esecuzione dell'oggetto. In questo caso, infatti, uno dei due partecipanti al progetto disponeva solo di metà del tempo, e non avrebbe potuto contribuire il giorno seguente.





Un altro partecipante ha tentato di creare accessori per contenere diverse (4) bottiglie per la miscita e realizzazione di cocktails, a partire da un cestino gettacarte (Danese Milano) e da un portapareti in plastica (Kartell). I due oggetti sono stati combinati e forati trascurando (almeno apparentemente) operazioni di misurazione e preparazione degli oggetti al taglio.

L'assenza di un progetto ha portato il praticante a constatare solo alla fine della giornata che la soluzione da lui sviluppata non era agevole per l'inserimento delle bottiglie.

Un altro partecipante ha teorizzato la rifunzionalizzazione delle bottiglie in vetro di profumo, circa 10 tutte uguali, come possibile gioco interattivo, legato alla riflessione di raggi laser, su un campo da gioco ottenuto dal cassetto in legno. Vista l'impossibilità di re-

perimento del laser, il progetto è stato presto abbandonato.

Un altro partecipante ha colto la proposta di reimpiego di tubi in vetro per la realizzazione di un portacandele da tavola. In questo caso c'è stata una fase di progettazione delle componenti stampate 3D per tenere in posizione i due tubi, cercando di risolvere le criticità connesse alla sezione circolare che porterebbe l'oggetto a ruotare, considerato soprattutto l'esiguo attrito superficiale.

Questo partecipante ha mostrato una maggiore tendenza alla pianificazione, mostrandosi intento a testare creando prima una parte dell'oggetto finale, al fine di verificare la funzionalità e l'efficacia prima della stampa dell'intero oggetto. A causa poi della necessità di lasciare il workshop dopo poche ore, il progetto è rimasto inconcluso nella prima giornata e quindi in generale vista l'impossibilità di partecipare alla seconda giornata.

Il membro FabLab aggregatosi in corso d'opera ha mostrato un approccio strutturato, progettando l'aspetto che preferiva, la soluzione tecnica di incastro, ponendosi questioni sulla resistenza visto il carico relativamente alto di uno dei componenti, sulla trasportabilità aggiungendo dei manici, piazzando i fori per alcune operazioni di interazione e per dare voluta visibilità all'operazione di assemblaggio di componenti disparati. Data la complessità, il progetto è stato sviluppato fino alla definizione delle soluzioni tecniche e del dimensionamento.

Alla seconda sessione del laboratorio, pochi partecipanti sono tornati a proseguire lo sviluppo del progetto, in gran parte a causa della necessità di lasciare la città di Torino. Fondamentalmente, è stato pressoché concluso il progetto della lampada Naskaloris e qualche altro tentativo di implementazione del progetto per l'energia eolica è stato effettuato, senza sostanziali cambiamenti rispetto alla giornata precedente.

Considerazioni sull'approccio collaborativo dei partecipanti

Il comportamento più interessante che ho constatato è stato alto

livello di collaborazione e supporto reciproco fra i partecipanti, indotti perfino allo scambio degli oggetti portati con sé in un caso. Un partecipante non ha potuto portare con sé un oggetto e si è prestato ad aiutare altri partecipanti, soprattutto il ricercatore per la riparazione di auricolari e il partecipante con il progetto per servire cocktails.

A workshop inoltrato, anche un amico di uno dei partecipanti si è aggregato aiutandolo nello sviluppo dell'oggetto o nella riparazione delle auricolari.

Generalmente si era molto disponibili ad aiutare, suggerire, commentare il lavoro degli altri.

Fa eccezione il membro FabLab che non era stato originariamente invitato, il quale si è trattenuto da una fitta interazione con gli altri partecipanti forse per evitare di infiltrarsi seppur invitato diverse volte a sentirsi libero di interagire. Comunque ha mostrato grande volontà di dialogo per lo meno con il ricercatore e con il presidente del FabLab.



Riflessioni a seguito della prima giornata di workshop

Il workshop ha personalmente dimostrato che un luogo appropriatamente attrezzato per le operazioni di riparazione e per l'affermazione di uno spirito comunitario favorisce lo sviluppo della pratica della riparabilità. I partecipanti si sono dimostrati attivi e

pronti a condividere.

D'altro canto, la limitata apprezzabilità dei risultanti oggetti sia attribuibile alla selezione di oggetti a scarso legame emotivo, lasciando predominare comportamenti e dinamiche focalizzate alle operazioni manuali, confermando quanto ottenuto dal precedente workshop.

Ulteriori fattori ipotizzati come concomitanti al limitato livello di qualità raggiunto sono la costrizione temporale e l'impreparazione all'evento. Il workshop è stato infatti sviluppato in due pomeriggi consequenziali di metà luglio, un periodo che generalmente è ricco di scadenze, considerato che almeno metà dei partecipanti hanno dichiarato di essere lavoratori e/o operativi fuori dalla città di Torino.

Ad ogni modo, la conduzione del workshop effettuata da me ha voluto assecondare lo spirito al fine di constatare in primo luogo le naturali tendenze comportamentali piuttosto che intervenire da subito a reindirizzare la pratica verso scenari per lo meno ambientalmente più sostenibili. Di fatti, appare probabile che gli oggetti realizzati non avranno un'aspettativa di durata particolarmente lunga.

Alla luce degli intenti iniziali, del contesto e dei limiti per i partecipanti, i risultati ottenuti nell'arco di poche ore di una sessione di workshop sono ritenuti personalmente valevoli, apprezzando in particolare i commenti positivi dei partecipanti e l'entusiasmo con cui hanno collaborato, tale per cui un paio di partecipanti sono stati attivamente coinvolti nel quarto workshop riportati più avanti.

In vista di ulteriori sessioni di laboratorio pianificate, alcune deduzioni sono state effettuate per la corrispettiva ottimizzazione, quali:

- sottolineare la necessità di considerare oggetti che si desidera riparare o recuperare
- indurre a valorizzare la fase di progettazione, dove l'intervento dei designer potrebbe apparire essere particolarmente

utile ed apprezzabile

- offrire la possibilità di sviluppare il progetto su un arco temporale più lungo e secondo i tempi preferiti, coerentemente con i ritmi seguiti per le attività amatoriali
- mantenere un numero analogo di partecipanti a parità di collaboratori e attrezzatura.

09 6

Ri-Fatto da me, presso Politecnico di
Milano, a Milano











Ri-Fatto Da Me è il nome di un esercizio mirato a portare a far riflettere studenti sulle questioni del riuso e della reinterpretazione degli artefatti esistenti, valorizzandone gli aspetti espressivo-sensoriali.

L'esercizio è stato proposto in un corso monografico opzionale presso la Facoltà del Design del Politecnico di Milano (Design delle superfici e Contesti sensoriali) in cui il ricercatore ha svolto il ruolo di Culture della Materia. All'interno del corso erano stati portati i contributi principali della ricerca per quanto concerne il contesto sull'urgenza ambientale e la tendenza contemporanea al DIY nelle sue molteplici forme, fra gli altri. Agli studenti è stato pertanto proposto in modalità opzionale e volontaria (quindi non obbligatoria) di valorizzare i contributi teorici realizzando un esercizio il cui obiettivo è stimolare ad un'analisi critica dell'esistente, identificando gli elementi significativi dell'artefatto e inducendo ad una reinterpretazione creativa.

Gli studenti sono stati chiamati a realizzare un oggetto in fase di dismissione o non usato per prolungarne la vita. Nello specifico agli studenti è stato pervenuto un documento esplicativo dei requisiti dell'esercizio stessi, in cui si chiede di individuare un (solo) artefatto esistente appartenente alla categoria degli artefatti domestici, tipicamente arredamento e suppellettili, e ad esclusione di:

- interventi su componenti elettrici ed elettronici ma non sulle altre parti di un oggetto del genere (come scocche, basi, personalizzazioni superficiali, ...)
- vestiario ed accessori (per eliminare l'influenza delle mode molto celeri in questo ambito)
- artefatti e interventi che richiedono competenze e attrezzature non a disposizione del praticante.

Contrariamente ai workshop precedenti, non è stato offerto nessun oggetto ai partecipanti da parte del ricercatore al fine di stimolare il recupero di oggetti propri e che incorporasse un valore

affettivo o funzionale per gli studenti. Si auspica così di verificare le intuizioni dedotte dai workshop precedenti sui fattori concomitanti per il limitato interesse dei partecipanti nel portare a compimento il progetto nonché per il basso livello qualitativo del progetto.

L'oggetto sarebbe poi sottoposto a processo di interpretazione delle caratteristiche per indentificarne un riuso, considerando la durabilità del prodotto trasformato e un plausibile utilizzo futuro anziché sperimentazione linguistica.

A coloro che hanno confermato l'adesione allo svolgimento dell'esercizio (circa un terzo del totale della classe), è stata offerta la possibilità di presentare e discutere la tipologia dell'oggetto scelto nonché le intenzioni di riuso per ricevere opinioni e commenti da parte di altri studenti (magari con progetti analoghi) e dal ricercatore.

L'esercizio è stato programmato a inizio corso e descritto dettagliatamente 3 settimane prima della consegna del risultato, affinché venisse concesso un tempo sufficientemente lungo per poter gestire liberamente i tempi e ritmi del lavoro da eseguire, coerentemente con quanto dedotto dal workshop precedente.

Inoltre è stata offerta la possibilità di avviare il processo di trasformazione usufruendo di un luogo appositamente allestito allo scopo, quali il laboratorio di modellistica della facoltà, al fine di disporre di attrezzature e competenze utili a sviluppare il progetto stesso.

Concordata le modalità di collaborazione e supporto con responsabili e tecnici del laboratorio, la maggior parte degli studenti ha fruito dell'opportunità. Inoltre, è stata offerta agli studenti la possibilità di avviare il progetto contestualmente ad una mattinata (4 ore, coerentemente con gli orari di lezione) per consentire lo scambio di opinioni e di idee, supportati dal ricercatore, da un collega preparato sui temi della sostenibilità e del riuso (Massimo Micocci), nonché dal personale del laboratorio stesso.

La giornata di avvio del progetto è stata programmata similmente

ai precedenti workshop. Nello specifico è stata evitata l'introduzione ai temi della sostenibilità in quanto noti dalle lezioni precedenti mentre l'avvio del workshop è avvenuta con l'esplicazione dei principali accorgimenti per la sicurezza individuale, seguita subito dopo dalla presentazione degli studenti e dei loro progetti alla classe.

Terminate le presentazioni e lo scambio preliminare di opinioni, gli studenti hanno avviato il processo di trasformazione dell'oggetto prescelto secondo le operazioni che gli era stato chiesto di delineare in anticipo.

La mattinata del workshop si è sviluppata in modo molto fluido, in termini di svolgimento delle attività, uso dei macchinari, collaborazione fra studenti.

Nonostante non tutti gli studenti fossero abituati a effettuare attività manuali o a lavorare in un laboratorio, nessuno ha riportato ferite e contusioni, grazie anche all'invito alla prudenza e al supporto reciproco qualora lo studente non si ritenesse sufficientemente sicuro di effettuare l'operazione da sé.

A conclusione della mattinata di workshop, diversi studi hanno riportato uno stadio avanzato o perfino concluso del progetto. Nello specifico, una studentessa ha rifinito il progetto ormai quasi concluso di una tazzina da caffè in ceramica rifunzionalizzata come porta-lampada, di cui è stata verificata l'effettiva funzionalità. Una studentessa ha concluso il progetto di conversione di un floppy-disc in orologio da parete o tavolo. Come si deduce dal rispettivo report, ha poi anche sviluppato altre idee di ampliamento dell'idea. Uno studente ha concluso il progetto di trasformazione di un componente di un giocattolo (una gamba in plastica di un pupazzo super-eroe) in un attaccapanni, di cui è stata verificata l'efficacia per piccoli carichi. Nel report è stata riportata l'ottimizzazione con colle diverse per sostenere anche carichi maggiori. Fra i progetti da concludere si riscontrano i più ambiziosi per la ristrutturazione di una sedia, per la creazione di una lampada a partire da materiali di varia natura e relativamente poveri, o

un'altra lampada regolabile a partire dall'ombrello, e comunque tutti portati a compimento nelle settimane seguenti come si evince dal report.

Lo scambio di opinioni e materiali è apparso piuttosto vivace, nonostante gli studenti provenissero da indirizzi diversi e non necessariamente si conoscevano.

La presenza di figure preparate o esperte è risultata proficua allo sviluppo e implementazione del progetto, soprattutto in termini di stimolo al consolidamento del concept o all'identificazione di soluzioni tecniche efficaci.

Inoltre, gli studenti sono stati invitati a monitorare e tenere traccia del procedimento di esecuzione dell'esercizio al fine di realizzare il report finale dell'esercizio stesso, unico elaborato da consegnare a partire da un modello e da un esempio sviluppati dal ricercatore. Il report consiste nella descrizione del progetto, della sua idea, del suo sviluppo e dei commenti critici in termini di scarto rispetto alle aspettative, di abilità richieste, di qualità del risultato, di piacevolezza del processo di esecuzione. La qualità del report e del lavoro effettuato avrebbe contribuito a implementare il voto finale del corso per un numero di punti compreso fra 0 e 3, a fine di stimolare la partecipazione e una buona qualità del lavoro effettuato.

Circa un terzo degli studenti (25) ha validato la partecipazione all'esercizio con la restituzione del report.

La tipologia di oggetti selezionati è stata fortemente variabile e include lampade, bottiglie (in vetro e PET), giocattoli, cesti e contenitori, stoviglie, barattolo, sedia, tavolino, floppy disk, orologio, porta CD, cornice, ombrello e stoffe. Nella maggior parte dei casi tali oggetti sono stati rifunzionalizzati offrendo usi alternativi all'originale, quali giochi, lampade, portafogli, porta foto, porta CD, porta candela, porta orecchini, vaso, attaccapanni, bicchieri.

La qualità del lavoro svolto è stata ritenuta generalmente buona. Infatti, la valutazione suggerita dal ricercatore sui report ha avuto una media di 1,8 su 3. Tale risultato può apparire appena suffi-

ciente ma questa valutazione da un lato tiene conto della rielaborazione dei contenuti didattici e dall'altro include il lavoro di coloro che non hanno beneficiato dell'opportunità di supervisione e collaborazione presso il laboratorio di modellistica. Per cui, ho personalmente valutato il risultato come davvero apprezzabile.

Il report inoltre generalmente restituisce una percezione di assimilazione dei contenuti offerti raggiungendo l'obiettivo del workshop. Dal punto di vista della ricerca, è stata verificata un'apprezzabile partecipazione all'attività, supportato da dichiarazioni generali di gradimento del compito da svolgere da parte dei praticanti, nonché per la dimostrazione di aver raggiunto un obiettivo inizialmente ritenuto arduo, o la soddisfazione di aver recuperato un oggetto dismesso.

Quindi in relazione ai workshop precedenti, si è dimostrata vantaggiosa la strutturazione dell'attività su un arco temporale relativamente lungo e offrendo supporto allo sviluppo dell'idea.

09 7 Notte dei Ricercatori

Il workshop di Riparazione Creativa si è tenuto in concomitanza con l'iniziativa 'Notte dei Ricercatori'⁸, il 28 Settembre 2012 presso i giardini Indro Montanelli, in zona Palestro a Milano.

L'obiettivo del workshop è il contatto con e la divulgazione verso la cittadinanza di Milano per informare e ricevere feedback sulla personale ricerca di dottorato 'Design for Sustainable and Satisfactory wellbeing: the DIY practice'.

In particolare, l'occasione si presta per informare del valore e dell'appetibilità delle attività che prolunghino il ciclo di vita dei prodotti (tipicamente ma non esclusivamente tramite operazioni di riparazione) attraverso espedienti tecnici che talvolta richiederanno il coinvolgimento dei visitatori.

A tal scopo, la proposta del Workshop di Riparazione Creativa come output di ricerca di dottorato e modesta esperienza di Action Research ha avuto luogo in uno degli stand dell'iniziativa dove i visitatori hanno avuto modo di conoscere ed esperire:

- la problematica ambientale e la pratica vantaggiosa della riparazione
- casi emblematici di artefatti per la riparazione 'creativa'
- attuazione della pratica su oggetti dismessi o da rivalorizzare.

Il concept per il laboratorio di Riparazione Creativa è stato svilup-

pato nell'arco di 4 mesi circa, a partire dalla comunicazione della possibilità offerta ai dottorandi del Politecnico di Milano di mostrare i contenuti della propria ricerca o perfino includere operazioni di ulteriore suoi sviluppo. Il progetto del laboratorio, nello specifico, si presenta come occasione per l'ulteriore sviluppo di esperienze precedenti di valutazione delle dinamiche del concept, effettuate con il FabLab di Torino (presso l'evento organizzato da Domus al Fuori Salone di Milano, ad Aprile 2012, e in una sessione privata presso il FabLab di Torino, a Luglio 2012) e con un gruppo di studenti del corso a scelta del programma di studi della Facoltà di Disegno Industriale⁹, a Giugno 2012. In questa occasione, considerata la location nell'area centrale di Milano e il tema ad ampio spettro, si prospetta l'affluenza di un pubblico vasto per tipologia e imprevedibile per interesse verso la tematica, dunque occasione per la valutazione della proposta di un laboratorio permanente per l'allungamento della vita degli artefatti attraverso il supporto del design, in termini di professione e sue manifestazioni

Collaboratori e sponsor

Ai fini di un ottimale sviluppo dell'evento è stata fortemente promossa la collaborazione (consentita dagli organizzatori) con partner tecnici e contatti personali (quali colleghi, aziende produttrici ed associazioni, amici).

Perseguendo l'obiettivo di rendere l'attività e il tema ancor più intrigante per il pubblico da coinvolgere, è stata chiesta la collaborazione di esperti soprattutto in tecnologie di produzione rapida e personalizzazione, e temi inerenti al laboratorio e al suo concept. Il laboratorio è sviluppato in collaborazione con:

- FabLab Torino, luogo per l'auto creazione su progetto internazionale, rappresentato a MMT dal suo presidente Enrico

\ 8 La notte dei ricercatori è un'iniziativa del progetto europeo Marie Curie che ambisce a porre la Ricerca a contatto con i cittadini delle principali città universitarie europee. [aggiungere altre info dal sito]

\ 9 (nello specifico, Progettazione delle superfici e dei contesti sensoriali, diretto dalla professoressa Levi con un mio considerevole contributo nell'organizzazione e svolgimento delle attività didattiche)

Bassi

- Manufactur 3D, attivi nella tecnologia dello stampaggio tridimensionale, rappresentati a MMT da Emilio Della Sala e un suo collaboratore, Daniele;
- Vectorealism, azienda di produzione con tecnologie di rapid manufacturing, rappresentata dai fondatori e operatori Eleonora, Marco e Costantino
- Dip. di Chimica, Materiali e Ingegneria Chimica del Politecnico di Milano, per le informazioni e coinvolgimenti attivo nella ricerca sul tema del laboratorio, e rappresentato da Massimo Micocci, Matteo De Donatis e Marinella Levi
- Rosa D'Acunti, fotografa dell'evento e collaboratrice nella raccolta di oggetti
- Maria Ferrero, collaboratrice per interventi su materiale tessile e abbigliamento.
- Cooperativa Di Mano in Mano, che ha messo a disposizione alcuni oggetti destinati allo smaltimento in discarica (caffettiere, piatti, tazze, giocattoli, materiali semi-lavorati, ...).

I collaboratori hanno offerto le proprie conoscenze e competenze ai visitatori e in alcuni casi anche le tecnologie, quali Emilio Della Sala con la stampante 3D (una RapMan), lo staff di Vectorealism con il taglio laser, e Maria Ferrero con la macchina da cucire, pronti a creare gli artefatti su richiesta dei visitatori.

Parte del materiale è stato gentilmente offerto dalle aziende produttrici o rispettivi designer attivi nella promozione della pratica del riuso e della riparazione e appositamente contattati come:

- Woolfiller, offerto con elargizione e congiuntamente a materiale divulgativo dalla creatrice Heleen Koopler
- Kintsugi, offerto in campionatura di due kit completi e un campione esemplificativo di piatto decorativo riparato
- Sugru, con un piccola confezione di campioni omaggio, ad accompagnamento di un consistente ordine effettuato.

Non è stata invece ricevuta risposta dall'azienda Makedo, dalla quale è stato comunque acquistato un prodotto composta da 150 pezzi per lo svolgimento del laboratorio.

Svolgimento del laboratorio

Il laboratorio è stato sviluppato in modalità piuttosto flessibile e destrutturata, tenendo comunque conto di alcuni passaggi ed elementi cruciali.

I visitatori incuriositi (dal nome del laboratorio, dagli oggetti e materiali presenti nello stand, dalle persone attive al suo interno, ...) sono stati accolti chiedendogli se fossero interessati a saperne di più. Ricevuto il consenso, sono stati introdotti alle attività del laboratorio a partire dalla constatazione della necessità di intervento su consumi e abitudini alla dismissione anticipata degli artefatti.

All'interno del laboratorio i visitatori hanno avuto la possibilità di vedere come alcuni oggetti siano stati 'riparati' attraverso l'uso dei materiali e delle tecnologie ospitate. A seguito della descrizione degli obiettivi della partecipazione all'evento e all'esibizione degli oggetti riparati, è stata offerta la possibilità di riparare da sé oggetti con gli stessi ausili e usufruendo delle conoscenze o dei consigli dello staff.

In fase di progettazione dell'evento, tale fase di attuazione pratica e volontaria da parte dei visitatori era stata prevista come sessioni specifiche ad orari prestabiliti, ma constatato il continuo flusso di visitatori e la variabilità degli interessi che ciascun gruppo mostrava, è stato prediletto un approccio di supporto istantaneo sulla base delle esigenze e dei gusti dei singoli praticanti.

Il laboratorio ha occupato un'area di 4x8 m, aperta su uno dei lati maggiori ai visitatori. Lo stand è stato allestito creando 4 aree principali:

- Lato destro, con macchina per taglio laser e oggetti campione, gestita principalmente da Vectorealism

- Fondo centrale, con stampante 3D e oggetti campione gestita principalmente dallo staff di Manufactur3D, Enrico Bassi e in parte Matteo De Donatis
- Prospetto centrale, con esempi di oggetti riparati e artefatti riparabili, gestita principalmente da me stesso, Massimo Micocci e in parte Matteo De Donatis
- Lato sinistro, con area operativa dove poter attuare le riparazioni corredata di materiali e utensili gestita principalmente da me stesso e Massimo Micocci, nonché area per riparazione tessile con macchina da cucire professionale e tessuti di recupero, gestita principalmente da Maria Ferrero.

Ciascuna area è stata allestita in modo conforme ai regimi di sicurezza e predisponendo un fluido flusso di visitatori fra le diverse aree dello stand.

Ai visitatori è stata data la possibilità di implementare o riparare oggetti sia propri sia forniti dallo staff del laboratorio.

Fra gli oggetti propri si annoverano orecchini, memory stick, cardigan e giacca in lana, scarpe, portafogli. Decisamente maggiore è il numero di oggetti che i visitatori hanno recuperato dal laboratorio considerato che quasi nessuno era a conoscenza delle attività specifiche svolte all'interno del padiglione. Gli oggetti creati o recuperati sono stati tazze, centrotavola, posacenere, caffettiere, scolapasta, giocattoli (in cartone, in plastica, in stoffa), carillon, capi di abbigliamento, portafogli in Tetrapack.

Al fine di ottenere un feedback da parte dei partecipanti all'attività di riparazione, è stata chiesta la compilazione di un breve questionario costituito da 5 domande che riguardano le caratteristiche dell'attività appena effettuata, nonché dati personali e interesse verso attività future.

Ai partecipanti sono stati anche chiesti alcuni dati anagrafici per età e sesso, accompagnati da nome o pseudonimo a loro discrezione. Comunque, il risultato è stato considerato anonimo e non univocamente attribuibile alla persona che lo ha compilato.

I questionari restituiti sono stati 29 e tutti valutati per quanto

concerne le 5 domande. 6 questionari mancano dei dati anagrafici del praticante, ed esclusi questi per la valutazione delle media anagrafica generale, risulta un'età media dei praticanti pari a 19 anni circa, ma compresa fra i 7 e i 55, e con una percentuale di quasi il 61% al di sotto dei 14 anni. I 9 praticanti dall'età superiore ai 14 anni hanno un'età media di 32 anni circa, ma nessun partecipante ha dichiarato un'età compresa fra i 14 e i 20 anni (inclusi gli estremi). Tali dati inducono a considerare la difficoltà di coinvolgimento o l'assenza di adolescenti all'evento, mentre l'attività di riparazione creativa è stata considerata un intrattenimento soprattutto per bambini, mentre adulti e anziani si sono mostrati più interessati e inclini all'ascolto della descrizione delle attività piuttosto che alla sperimentazione pratica.

Inerentemente alle risposte date, la quasi totalità dei praticanti ha dichiarato che l'esperienza del workshop è stata molto (24/29) e abbastanza (4/29) interessante, a cui si aggiunge una sola valutazione 'normale'. Nessuno ha riportato di essere poco o per niente interessato al workshop.

Alla seconda domanda su 'cosa ti è piaciuto in particolare', riceve la maggiore approvazione l'opzione offerta sulla possibilità di 'Potere riparare e riusare oggetti a cui tengo' (17/53), seguita da 3 scenari pressoché equivalenti su 'Vedere usi alternativi per oggetti che non avrei mai considerato' (9/53), 'Le attrezzature tecnologiche di stampa 3D e taglio laser (8/53), e 'Materiali e accessori utili a riparare, come Sugru, Woolfiller, o Makedo' (8/53).

Una minoranza di preferenza ha riguardato 'Confrontarmi con altre persone, creativi e tecnici' (4/53), 'La conoscenza di problematiche e proposte della ricerca universitaria' (4/53), 'La collocazione in un luogo pubblico, di passaggio' (1/52) o 'altro' generalmente non specificato (3/53).

La domanda sulla categoria di oggetti di maggiore interesse allo scopo riporta in cima in classifica Casalinghi (10/60) e Abbigliamento (10/60), seguiti da Oggettistica (8/60), Accessori moda (7/60), Arredamento (6/60) e Regali (5/60). Si attestano in fon-

do, con pressoché equa preferenza (2-3 ciascuno), Giocattoli, Attrezzi, Materiali grezzi, Qualunque cosa, o Altro (mai specificato). Inerentemente alla valutazione del supporto offerto al laboratorio dal personale per la riparazione, rispetto a fare lo stesso da solo, predomina la valutazione 'Molto utile' (18/29), seguito da 'Fundamentale' (6/29) e 'Utile' (4/29), mentre solo un praticante l'ha valutato 'Normale' (1/29) e nessuno ha selezionato la voce 'Dannoso'.

L'ultima domanda mirava a valutare l'interesse verso un luogo PERMANENTE per la riparazione a Milano o nella rispettiva città, ricevendo la decisiva acclamazione con 19 valutazioni (su 29) pari a 'Molto', abbondantemente più numerose degli 'Abbastanza' (3/29) e dei 'Normale' (5/29). 'Scarso' o 'Nessun' interesse è stato dichiarata da un praticante rispettivamente.

Considerazioni progettuali e di sviluppo del concept

A seguito dell'evento, alcune considerazioni sono state dedotte per eventuali sviluppi del concept proposto, sia sulla base delle risposte al questionario che da dall'interazione con e osservazione dei visitatori e dei praticanti.

In generale, l'affluenza di visitatori allo stand è sintomatico dell'interesse per lo meno all'ascolto delle attività di riparazione creativa, sia essa per motivi economici, ambientali, di stile di vita, o anche solo di curiosità per i termini adottati, come generalmente riportato dai visitatori. Esplicito brevemente l'obiettivo del workshop in un paio di minuti, quasi sempre i visitatori si sono mostrati disposti a soffermarsi per osservare e ascoltare quanto concerneva i materiali e le tecnologie esposte, fenomeno che trova riscontro nell'alto indice di gradimento e interesse emerso dai questionari.

Le osservazioni che verranno riportate riguardano quasi esclusivamente il personale punto di vista del ricercatore durante l'interazione con gli utenti per le attività di riparazione con gli oggetti recuperati e i materiali che si predispongono alla riparazione

creativa. Sono escluse considerazioni sull'interesse posto verso le tecnologie di stampa 3D e lasercut poiché gestite dai collaboratori. Nonostante l'elevata affluenza constatata di fronte alle macchine, ai fini di intuizione di considerazioni la personale assenza da quelle aree non consente di dedurre elementi utili allo sviluppo della pratica sul fronte dei macchinari a produzione rapida.

Età e coinvolgimento

Come si deduce anche dall'età media dei praticanti che hanno risposto ai questionari, adulti e anziani hanno preferito ascoltare e osservare gli output o le componenti materiche della pratica della riparazione creativa, mentre l'attività tangibile è stata prediletta da bambini, plausibilmente anche indipendentemente dagli obiettivi dell'attività, prediligendo la componente ludica. Tale constatazione può indurre a valorizzare la pratica come esperienza favorevole all'educazione di bambini alla pratica della riparazione attraverso soluzioni che amplificano la componente ludica, nonché l'opportunità di interagire con adulti, quali genitori, insegnanti, tecnici. Gli adulti ad ogni modo si sono mostrati interessati, ascoltando e richiedendo ulteriori fonti di informazione o per l'acquisto dei materiali descritti.

Qualità degli interventi dei praticanti

Gli artefatti riparati o reinterpretati dai visitatori si sono necessariamente limitati a modesti interventi considerato il tempo a disposizione sia per la definizione di un'idea che per la pratica della riparazione stessa, oltre che all'interesse verso oggetti solitamente non propri.

In generale, i praticanti hanno mostrato un forte coinvolgimento nell'attività, deducibile dalle parole e dai toni della richiesta di coinvolgimento o di supporto, dalle espressioni facciali durante l'attività, dai commenti a conclusione della riparazione, e comunque anche dai questionari. In termini di caratteristiche degli artefatti risultanti, la tipologia di intervento è stata tipicamente di piccole implementazioni per ripristinare la funzione data ricostruen-

do parti mancanti e prestando cura al risultato nei dettagli che si potevano applicare (le zigrinature nella manopola del carillon, il dimensionamento e il foro di aggancio per il rivestimento della memory-stick, i colori e la finitura per il manico della caffettiera, le sbeccature tramutate in decorazioni con sugru, ...).

Nel caso delle estemporanee sperimentazioni sul maglione messo a disposizione per praticare la riparazione con Woolfiller, i bambini hanno palesato un maggior potenziale di reinterpretazione della lana applicata tentando a volte forme premeditate (a sole, a luna, a cuore, a cerchi concentrici, con cuscinetto nel cappuccio, ...).

Deduzioni generali

L'esperienza del laboratorio di riparazione creativa si è senz'altro dimostrata un'apprezzabile opportunità di constatazione dell'interesse e dei potenziali effetti benefici delle attività di riparazione col supporto di designer, tecnici e altri praticanti per l'interesse mostrato e il guadagno generale. Ciascuno dei praticanti ha avuto occasione di portare con sé l'oggetto riparato, salvando oggetti che erano destinati alla discarica e sostenendo economie circolari.

09 8 Proposta: Designer come facilitator in un Re-DIY Lab

L'attività di co-design per la definizione del RE-DIY Lab ha evidenziato gli aspetti maggiormente considerati o desiderati dai praticanti. Date l'evidenza soprattutto del supporto richiesto in termini di consigli per lo sviluppo dell'idea progettuale, si deduce il possibile contributo del designer come facilitatore in questo laboratorio proprio a sostenere la pratica negli aspetti in cui i praticanti hanno palesato l'esigenza o la preferenza per un confronto con professionisti o altri praticanti.

Si ricorda che auspicare un ruolo di facilitatore si intende che

« *[t]he design facilitator drives the engagement of people through the design process; which is fundamentally a constructive and optimistic process of searching for possibilities* » (Body et al, 2010)

Difatti, l'affiancamento del designer ai praticanti si presenta come una modalità per l'amplificazione e la catalizzazione delle competenze progettuali che ciascuna persona ha naturalmente come forma cognitiva;

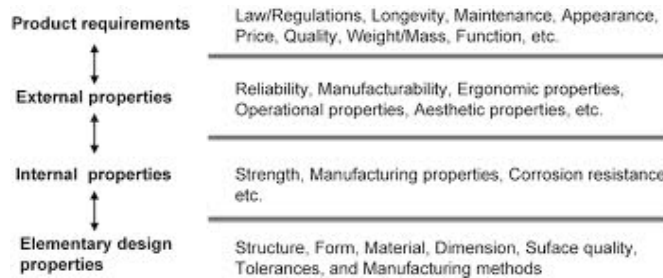
« *Like other forms of intelligence and ability it may be possessed, or may be manifested in performance, at higher levels by some people than by others. And like other forms of intelligence and ability, design intelligence is not simply a given 'talent' or 'gift', but can be trained and developed* » (Cross, 2011).

Il designer professionista può effettivamente contribuire allo svi-

luppo della pratica così come rilevata attuando e reindirizzando le proprie abilità verso di esse. Infatti, in primo luogo il designer può offrire il suo supporto guidando il praticante lungo il percorso di sviluppo dell'idea progettuale, sintetizzabile in

- Comprensione del problema
- Identificazione di un progetto
- Sviluppo del progetto
- Revisione (Polya, cit in Roozenburg, e Eekels, 1995).

La guida durante il percorso mira in particolare a definire le caratteristiche del prodotto finale relativamente a quelle che sono state chiamate proprietà elementari ed interne del progetto, escluse le esterne (Hubka e Eder, cit in Roozenburg, e Eekels, 1995).



Le proprietà elementari riguardano la struttura, la forma, la dimensione, il materiale, la finitura fra gli altre; mentre le proprietà interne sono infatti inerenti alle caratteristiche dei materiali e dei processi.

La modalità di definizione delle proprietà dei progetti coinvolge però anche abilità sviluppate da designer professionisti, inerenti al cosiddetto 'Design Thinking'¹⁰.

Come esplicitato da Tim Brown (2009), CEO del gruppo di proget-

tazione Ideo, il Design Thinking risiede su

« *our ability to be intuitive, to recognize patterns, to construct ideas that have emotional meaning as well as functionality, to express ourselves in media other than words or symbols* ».

Tale capacità è tipicamente umana, mirata a garantire la sopravvivenza e valorizzando le risorse entro i limiti imposti. Con l'avvento della produzione industriale, tale capacità si traduce in

« *integrating what is desirable from human point of view with what is technologically feasible and economically viable* » (Brown, 2009)

Con riferimento al supporto offerto ai praticanti per lo sviluppo dell'idea progettuale, il progettista può contribuire in diverso modo.

In primo luogo, supportando l'identificazione dei limiti per stabilire il contesto in cui agire; secondo Brown (2009), i criteri concomitanti da considerare per la definizione dei limiti sono

- feasibility (what is functionally possible within the foreseeable future);
- viability (what is likely to become part of sustainable business model); and
- desirability (what makes sense to people and for people).

Si tratta necessariamente di criteri di cui in generale qualunque progettista ne tiene conto per lo sviluppo di un'idea; però se

« *[a] competent designer will resolve each of these three constraints, [...] a design thinker will bring them into a harmonious balance* ».

L'approccio allo sviluppo del progetto a partire da questi limiti può essere di diversa matrice non solo fra i progettisti ma anche e soprattutto ai fini di questa ricerca con i praticanti. Infatti, le principali due metodologie progettuali identificate da Roozenburg e Eekels sono di tipo o descrittivo o prescrittivo;

\ 10 Come riportato in Dorst, 2010, la locuzione è stata coniata nel 1877 da Rowe.

« descriptive design methodology tries to reveal the methods applied in design through logical structural analyses, and empirical research, as well as to identify needs for methodical support. Prescriptive or normative design methodology forms an opinion based on descriptive analyses, and recommends for certain problems the application of certain methods, or even demands it. Prescriptive design methodology is, of course, not limited to the assortment of methods found in a descriptive manner, but must also construct new methods if for a certain part of the design process no satisfactory methods are available » (Roozenburg, e Eekels, 1995).

Infatti

« [e]mpirical studies of designers within cognitive psychology have shown that designers focus their creativity and analytical skills on the creation of solutions, testing and improving them, not on analysing the problem up front (Lawson 1979). The strategy of creating solution proposals, analysing these and evaluating them, and improving them until the solution is satisfying, can be recognised right across the design professions. It could be one of the core elements of the design ability » (Dorst, 2010).

La distinzione fondamentale è la natura dei due approcci, l'uno più scientifico l'altro tendenzialmente qualitativo. Secondo gli autori,

« people, who themselves are not designers, often are most interested in the descriptive side of design methodology. Designers, on the other hand, will more likely look for support to the prescriptive side » (Roozenburg, e Eekels, 1995).

Tale considerazione è comprensibile se si considera come tendenzialmente i designer professionisti ricorrono ad approcci legati alla 'intuizione' (Cross, 2011) come modalità principale di identificazione di possibili soluzioni a problematiche del pro-

getto, ovvero attribuendo valore a considerazioni e proprietà che emergono durante il processo di sviluppo del progetto e che non erano state precedentemente incluse. Secondo Cross (2011), il riferimento all'intuizione da parte dei designer in realtà è

« a convenient, shorthand word for what really happens in design thinking [...the concept of] abductive ».

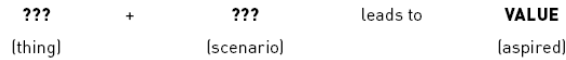
Il processo abduttivo di ragionamento è considerato uno dei principali caratteri contraddistintivi dell'attività del designer per cui si identifica un ulteriore elemento che possibilmente contraddistinguerebbe i professionisti dai praticanti amatoriali (o per lo meno da molti a considerare quanto emerso dalle interviste). Secondo Dorst (2010), due sono le forme di abduzioni possibili per il progettista; la prima forma

« that is often associated with 'problem solving', we also know the 'how', a 'working principle' and how that will help achieve the value we aim for. What is still missing is a 'what' (an object, a service, a system), so we set out to search for a solution.

??? + HOW leads to VALUE

Nella seconda forma di abduzione,

« we ONLY know the end value we want to achieve. So the challenge is to figure out 'what' to create, while there is no known or chosen 'working principle' that we can trust to lead to the aspired value. That means we have to create a 'working principle' (through a way of thinking that is close to induction) and a 'thing' (object, service, system—through a way of thinking that is close to Abduction-1) in parallel.



L'elemento che si ricerca in questi processi abduuttivi e viene generato dal designer è il cosiddetto 'ordering principle' (Levin, cit in Cross, 2011), ovvero un principio a cui far riferimento per generare una condizione di ordine e portatrice di senso, che di certo può aiutare a conferire ordine anche alle idee sparse dei praticanti amatoriali con cui si propone di collaborare.

Considerato che tale principio deve risolvere le problematiche sui diversi piani, le proprietà elementari e interne citate, è qualità dei progettisti la capacità di portare avanti processi paralleli contemporaneamente; infatti

« *the designers are continuously engaged in multiple activities at different levels. Although the focus is on issues, they continuously monitor the progress of the solution from the point of view of various requirements and solution alternatives. They reflect on their course of action, monitoring and modifying their process* » (Breteton et al, in Cross, 2011).

Queste risultano essere le principali considerazioni inerentemente ad abilità e processi che sono stati identificati come peculiari nel rispettivo sviluppo al fine di predisporre un proficua collaborazione fra designer professionisti e praticanti amatoriali.

CAPITOLO 09

co-design: my re-diy workshop : in sintesi

Il nono capitolo riporta le principali riflessioni a partire dalle esperienze di coinvolgimento delle persone in processi di co-design ed Action Research, finalizzati a identificare elementi cruciali e ritenuti valevoli per possibili praticanti di un laboratorio locale per il prolungamento della vita degli artefatti supportato dal contributo di professionisti, quali designer.

La prima esperienza di Co-Design ha coinvolto alcuni dei praticanti intervistati restituendo

- conferma della rispettiva identificazione nel gruppo di creatività attribuito (Doers, Adapters, Makers o Creators)
- apprezzamento della possibilità di fruire di un laboratorio locale a supporto della pratica di DIY che, col supporto di un 'generative tool', hanno contribuito a definire nelle sue caratteristiche di attrezzi, fornitura, supporto, magazzino
- l'importanza degli attrezzi per tutti i gruppi di creatività e a diverso livello di specificità d'uso
- l'apprezzamento di fornitura di materiale (più che artefatti) di recupero da includere nei propri progetti
- la volontà di confrontarsi con altri praticanti e persone per i gruppi di creatività più motivati
- il beneficio apportato da aree destinate a conservare in modo ordinato

- la necessità di garantire comfort e relax per un servizio del genere.

Le esperienze di Action Research si sono sviluppate in 4 sessioni distinte (Autoprogettazione 2.0, di FabLab Italia con Domus Magazine; Trial session, presso FabLab Italia, a Torino; Ri-Fatto da me, presso Politecnico di Milano; Notte dei ricercatori, ai giardini Indro Montanelli, a Milano), che hanno permesso di rilevare:

- il diffuso interesse verso le pratiche di trasformazione soprattutto se supportati da figure competenti e preparate sia sul tema sia sull'approccio ai partecipanti
- lo sforzo richiesto ai progettisti che guidano e collaborano nella gestione del laboratorio di catalizzare il processo progettuale misurando il livello di intervento per l'ottimizzazione del progetto e la rispettiva volontà di espressione da parte del partecipante
- il valore comunicativo e informativo di sessioni temporanee limitate a poche ore
- la necessità di tempi relativamente lunghi per favorire il completamento e l'ottimizzazione del processo, coerentemente con i ritmi seguiti per le attività amatoriali
- la tendenza a limitare gli sforzi profusi per la reinterpretazione di artefatti a scarso valore emozionale o funzionale (tipicamente oggetti non propri)
- la marcata tendenza alla collaborazione e allo cambio di conoscenze e artefatti fra i partecipanti (e necessariamente anche collaboratori)
- la constatazione della reinterpretazione del rischio e dei propri livelli di abilità da parte dei partecipanti una volta indotti a confrontarsi con e terminato un progetto
- l'evidente interesse di praticanti che si ritengono scarsamente abili verso materiali e soluzioni che facilitano profondamente i processi di riparazione, riuso e riappropriazione

(tipicamente usando Sugru o Woolfiller)

- il contributo del progetto per valorizzare la fase di definizione del concept, dove i praticanti hanno tendenzialmente mostrato rilevanti difficoltà
- il vantaggio apportato da un adeguato numero di collaboratori e variabilità di strumenti.

Alla luce di quanto constatato dalle sessioni di Action Research e di Co-Design, viene avvalorata la proposta della figura del design come facilitatore in contesti quali il laboratorio per il riuso, operando per

- supportare lo sviluppo del processo creativo
- offrire le competenze di Design Thinking in termini di valutazione di 'feasibility', 'viability' e 'desirability' di un artefatto
- condividere i propri processi abduzionali di generazione di idee.

I
contesto
p.1

II
ambito
p. 31

III
strategia
p. 49

IV
field work
p. 139

V
proposte

10

- 263 | 1° quadrante: livello globale + designer come collaboratore
- 264 | 2° quadrante: livello locale + designer come collaboratore
- 265 | 3° quadrante: livello locale + designer come facilitatore
- 266 | 4° quadrante: livello globale + designer come facilitatore
- 267 | Conclusioni sulla mappatura
- 268 | Fattori potenziali nel 4° quadrante per il Product Design

CAPITOLO 10

RUOLI DEL DESIGN(ER) PER UN DIY SODDISFACENTE E SOSTENIBILE

Il seguente capitolo riporta i principali contributi riscontrati dal mondo del product design inerentemente alla fase di trasformazione del prodotto, a prescindere da un coinvolgimento attivo delle persone. A tal scopo verranno prima presentati i prodotti di designer internazionali e in seguito le principali riflessioni da parte di progettisti che operano per il coinvolgimento delle persone nei processi trasformativi dei propri artefatti o di spazi vissuti.

La ricerca qui presentata ha indagato modalità di coinvolgimento delle persone nei processi creativi, soprattutto per quanto concerne la trasformazione degli artefatti, al fine di valutare il potenziale impatto per la transizione verso modalità di produzione e consumo sostenibili.

Il potenziale qui supposto è l'opportunità che tali processi sembrano offrire all'individuo, da un lato per prendere consapevolezza degli aspetti cruciali della durabilità di un prodotto e dall'altro per rafforzare il legame con l'oggetto.

Il contributo originale di questa ricerca consiste principalmente nella valutazione strutturata e sistematica delle modalità e dei casi esistenti con cui il mondo del progetto ha favorito questo processo, prima in riferimento ai diversi momenti di produzione e consumo, poi focalizzando la fase di trasformazione.

Allo stato attuale e in riferimento alle conoscenze del ricercatore, non sono stati riscontrati studi sistematici che identificano i diversi ambiti di intervento per il design con questo scopo. Durante la trattazione della ricerca sono stati presentati numerosi fenomeni, movimenti, comunità, prodotti, approcci... che pressoché ugualmente e con caratteristiche proprie contribuiscono a sostenere la tesi di un possibile contributo del design dal punto di vista di prodotto o servizi, ma nessuna mira a delineare e strutturare tali opportunità affinché il progettista contemporaneo possa identificare l'area e le modalità di intervento che ritiene più appropriate ai propri obiettivi.

L'ultimo sforzo di questa ricerca ambisce a interpretare e visualizzare in modo estremamente sintetico tali opportunità di collaborazione per la trasformazione degli artefatti secondo due parametri di riferimento:

- livello di azione
- tipologia di collaborazione.

Il livello di azione rappresenta una caratteristica cruciale particolarmente dibattuta per i progettisti contemporanei. In questa ricerca, viene sostenuto il valore della località in

un contesto globalmente connesso, come anche proposto nel modello SLOC di Manzini (2010) per valutare scenari innovativi al contempo visionari e realizzabili per un design sostenibile.

La possibilità per il design di operare o localmente o globalmente (per un impatto locale) determina generalmente la tipologia di strumenti operativi e comunicativi, tipicamente con contatto rispettivamente diretto o mediato con gli utenti.

Per quanto concerne il secondo parametro, la tipologia di collaborazione è influenzata, fra gli altri, dal livello di creatività del praticante e di conseguenza il designer agisce in qualità di collaboratore nel caso di praticanti esperti o di facilitatore (o perfino educatore) nel caso di persone con minore esperienza e interesse. Generalmente, nel primo caso i progettisti attivano o apportano un contributo paritario in un progetto condiviso con altri professionisti o amatori. Nel secondo caso, un progetto viene abbozzato o definito dalle persone che il progettista intende supportare per il rispettivo sviluppo.

Sulla base della tipologia di ruolo praticato, sono richieste o utili al designer diverse competenze e strumenti, quali l'abilità di comunicare efficacemente a diversi livelli complessità e accuratezza.

Con riferimento a questa coppia di parametri, è stata di seguito delineata una mappa che sintetizza e visualizza i possibili contributi del design sostenibile tramite pratiche collaborative prima con riferimento ai casi presentati e poi includendo i contributi derivanti dalle attività empiriche di questa ricerca.



figura 10.41 Schema di rappresentazione dei parametri di mappatura dei casi riportati durante la ricerca, ovvero livello di azione in ascissa (locale / globale) e tipologia di collaborazione in ordinata (facilitatore / collaboratore).

10 1
1° quadrante: livello globale + designer come collaboratore

Nel primo quadrante i designer operano come collaboratori contestualmente a network e reti di professionisti o in generale di amatori particolarmente abili al fine di creare un progetto condiviso. Tale approccio, definito anche 'common-based-peer-production' (CBPP) è stato presentato e argomentato a partire dal riferimento della fase di DIY: Ideazione (pagina XX), con riferimento al caso emblematico di Open Source Ecology (OSE) ovvero la comunità di progettisti e amatori che collaborano per la progettazione e realizzazione di macchinari e strumenti che possano essere localmente realizzati nei paesi a basso sviluppo. In questo quadrante, le opportunità economiche sono relative alla possibilità di realizzare progetti ambiziosi con riferimento a condizioni ed esigenze localmente definite. A tale scopo, risultano cruciali abilità di dialogo, affinché collaboratori di differenti background possano definire un approccio e un linguaggio comune affinché ciascuno possa contribuire efficacemente al progetto condiviso. Il designer opererebbe eventualmente anche come intermediatore fra ambiti distinti¹.

Inerentemente al focus di questa ricerca sulla fase di trasformazione dell'artefatto, il contributo apportato è la partecipazione attiva fino alla co-fondazione del primo simposio sulla cultura della riparazione, Mend*RS (vedi pagina XX).

\ 1 Il ruolo di intermediazione fra figure professionalmente distinte in progetti condivisi costituisce il mestiere di uno degli intervistati a Lancaster, Jez, riportando la forte motivazione e soddisfazione derivante da esso.

L'iniziativa ambisce non solo a raccogliere figure professionali altamente motivate ma anche e soprattutto ad agire per lo sviluppo di progetti condivisi per la divulgazione e affermazione della piacevolezza e della sostenibilità delle pratiche di allungamento della vita dell'artefatto, attraverso interventi poi localmente sviluppati dai partecipanti congiuntamente alle popolazioni locali. Seppur l'iniziativa sia ancora recente, è particolarmente promettente lo spirito di iniziativa e condivisione che viene trasmesso dai membri della comunità attraverso le comunicazioni e il supporto reciproco, tale per cui ulteriori iniziative sono state programmate e fondi sono stati richiesti. Diverse solo le reti e le comunità che operano con questo scopo e in ambiti analoghi, come già riportato. L'auspicio condiviso dai membri della comunità è la generazione di una trama sempre più fitta di legami e di rapporti di collaborazione, affinché tali eventi che si originano contestualmente a nicchie di persone fortemente motivate possano essere elevate a livelli superiori in processi di transizione di pratiche di produzione e consumo sostenibile.

10 2
2° quadrante: livello locale + designer
come collaboratore

Nel secondo quadrante, il designer opera ancora come collaboratore insieme a colleghi, altri professionisti e amatori in un contesto localmente definito e caratterizzato, attraverso pertanto un contatto diretto con essi. Il fenomeno della CBPP viene condiviso con il quadrante precedente ma i confini geografici possono influenzare la tipologia di relazione nonché di caratteristiche materiche degli artefatti.

Casi emblematici di modalità collaborative così organizzate sono le iniziative riportate al capitolo DIY: Creazione di laboratori locali per la auto- o co-produzione di artefatti, quali i FabLab e I TechShop, dove membri e praticanti appassionati tendono a condividere le proprie esperienze e conoscenze a supporto di progetti solitamente (ma non esclusivamente) individuali, con relativo impatto anche sociale di affermazione di rapporti con la comunità locale. Il valore sociale di questa tipologia di collaborazione viene amplificato da iniziative come il citato Access-Space e Re-Fab-Space fra gli altri, con apporto altamente inclusivo.

Tale tipologia di scenario implica forti abilità di dialogo come per il precedente quadrante, nonché competenze di interpretazione agevole e valorizzazione di caratteristiche di prodotti e materiali locali.

Inerentemente al focus di questa ricerca sulla fase di trasformazione, il lavoro empirico qui sviluppato ha previsto l'osservazione partecipata di cooperative (Di Mano in Mano

a Milano e Furniture Matters in Inghilterra) che operano per il recupero di artefatti localmente dismessi coinvolgendo persone con difficoltà di accesso nel mondo del lavoro. In queste occasioni è stata rilevata dal ricercatore nonché dichiarata dai rispettivi associati e lavoratori la difficoltà di reintroduzione del ciclo del consumo di artefatti in condizioni convenzionalmente inaccettabili, seppur incorporino ancora un elevato potenziale, costituendo anche circa il 60% degli articoli raccolti. A tal riguardo risulta potenzialmente proficua la collaborazione con progettisti per la reinterpretazione delle caratteristiche materico-espressivo al fine di prolungarne la vita in relazione alla disponibilità di risorse e gusti locali, che possano trarre anche ispirazione e allinearsi a tendenze globali, come quella precedentemente identificata del Wabi Sabi.

Auspiciando una capillare diffusione di organizzazioni e istituzioni che operano per la reintroduzione dei rifiuti ingombrante nel circuito del consumo (come rilevato in Inghilterra con il network di riuso dell'arredamento, FRN), si aprono numerose occasioni nazionalmente distribuite per i designer.

10 3
3° quadrante: livello locale + designer
come facilitatore

Nel terzo quadrante, il designer opera in diretto contatto con le persone in qualità di facilitatore o perfino educatore, secondo le modalità del Co- e Participatory-Design. Qui la pratica è portata avanti in contesti localmente definiti per lo sviluppo di progetti individuali o sociali, dove il design contribuisce con le competenze meta-progettuali e abilità di problem-solving.

Il contatto ravvicinato e la tipologia di ruolo rivestito in questo quadrante risultano promettenti in termini di opportunità per la catalizzazione del processo di presa di consapevolezza da parte dei cittadini verso l'energia incorporata nei materiali e negli artefatti fino eventualmente anche alla questione ambientale e dell'iper-consumo. Tale ipotesi si fonda sulla constatazione della possibilità da parte del professionista del progetto di adattare il proprio linguaggio e la propria azione sulla base delle peculiarità e dei feedback delle persone supportate.

La percezione viene supportata dalle testimonianze riportate dai due studi di design intervistati, soprattutto Controprogetto, (come riportato nel capitolo Co-Creation ed Action Research, pagina XX) inerentemente al cambiamento di comportamenti di fruizione e rispetto del contesto che i partecipanti ai loro progetti sociali hanno generato.

Inerentemente ai contributi empirici apportati da questa ricerca su tal versante, sono stati realizzati e diretti dei laboratori temporanei di riparazione creativa a diversi cluster di persone hanno partecipato, come riportato nel capitolo Co-Creation ed

Action Research, pagina XX. In tali occasioni è stato rilevato un forte interesse e anche entusiasmo nei confronti della pratica, dove il designer ha potuto contribuire non solo a catalizzare il processo di trasformazione ma anche a rendere piacevole l'attività stessa, auspicando un effetto di rafforzamento del legame con l'artefatto. L'apprezzamento rilevato supporta l'ipotesi di una potenziale opportunità economica per designer che opereranno in laboratori realizzati con obiettivi simili, come il proposto 'My Re-DIY Workshop' (pagina XX) e di cui si sta rilevando una certa diffusione, quali il BrichEco di Controprogetto stesso a Milano o la condivisa intenzione del FabLab di Torino di includere sessioni occasionali di laboratori di riparazione creativa (come quelli testati) all'interno del proprio programma di attività.

10 4
4° quadrante: livello globale + designer come facilitatore

Nell'ultimo quadrante, il designer agisce come un facilitatore attraverso un contatto mediato tipicamente per persone e praticanti diversificati e geograficamente distribuiti. A tale scenario appartengono la strategie di coinvolgimento delle persone della Consumer Customization nella fase di definizione dell'artefatto per garantire una soluzione altamente personalizzata o perfino unica a partire da un set di elementi e caratteristiche pre-definite. Come precedentemente argomentato nel capitolo DIY: Definizione (pagina XX), a tale scopo le teorie del business che trattano questa strategia suggeriscono il ruolo strategico di toolkit appositamente realizzati per facilitare il processo di personalizzazione ed amplificare la percezione di soddisfazione, nonché plausibilmente di legame con l'oggetto co-creato.

Inerentemente al focus di questa ricerca sulla fase di trasformazione dell'artefatto, il contributo apportato riguarda l'identificazione di due caratteristiche di prodotto potenzialmente strategiche per facilitare il processo di trasformazione da parte delle persone globalmente distribuite.

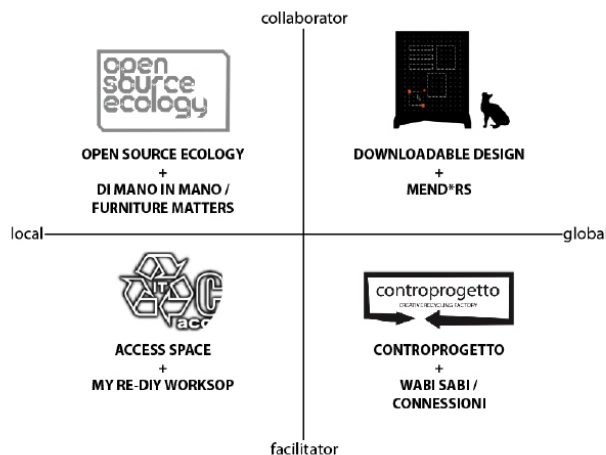


figura 10.42 Rappresentazione dei casi analizzati e riportati come emblematici secondo i parametri considerati inerentemente al contributo empirico della ricerca e al panorama contemporaneo del Design per il coinvolgimento delle persone con impatto positivo sull'ambiente e sulla società

10.5 Conclusioni sulla mappatura

La rappresentazione sintetica di proposte e del panorama contemporaneo di fenomeni collaborativi con partecipazione del design per sviluppare modalità di produzione e consumo sostenibile chiude la trattazione di questa tesi di ricerca.

Tale operazione di sintesi mira a comunicare icasticamente le molteplici occasioni nonché responsabilità che i progettisti possono cogliere per contribuire alla diffusione di processi di produzione e consumo sostenibili e soddisfacenti. L'ultimo dei quadranti riportati riceve un maggior apprezzamento da parte del ricercatore per la personale predilezione verso entrambe le direzioni dei due parametri considerati, ovvero il livello locale (in un contesto globalmente connesso) e l'azione di facilitatore.

Azioni personali e professionali future potrebbero intervenire proprio su e per questo scenario valorizzando quanto riscontrato, studiato e criticato durante lo sviluppo della ricerca qui trattata. A tal proposito sono stati citati gli sforzi effettuati per richiedere finanziamenti per la realizzazione di progetti che ricalcano la proposta del 'My Re-DIY Workshop'. A questi si aggiungono intenzioni di collaborazione con i designer intervistati o i collaboratori dei laboratori temporanei, senza considerare possibili sviluppi che la comunità crescente dei Mend*RS può generare per un'azione locale.

Coerentemente con la formazione del ricercatore e l'indirizzo di questa ricerca di Industrial Design e Product Engineering improntato ai materiali e ai processi, si riporta di seguito l'ultimo argomento trattato in questa tesi, ovvero possibili fattori di

prodotto che il Product Design può valorizzare per favorire il coinvolgimento delle persone nel processo creativo e agevolare il rafforzamento del legame con l'artefatto, al fine di perseguire la transizione verso modalità di produzione e consumo sostenibili.

106 Fattori potenziali nel 4° quadrante per il Product Design

Gli obiettivi della ricerca improntati al contributo del design per l'affermazione di pratiche sostenibili e soddisfacenti è perseguibile anche attraverso la progettazione dell'artefatto e del prodotto che sia predisponga allo scopo.

Nel capitolo Il Design per la Trasformazione e il Coinvolgimento sono emerse alcune modalità del product design ritenuto ad alto potenziale per i fini della ricerca, mentre in DIY Design-Driven: Trasformazione sono stati riportati casi e approcci progettuali per sostengono la pratica dell'allungamento della vita del prodotto con coinvolgimento delle persone. Dall'analisi critica di quanto rilevato di esistente e in relazione a quanto qui si ambisce generare, sono emerse alcune proposte di sviluppo di temi e aspetti della pratica che prevedono un sostanziale contributo da parte del product design(er).

La strategia che alla fine del percorso di questa ricerca emerge come uno dei fattori cruciali allo scopo citato è la comunicazione della piacevolezza della pratica, che nel campo del product design è perseguibile attraverso la definizione di elementi morfologici e superficiali mirati a suggerire gradevolezza d'aspetto e d'uso, seppur l'oggetto risulti incompleto o da trasformare. Il ruolo del product design a tal scopo è ritenuto cruciale, considerato che

« *people's capacity to make changes in their lifestyles and product choices are, among many others things, constrained by product availability. Design disciplines can contribute by proposing appropriate alternative solutions – solutions that can,*

in many small ways, help to transform lifestyles » (Marchand e Walker, 2006).

Questa proposta è il risultato di alcune riflessioni a partire dalle considerazioni raccolte durante soprattutto la fase di lavoro empirico e sul campo, già presentata nei precedenti capitoli e di cui qui si riportano gli aspetti che hanno innescato l'intuizione, riassunte brevemente di seguito.

Nello specifico, dalle interviste ai praticanti si tiene considerazione della generale condivisione della percezione di migliore qualità degli artefatti appartenuti a un sistema produttivo e di consumo differente da quello contemporaneo. Le caratteristiche ricorrenti di questi sono tipicamente il peso e la solidità percepibile, ovvero le prestazioni meccaniche, che suggeriscono e giustificano la durabilità dell'artefatto.

Ricorrenti sono le considerazioni sulla lavorabilità e possibilità di intervento sull'oggetto da parte del praticante, tale per cui materiali come il legno sono risultati di gran lunga più graditi e usati, in quanto i praticanti sono dotati sia di abilità sia di strumenti adeguati allo scopo. La possibilità di intervento e trasformazione è stata talvolta valorizzata per l'esigenza di cambiamento in termini di gusto o funzionalità o contesto (tipicamente di abitazione) riportata dagli intervistati.

La predilezione per questo materiale è anche avvalorata dalla sua capacità di invecchiare, soprattutto rispetto ai materiali polimerici spesso fortemente criticati dagli intervistati.

Dall'osservazione partecipata si deduce sostanzialmente in merito ad aspetti potenzialmente vantaggiosi per il product design non solo quanto riportato dalle interviste ma anche la loro tendenza a dismettere istantaneamente cioè che risulta oneroso da riparare o trasformare.

Pertanto le operazioni mirate a valorizzare questi aspetti del prodotto appaiono come una strategia proficua a rendere gli artefatti e le loro caratteristiche plausibilmente più facile da comprendere e intuirne un possibile riuso o reinterpretazione, o in altre parole,

valorizzarne le potenzialità di riutilizzo. Il concetto viene meglio esplicitato chiamando in causa il contributo della Teoria dell'affordances di Gibson (1999), secondo la quale il manifestazione tangibile della realtà nei suoi diversi elementi, sia naturali sia artificiali, suggeriscono all'individuo un possibile uso inerentemente agli oggetti o una reazione da parte di viventi. Ad esempio, una grotta suggerisce l'affordance del riparo mentre una maniglia indica la possibilità di essere impugnata.

Facendo riferimento a questa teoria, ai fini della ricerca si identifica il potenziale dello studio e realizzazioni di soluzioni progettuali che favoriscono l'interpretazione di modi d'uso possibili di materiali, componenti e artefatti.

La valorizzazione delle affordances per la promozione del riuso è proposta anche dalla ricercatrice Aguirre come risultato della sua ricerca sul Design For Repurposing, ovvero per la rifunzionalizzazione (vedi capitolo Trasformazione, pagina XXXX). Emerge dalla sua ricerca che al fine di favorire il riuso 'aperto', non pianificato dal progettista, sia auspicabile considerare alcune caratteristiche dell'artefatto che generalmente suggeriscono delle affordance specifiche che consentono all'utente di reinterpretare un oggetto per applicazioni nuove e differenti, le '*repurposing guidelines*'. A tal fine, la ricercatrice si è basata sull'osservazione e l'intervista di membri di 12 comunità e 3 grandi città del Messico, dove la popolazione spesso si ritrova a reinventare oggetti per fini economici. A partire dall'analisi dell'operato delle persone coinvolte, Aguirre propone almeno 9 aspetti cruciali del Design for Repurposing, che tengono conto delle modalità e gerarchie di interpretazione delle caratteristiche di un artefatto da parte delle persone coinvolte nello studio.

Tali caratteristiche riguardano la capacità contenitiva, la forma, il materiale, la simmetria, le dimensioni, le flange, i fori, i contorni e la possibilità di movimento o spostamento (Aguirre, 2010). Lo studio di queste caratteristiche viene finalizzato alla reinterpretazione totalmente libera da parte delle persone con il conseguente

rischio di un progetto non ottimizzato per il suo scopo originario. Ad ogni modo, si tratta di un contributo a valorizzare il potenziale della creatività delle persone.



figura 10.43 Esempio di rifunzionalizzazione spontanea del cestello di una lavatrice dalla popolazione messicana, valorizzandone le proprietà per il nuovo uso effettuato. Tratto da Aguirre, 2010.

Coerentemente con l'ambizione a favorire l'apprezzamento della trasformazione, sono stati identificati ulteriori due fattori possi-

bilmente valorizzati dal contributo del design e ritenuti ad alto potenziale per lo scopo, quali:

- le caratteristiche d'aspetto degli oggetti giunti e sopravvissuti al fine vita, definibili con estetica della trasformazione
- la predisposizione di un oggetto alla trasformazione attraverso peculiarità morfologiche che intervengono come elementi di connessione.

I due aspetti hanno costituito tema di sviluppo di due distinte tesi di ricerca specialistica nel campo dello Industrial Design e Product Engineering, rispettivamente da parte di Francesca Ostuzzi e Massimo Micocci.

Le due tesi hanno sviluppato le componenti che sono apparse costruire un elevato potenziale per il prolungamento della vita dell'artefatto giunto a fine vita a partire dalle criticità contemporanee legate all'insostenibilità dei consumi e delle modalità di produzione, coerentemente con questa ricerca.

Si riportano qui alcune riflessioni emerse durante il periodo di supervisione e guida delle due tesi citate rimandando ai loro rispettivi testi per approfondimenti².

L'estetica della trasformazione: Wabi Sabi

La valorizzazione degli artefatti giunti a fine vita può essere perseguita con interventi sul relativo aspetto e percezione di bellezza, in quanto

« *aesthetics not only can passively reflect the philosophy of sustainability, but also can actively influence the users' culture due to emotionally affecting the new behaviour and attitude toward the product, the environment and the market* » (Zafarmand et al 2003).

\ 2 Ostuzzi, Francesca. 2010. L'oggetto della/in crisi; Micocci, Massimo. 2011. Reuse Connection: progettare il riuso attraverso le connessioni. Tesi di Laura Specialistica presso la Facoltà del Design, Politecnico di Milano.

Numerosi sono i ricercatori nell'ambito della sostenibilità e del contributo del design che hanno indicato il perseguimento della gradevolezza estetica negli artefatti ad alto potenziale ambientale come strategia per l'attuazione di comportamenti e scelte coerenti con i principi della sostenibilità ambientale. Ad esempio, Manzini (1992) sostiene che

« *aesthetics is connected to ethics in the sense that no true, profound aesthetic renewal can occur without being based on a value system. Moreover, in a phase of transition such as that of the present this aesthetic dimension becomes a fundamental factor for change. It becomes a "social attractor," in the sense that it orients the choices of a multiplicity of individuals. It becomes a way of expressing a synthetic, and therefore intelligible form, the complexity of a proposal. In summary, in the present moment we can state that the perspective of the sustainable society has a great need for an aesthetic of sustainability* ».

O viceversa, il basso appeal dei prodotti plausibilmente sostenibili, generato dall'eco-design, è considerato una delle barriere all'effettivo acquisto, accettazione e diffusione dei prodotti eco- negli anni '90 (Tischner, cit in Charter 1998).

Con riferimento all'affermazione di strategie industriali negli anni '90 in favore del disassemblaggio e della rottamabilità di un artefatto, Branzi (2008) sottolinea come secondo questa logica

« *se esiste un inquinamento ambientale, esiste anche un inquinamento semiotico, estetico; le due questioni sono necessariamente connesse. [...] La ricerca di un nuovo modello di sviluppo sostenibile comportava così anche la ricerca di un'estetica sostenibile, cioè la definizione di un mondo formale che arrestasse una volta per tutte la saturazione estetica prodotta dal consumismo* ».

Infatti, in quel periodo - e ancora adesso - la questione estetica costituisce un tema cruciale per il processo di sviluppo sostenibile (vedi UN, 1992), tale per cui si diffuse il Minimalismo, ovvero un

« *movimento culturale [che] si collocava in quella "paura del futuro" tipica della fine del millennio e nel conseguente tentativo di evitare la congestione ipertrofica di una società edonista, vizziata dal benessere e avvelenata dai mercati saturi; proponendo un ritorno a una purezza perduta, a una semplicità elegante che costituisse uno status symbol facilmente riconoscibile tra le offerte iperespressive dei mercati globalizzati* » (Branzi, 2008).

Il Minimalismo ha poi in parte fallito il suo tentativo di una rivoluzione culturale in quanto è rimasto uno status symbol, ovvero uno stile rappresentativo di una borghesia economica e culturale che difficilmente veniva compresa e acclamata da una più vasta fascia di persone.

Attualmente l'estetica della sostenibilità sembra essere associata nel campo scientifico e della professione progettuale con alcune caratteristiche che l'artefatto deve assecondare per favorire processi industriali di produzione, uso e smaltimento del prodotto, coerentemente con principi riportati sulla sostenibilità ambientale e il design nei primi capitoli. Nello specifico,

« *If a product is designed to be sustainable; namely durable, upgradeable, serviceable, renewable, modular, repairable, reusable and/or recyclable, at least its aesthetic does not involve the previously assigned aesthetic particulars of unsustainable products* » (Zafarmand et al, 2003).

L'estetica della sostenibilità presenta però alcuni aspetti critici attualmente da esplorare e investigare affinché l'obiettivo sopraccitato possa realizzarsi. In particolare le motivazioni riportate dallo studio focalizzato su questo tema di Zafarmand et al (2003) sono le seguenti:

« *first, the concept of sustainability is fluid, dynamic and complex (Walker 1998; Walker and Dorsa 2001). [Second, Fiksel] says: 'First, this concept is relatively new . . . second, sustainability is complex and multifaceted' (Fiksel 2001). And last, since small numbers of purposely designed sustainable products are avail-*

able (Datschefski 2001), it is not possible to perfectly survey the aesthetics of sustainable products ».

Così il gruppo di ricerca di Zafarmand, Nel tentativo di identificare i principali caratteri di un prodotto sostenibile a partire dalla letteratura a riguardo, Zafarmand et al (2003) ha raccolto le prime 100 parole chiave delle ricerche sul tema comprese fra il 1984 e il 2002.

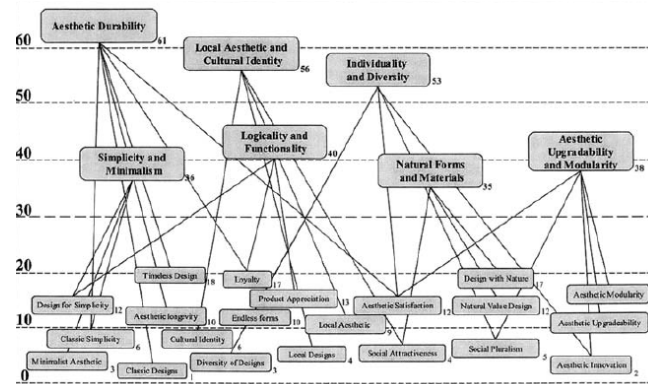


figura 10.44 Schema e visualizzazione delle graduatoria dei termini riscontrati sulla estetica di prodotti in ricerche improntate alla sostenibilità. Tratto da Zafarmand et al, 2003.

I gruppi di principali attributi risultanti sono

«

- Aesthetic durability
- Local aesthetic and cultural identity
- Individuality and diversity

- Logicality and functionality
- Aesthetic upgrade-ability and modularity
- Simplicity and minimalism
- Natural forms and materials » (Zafarmand, et al 2003).

Considerata la difficoltà di definizione di un'estetica della sostenibilità, coerentemente con le finalità della ricerca, la gradevolezza estetica risiede nell'accettazione e godimento da parte delle persone di caratteristiche formali generati da artefatti che incorporano un potenziale in termini di vantaggio ambientale. A tale scopo potrebbe risultare proficuo sostenere il gusto individuale per favorirne anche il legame durevole nel tempo, tale per cui

« the challenge is to explore product design concepts that are flexible enough to absorb such diversity in taste and appearance, but without compromising sustainable principles » (Walker, 2009).

Ne emerge così una possibile ampia variabilità di espressioni e manifestazioni di gusto che potrebbe ulteriormente stimolare l'attività e la ricerca del design congiuntamente alla preservazione o perfino sviluppo di tradizioni locali; come sostiene Walker (2009)

« the relationship of sustainability to localization, cultural expression and use of regionally available human and natural resources suggests a diversity of expressions that are concomitant with local preferences and, where appropriate, local capacity [...] design for sustainability suggests the development of approaches that foster diversity, difference and meaningful choice based on culturally relevant expressions and moral responsibility – even if this means that the outer appearance of some of these expressions will, somewhat inevitably, tend towards kitsch ».

La strategia progettuale identificata da Branzi a proposito è

« quindi progettare oggetti a lunga durata culturale che sapessero invecchiare, nobilitarsi, imporsi come nuovi archetipi, Ma come questa rivoluzione estetica possa attuarsi in una società frammentata, che manca di valori morali comuni, è difficile da immaginare » (Branzi, 2008).

L'apprezzamento per l'alterazione dei materiali nel tempo fa parte della cultura orientale, tipicamente di Cina e Giappone, costituendo perfino un canone estetico chiamato Wabi Sabi. Comunemente il Wabi Sabi è definito come la bellezza delle cose imperfette, temporanee, incompiute, umili o anche insolite (Koren, 2002). Eppure il Wabi Sabi non si esaurisce nella predilezione di caratteristiche estetiche ma rientra all'interno di un sentire e di una cultura, come considerata da Tanizaki nel suo Libro d'ombra (2002). Juniper (2003) esplica l'influenza del sistema culturale e dello spirito che da cui emerge il Wabi Sabi e la rispettiva fenomenologia nella definizione secondo la quale

« *Wabi sabi is an intuitive appreciation of a transient beauty in the physical world that reflects the irreversible flow of life in the spiritual world. It is an understated beauty that exist in the modest, rustic, imperfect, or even decayed, an aesthetic sensibility that finds a melancholic beauty in the impermanence of all things* ».

La definizione così elaborata include aspetti ritenuti qui rilevanti quali la consapevolezza e la valorizzazione dell'irreversibilità dei flussi che possono essere assimilati in genere alle attività, siano esse naturali o umane, tale per cui sono auspicabili sforzi mirati a trasmettere anche il sistema culturale al fine di rimarcare l'impatto uni-direzionale che le attività legate al consumo implicano. A fronte di uno sforzo del genere fortemente culturale e probabilmente etico, una connotazione più intuibile e particolarmente apprezzata in questa ricerca dell'esperienza estetica del Wabi Sabi è

« un'esaltazione dell'ordinario sempre crescente in cui l'ordinario perde la propria ordinarietà » (Sartwell, 2006).

Per quanto ritenuta una trappola da Sartwell, in quanto rischia di essere una contraddizione in termini, ciò che si intende comunicare in particolare del Wabi Sabi è la valorizzazione degli oggetti e materiali anche comuni, che possono rientrare anche nei canoni della bruttezza, in quanto si può indurre a pensare che

« tutte le cose sono belle e possono essere esaltate » (Sartwell, 2006).

In questa ricerca si condivide tale interpretazione che Sartwell riferisce al Wabi Sabi e che si ambisce a promuovere per il prolungamento della vita degli artefatti, in quanto è plausibile ritenere che questi presentino necessariamente caratteristiche che se opportunamente interpretate e valorizzate generano un risultato gradevole per l'individuo o anche per la comunità. Placidia, la praticante intervistata, ha sottolineato diverse volte quanto siano stati apprezzati i suoi interventi su oggetti domestici ritenuti brutti (quali l'armadio della sorella o il lavatoio trasformato in piattaja). L'approccio progettuale può decisamente contribuire alla valorizzazione degli artefatti per la *forma mentis* e il *modus operandi* della professione o dei praticanti appassionati. Nello specifico, con questa ricerca si riconosce l'abilità nei processi abduktivivi o nell'applicazione dello '*ordering principle*' (Cross, 2011) al fine di amplificare le potenzialità di artefatto ordinario.

Dall'analisi della letteratura esistente sul Wabi Sabi, Ostuzzi identifica alcuni elementi ricorrenti dal punto di vista fenomenologico, quali la percezione di naturalezza, il valore dell'irregolarità, l'uso di materiali come legno e argilla, il valore della patina fra gli altri, ovvero di caratteristiche che sono state spesso riscontrate anche fra gli artefatti realizzati dai praticanti intervistati. Ai fini di questa ricerca non si ambisce tanto a dimostrare il legame con il DIY per la trasformazione quanto alla possibilità di riferirsi a un intero sistema culturale che ha valorizzati i limiti dalla natura e della

tecnica sugellandoli con un linguaggio che oggi potremmo definire elegante, gradevole, di certo apprezzato considerati i ricorrenti tentativi di invecchiamento forzato degli artefatti.

Tali presupposti sono stati reinterpretati per valutare la possibilità di intervento da parte del designer per valorizzare i cosiddetti 'difetti' dei diversi stadi di vita del prodotto industriale, dalla produzione (con gli scarti) fino al recupero dell'oggetto dismesso. Ne corrispondono 4 fenomenologie di approcci progettuali per la valorizzazione del difetto, denominate:

- **Unico/Industriale**, per il recupero degli scarti industriali in fase di produzione, seppur ancora validi dal punto di vista delle prestazioni fisico-meccaniche; analizzati diversi casi di recupero dello scarto, l'approfondimento sui possibili interventi per lo stampaggio ad iniezione di materiali polimerici esplica le potenzialità dell'approccio congiuntamente al vantaggio economico e ambientale per l'industria
- **Segni del tempo e dell'uso**, inerentemente agli artefatti che mostrano le tracce degli usi e degli agenti esterni che hanno caratterizzato l'oggetto nel tempo; il riferimento ad oggetti soprattutto personalizzabili sottolinea il potenziale in termini di legame fra utente ed artefatto tramite la predisposizione all'alterabilità
- **Rottura..Riparazione**, ovvero le modalità di intervento tramite operazioni di ripristino della funzionalità dell'artefatto ricorrendo a materiali o componenti realizzati appositamente; l'approccio ha diverse aree sovrapponibili con quanto riportato al capitolo *Trasformazione: Riparazione*, pagina XX
- **Rottura..Seconda Vita**, che come la precedente si colloca nel fine vita del prodotto per allungarne la durata attraverso nuove funzionalità; l'approccio ha diverse aree sovrapponibili con quanto riportato al capitolo *Trasformazione: Riappropriazione*, pagina XX.

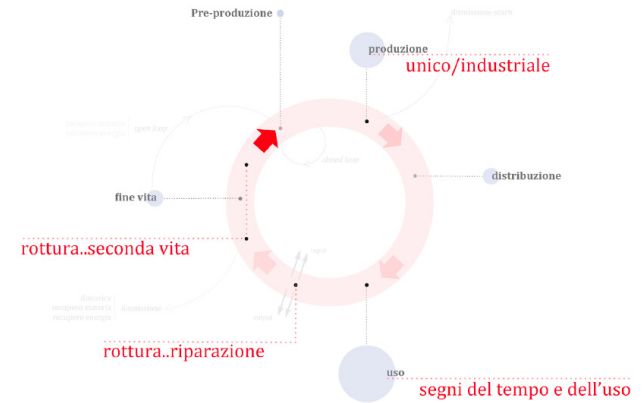


figura 10.45 Rappresentazione del ciclo di vita del prodotto e fasi di intervento da parte del designer per valorizzare artefatti 'imperfetti' giunti al fine vita. Tratto da Ostuzzi, 2010.

Favorire il coinvolgimento: le connessioni

Gli scenari che prevedono il coinvolgimento dell'utente in fase di trasformazione palesano la criticità del ruolo delle connessioni per agevolare il raggiungimento della configurazione finale o della sua trasformazione. Difatti le connessioni consentono di unire le parti funzionali dell'oggetto, di stabilire rapporti, di definire spazi e volumi, di compattare ed espandere, di generare movimenti, di riutilizzare.

La variabilità delle funzioni che predispongono le connessioni apre scenari di intervento per il designer molto ampi soprattutto se si considerano anche la varietà di materiali e meccanismi che possono essere oggetto di studio.

Il tema è stato sviluppato in occasione della tesi di ricerca di laurea specialistica da Massimo Micocci, da me supervisionato. Il contributo più originale della ricerca è stata la definizione di scenari a diverso tipo di interazione che lo studio progettuale delle connessioni per gli artefatti apriva.

Nello specifico, Micocci ha considerato 150 casi di artefatti progettati in cui l'elemento di connessione ha favorito opportunità di allungamento della vita del prodotto tramite:

- Riparazione, analogamente a quanto trattato nel capitolo Trasformazione: Riparazione
- Riuso valevole, analogamente a quanto trattato nel capitolo Trasformazione: Riuso
- Oggetti risorti, analogamente a quanto trattato nel capitolo Trasformazione: Riappropriazione.

Ciascuna connessione, internamente al proprio scenario di allungamento di vita, è stata analizzata poi per identificare la tipologia di instaurazione che si predispone a creare, quali:

- Connessione impedita, ovvero con accesso progettato per essere impedito all'utente, tipicamente ricorrendo a soluzioni di connessione irreversibile, come colle
- Braccio di comunicazione, ovvero soluzioni progettuali che creano tendenzialmente una sola modalità prevedibile di interazione tali che si favorisce anche l'aggiornabilità nel tempo dell'artefatto creato, tipicamente tramite filettature
- Campo di forze, ovvero valorizzando le 'affordances' dell'artefatto, tale per cui l'uso viene comunicato e interpretato liberamente, tipico della rifunzionalizzazione
- Connessione mediata, ovvero frapponendo passaggi e mediazioni progettato all'uso e riuso, soprattutto per fini di sicurezza.



figura 10.46 Rappresentazione degli scenari di comunicazione generabili tramite le connessioni. Tratto da Micocci, 2011.

CAPITOLO 10

ruoli del design(er) per un diy soddisfacente e sostenibile : in sintesi

L'ultimo capitolo argomenta le proposte di ruoli per il Design al fine di contribuire nel processo di valorizzazione delle pratiche di DIY per la trasformazione verso contributi positivi per la soddisfazione individuale del praticante e per un impatto limitato sull'ambiente, come da obiettivo della tesi di ricerca.

A tale scopo viene riportata la sintesi di quanto analizzato e proposto in riferimento a due principali fattori ricorrendo ad mappa strutturata sugli assi di:

- livello di azione
- tipologia di collaborazione.

Ne risultano 4 quadranti corrispettivi a diversi scenari di proposte di ruoli per il Design, pari a:

- 1° quadrante, in cui i designer operano su scala globale (per impatto locale) come collaboratori contestualmente a network e reti di professionisti o in generale di amatori particolarmente abili al fine di creare un progetto condiviso; si fa qui riferimento 'common-based-peer-production' (CBPP) e al contributo offerto con questa ricerca derivante dalla co-fondazione e gestione del primo simposio sulla cultura della riparazione, Mend*RS
- 2° quadrante, in cui il designer opera ancora come collaboratore insieme a colleghi, altri professionisti e amatori in un

contesto localmente definito e caratterizzato, attraverso pertanto un contatto diretto con essi; si fa riferimento ai luoghi e servizi per l'auto-produzione e soprattutto all'esperienza di Osservazione Partecipata da cui si evince l'auspicio di un contributo del design per e in questi servizi

- 3° quadrante, in cui il designer opera in contesti localmente definiti e in diretto contatto con le persone in qualità di facilitatore o perfino educatore, secondo le modalità del Co- e Participatory-Design per lo sviluppo di progetti individuali o sociali, dove il design contribuisce con le competenze meta-progettuali e abilità di problem-solving, come verificato dalle interviste a designer e dalle esperienze di Action Research sulla trasformazione in laboratori di riparazione creativa
- 4° quadrante, in cui il designer agisce come un facilitatore attraverso un contatto mediato tipicamente per persone e praticanti diversificati e geograficamente distribuiti; tale strategia particolarmente esplorata con la Consumer Customization, viene interpretata nel campo del design della Trasformazione con la realizzazione di artefatti che facilitano i processi di riparazione, rifunzionalizzazione e riappropriazione.

Dato il potenziale incorporato in questo ultimo quadrante rispetto alla formazione del ricercatore inerentemente ai materiali e al product design, vengono conseguentemente apportati ulteriori riferimenti per catalizzare la figura del design nel 4° quadrante quali

- la valorizzazione delle imperfezioni e la reinterpretazione espressivo-linguistica degli artefatti considerati imperfetti, attingendo al sistema culturale di origine orientale, il Wabi Sabi
- l'allungamento della vita dell'artefatto intervenendo sulle connessioni come luogo predisposto a favorire l'interazione dell'utente con l'oggetto ai fini della trasformazione.

A

Abel, Bas van, Roel Klaassen, Lucas Evers, and Peter Troxler, ed. 2011. *Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive*. Amsterdam: BIS Publisher.

Adriaenssens, Stef, e Jef Hendrickx. 2009. Modes of production in home maintenance: accounting for the choice between formality, off the books and self-provisioning. *International Journal of Consumer Studies* 33, no. 5 (September): 596-603.

Aguirre, Darinka. 2010. "Design for Repurposing : A Sustainable Design Strategy for Product Life and Beyond." Pp. 1-25 in IDSA 2010 conference.

Aguirre, Darinka. 2010b. Design for Repurposing: a sustainable design strategy for product life and beyond. LeNS Conference, Bangalore.

Akah, Binaebi, e Shaowen Bardzell. 2010. Empowering Products : Personal Identity through the Act of Appropriation. *Identity*: 4021-4026.

Akrich, Madeleine. 1992. The de-description of technical objects, in W Bijker and J Law (eds) *Shaping technology/building society*, MIT Press, Cambridge, MA, USA pp 205-224.

Alcott, Blake. 2008. "The Sufficiency Strategy: Would Rich-world Frugality Lower Environmental Impact?" *Ecological Economics* 64 (4): 770-786.

Anon. 2010. IKrea. Dal salotto alla cucina: idee per da-da-sé mobili con gli eco-pallet e trasformare la propria casa. *Altreconomia*

BIBLIOGRAFIA

Edizioni.

Archipov, Vladimir. 2007. *Design Del Popolo. 220 Invenzioni Della Russia Post-sovietica*. ISBN Edizioni.

Atkinson, Paul. 2010. "Boundaries? What Boundaries? The Crisis of Design in a Post-Professional Era." *The Design Journal* 13 (2): 137–155.

Atkinson, Paul. 2006. *Do It Yourself: Democracy and Design*. *Journal of Design History* 19, no. 1 (January): 1-10.

B

Baldwin, C, C Hienert, e Eric von Hippel. 2006. How user innovations become commercial products: A theoretical investigation and case study. *Research Policy* 35, no. 9 (November): 1291-1313.

Bassi, Alberto. 2007. *Design anonimo in Italia: oggetti comuni e progetto incognito*. Electa.

Becchetti, L. 2007. *Il denaro fa la felicità?*. Laterza.

Belk, Russell W. 1988. "Possessions and the Extended Self." *Journal of Consumer Research* 15 (2): 139–168.

Benkler, Yochai, and Helen Nissenbaum. 2006. "Commons-based Peer Production and Virtue." *Journal of Political Philosophy* 14 (4) (December): 394–419.

Bevan, Sally. 2005. *The Reclaimers: A Complete Guide to Salvage*. Hodder & Stoughton.

Bijker W e Law J (eds) *Shaping technology/building society*, MIT Press, Cambridge, MA, USA.

Body, John, Nina Terrey e Leslie Tergas. 2010. "Design Facilitation as an Emerging Design Skill: A Practical Approach". In *Proceedings of the 8th Design Thinking Research Symposium (DTRS8) Sydney, 19-20 October, 2010*, pp. 61-70.

Bœuf, Jocelyne Le, Mariana Amatullo, Mark Breitenberg, Stefano Maffei, Beatrice Villari, Renate Menzi, Martin Loetscher, Di Fleming, e Grace Lynch. 2006. "Cumulus Working Papers."

Brandes, Uta, e Michael Erlhoff. 2006. *Non Intentional Design*. DAAB.

Branzi, Andrea. 2008. *Design italiano 1964-2000*. Electa.

Brown, Kirk Warren, e Tim Kasser. 2005. "Are Psychological and Ecological Well-being Compatible? The Role of Values, Mindfulness, and Lifestyle." *Social Indicators Research* 74 (2) (November): 349–368.

Brown, Roni. 2008. "Designing Differently : the Self-Build Home." *Journal of Design History* 21(4):359-370.

Brown, Tim. 2009. *Change by Design*. New York: Harper Collins.

Burall, Paul. 1991. *Green Design*. London: Design Council.

C

Campbell, Colin. 2005. *The Craft Consumer: Culture, craft and*

consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture* 5, no. 1: 23–42.

Charter, Martin. 1998. Special Feature: The Next Step Event 98, *The Journal of Sustainable Product Design*, July 1998 (6), p. 60.

Cipolla, Carla, e Pier Paolo Peruccio (a cura di). 2008. *Changing the Change: Design, Visions, Proposals and Tools*. Torino: Allemandi.

Cooper, Tim. 2005. "Slower Consumption, Reflections on Product Life Spans and the 'Throwaway Society'." *Journal of Industrial Ecology* 9 (1-2): 51–67.

Cooper, Tim. 2000. "Product Development Implications of Sustainable Consumption". *The Design Journal*, 3 (2), pp 46-57.

Coskun, Aykut, e Cagla Dogan. 2010. "Post-use Design Thinking Presenting Insights into a Design Research for Sustainability." In *LeNS Conference*, 368–381. Bangalore, India.

Cross, Nigel. 2011. "Design thinking : understanding how designers think and work". Oxford: Berg

Csikszentmihalyi, Mihaly. 2000. "The Costs and Benefits of Consuming." *Journal of Consumer Research* 27 (2): 267–272.

Csikszentmihalyi, M., e M. Csikszentmihaly. 1991. *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York: HarperPerennial.

Cucuzzella, Carmela, and Pierre De Coninck. 2008. "The Precautionary Principle as a Framework for Sustainable Design: Attempts to Counter the Rebound Effects of Production and Consumption." In *First International Conference on Economic*

De-growth for Ecological Sustainability and Social Equity, Paris, April 18-19th 2008, 187–195. Paris.

Da Silveira, G. Borenstein, D., Fogliatto, F.S. 2001. Mass customization: Literature review and research directions. *International Journal of Production Economics* 72, no. 1 (June): 1-13.

Dant, Tim. 2010. 'The Work of Repair: Gesture, Emotion and Sensual Knowledge'. *Sociological Research Online*, 15 (3) 7.

Dorfles, Gillo. 2010. *Design: percorsi e trascorsi*. Lupetti, Milano.

Dorst, Kees. 2010. The Nature of Design Thinking. In *Proceedings of the 8th Design Thinking Research Symposium (DTRS8)* Sydney, 19-20 October, 2010. Pp. 131-140.

Donough, Mc W. e Braungart M. 2003. *Dalla culla alla culla*. Torino: Blu edizioni.

Droog Design. 2011. *Comunicato Stampa per Fuori Salone del Mobile*, 2011.

Duncombe S.1997. *Notes From the Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*. Verso, pp. 1 – 2. Cited in Triggs, T. 2006.

Easterlin, Richard A. 1974. "Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence." *Nations and Households in Economic Growth*: 89–125.

Evans, David, e Tim Jackson. 2008. *Sustainable Consumption: Perspectives from Social and Cultural Theory*. Working paper 05-08 per Research Group on Lifestyles, Values and the Environment (RESOLVE).

Fabris, Giampaolo. 2010. *La società post-crescita: consumi e stili di vita*. Egea.

Fletcher, Kate, e P.A. Goggin. 2001. "The Dominant Stances on Ecodesign: A Critique." *Design Issues* 17 (3): 15–25.

Franke, Nikolaus, e Martin Schreier. 2010. "Why Customers Value Self-Designed Products: The Importance of Process Effort and Enjoyment." *Journal of Product Innovation Management* 27 (7): 1020–1031.

Franke, Nikolaus, Martin Schreier e U. Kaiser. 2009. The "I Designed It Myself" Effect in Mass Customization. *Management Science* 56, no. 1 (October): 125-140.

Fuad-Luke, Alastair. 2004. *Slow Design: A paradigm for living sustainably?*. (Documento digitale).

Fuchs, Doris A, and Sylvia Lorek. 2005. "Sustainable Consumption Governance: A History of Promises and Failures." *Journal of Consumer Policy* 28 (3) (September): 261–288.

Fuchs, Doris A, e Sylvia Lorek. 2004. "Sustainable Consumption: Political Debate and Actual Impact." Background paper per il Sustainable Europe Research Institute (SERI).

Geels, Frank W. 2010. "Ontologies , Socio-technical Transitions (to Sustainability), and the Multi-level Perspective." *Research Policy* 39 (4): 495–510.

Geels, Frank W. 2004. "From Sectoral Systems of Innovation to Socio-technical Systems." *Research Policy* 33 (6-7) (September): 897–920.

Geels, Frank W. 2002. "Technological Transitions as Evolutionary Reconfiguration Processes : a Multi-level Perspective and a Case-study." *Research Policy* 31: 1257–1274.

Georgescu-Roegen, Nicholas. 2004. *Bioeconomia*. Torino: Bollati Boringhieri.

Gibson James J. 1999. *Un approccio ecologico alla percezione visiva*. Bologna: Il mulino.

Giles, Jim. 2005. Special Report Internet encyclopaedias go head to head. *Nature* 438, 900-901.

Gilmore, J.H., e Bj Pine II. 1997. The Four Faces of Mass Customization. *Harvard Business Review* 75, no. 1: 91-101.

Giudice, Fabio, Guido La Rosa, e Antonino Risitano. 2006. "Product Design for the Environment." CRC Press.

Graham, S., and N. Thrift. 2007. "Out of Order: Understanding Repair and Maintenance." *Theory, Culture & Society* 24 (3) (May 1): 1–25.

Greenwood Davydd J. e Martin Levin. 1998. *Introduction to action research*. Social Research for Social Change. Sage publication.

Gregotti, Vittorio (a cura di Manolo De Giorgi, Andrea Nulli, Giampiero Bosoni). 2004. *Il disegno del prodotto industriale: Italia 1860-1980*. Milano: Electa.

Gregson, Nicky e Louise Crewe. 2003. *Second-Hand Cultures*. Berg, Oxford (UK).

Hackney, Fiona. 2006. "‘Use Your Hands for Happiness’: Home Craft and Make-do-and-Mend in British Women’s Magazines in the 1920s and 1930s." *Journal of Design History* 19(1):23-38

Hamilton, Clive. 2010. "Consumerism, Self-creation and Prospects for a New Ecological Consciousness." *Journal of Cleaner Production* 18 (6) (April): 571–575.

Hawken P., Lovins A.B., e Lovins L.H. 2007. *Capitalismo Naturale*. Milano: Edizioni Ambiente.

Hoftijzer, JanWillem. 2009. "DIY and Co-creation: Representatives of a Democratizing Tendency." *Design Principles & Practices, An International Journal* 3 (6).

Illich, Ivan. 1973. *Tools for Conviviality*, Harper & Row Publishers, Inc., 1975.

Jackson, Albert, e David Day. 2007. "Collins Complete DIY Manual". HarperCollins.

Jackson, A. 2006. "Labour as Leisure--The Mirror Dinghy and DIY Sailors." *Journal of Design History* 19(1):57-67.

Jackson, Tim, e Laurie Michaelis. 2003. *Sustainable Consumption & Production, Economic, Regeneration*.

Jencks C., e Silver N. 1972. *Adhocism: The Case for Improvisation*. Doubleday.

Johnson, David. 1976. "The history and the development of Do-It-Yourself". In *Conference on Twentieth Century Design History*, 2d, Middlesex Polytechnic, 1976. "Leisure in the twentieth centu-

ry : history of design : fourteen papers given at the Second Conference on Twentieth Century Design History,. London : Design Council Publications

Juniper, Andrew. 2003. *Wabi Sabi: The Japanese Art of Impermanence*. Tuttle Publishing.

Koren, Leonard. 2002. *Wabi Sabi Per Artisti, Designer, Poeti e Filosofi*. Ponte delle Grazie.

Krantz, Randall. 2010. "A New Vision of Sustainable Consumption." *Journal of Industrial Ecology* 14 (1) (January): 7–9.

Kuijter, Lenneke, and A. De Jong. 2009. "A Practice Oriented Approach to User Centered Sustainable Design." *Applied Ergonomics. Knowledge Collaboration & Learning for Sustainable Innovation*.

Latouche, Serge. 2007. *La scommessa della decrescita*. Milano: Feltrinelli.

Lipovetsky, Gilles. 2007. *Una felicità paradossale. Sulla società dell'iperconsumo*. Milano, Cortina Raffaello.

Lommée, Thomas. 2010. "Yes We Can!" *Review*. (October):33-41.

Lommée, Thomas (a cura di). 2010b. *Yes! we're open. Open design for sustainable innovation*. Exhibition catalogue. Kortrijk, Belgium

Mack, Natasha, Cynthia Woodson, Kathleen M. MacQueen, Greg Guest, e Emily Namey. 2005. *Qualitative Research Methods: A Data Collector's Field Guide*. FLI.

Madge, Pauline. 1997. "Ecological Design: A New Critique." *Design Issues* 13 (2): 44–54.

Maldonado, Tomas. 2001. *Disegno industriale: un riesame. Definizione storia bibliografia*. Milano: Feltrinelli

Manno, Jack. 2002. "Commodification: Consumption Efficiency and an Economy of Care and Connection". In *Confronting Consumption*, a cura di Thomas Princen, Michael Maniates, Ken Conca, pp. 67-87. MIT Press.

Manzini, Ezio. 2010. "Small, Local, Open and Connected. Design Research Topics in the Age of Networks and Sustainability." In *LeNS Conference*, Bangalore, India.

Manzini, Ezio. 2009. "New Design Knowledge." *Design Studies* 30 (1): 4–12.

Manzini, Ezio. 2006. "Design Research for Sustainable Social Innovation." Pp. 233-245 in *Design Research Now: Essays and Selected Projects* (Board of International Research in Design), a cura di Ralf Michel. Birkhäuser Basel.

Manzini, Ezio. 1994. "Design, Environment and Social Quality: From 'Existenzminimum' to 'Quality Maximum'." *Design Issues* 10 (1): 37–43.

Manzini, Ezio, Stuart Walker, e Barry Wylant. 2008. *Enabling Solutions for Sustainable Living: a Workshop*. Calgary: University of Calgary Press.

Marchand, Anne e Stuart Walker. 2008. Product development and responsible consumption: Designing alternatives for sustainable lifestyles. *Journal of Cleaner Production*, 16, 1163–1169.

Marchand, Anne, e Stuart Walker. 2006. "Designing Alternatives: Sustainable Consumption, Lifestyles and 'Responsible Consumers'." In *Proceedings of Changes to Sustainable Consumption. Workshop of the Sustainable Consumption Research Exchange (SCORE!) Network*, 253–264. Copenhagen.

Marchand, Anne, Stuart Walker, and Tim Cooper. 2010. *Beyond Abundance: Self-Interest Motives for Sustainable Consumption in Relation to Product Perception and Preferences*. *Sustainability* 2, no. 5: 1431-1447.

Marchand, Anne, Stuart Walker, e Tim Cooper. 2008. "Beyond Abundance Motivations and Perceived Benefits Underlying Choices for More Sustainable Lifestyles." In *Changing the Change: Design, Visions, Proposals and Tools*. Torino, 10-12 Luglio 2008. Umberto Allemandi.

Mari, Enzo. 2002. *Autoprogettazione?* Corraini.

Mauri, Franca. 2005. *Il Senso Del Consumo*. Bruno Mondadori.

Micelli, Stefano. 2011. *Futuro Artigiano*. Venezia: Marsilio Editore.

Micocci, Massimo. 2011. *Reuse Connection: progettare il riuso attraverso le connessioni*. Tesi di Laura Specialistica presso la Facoltà del Design, Politecnico di Milano.

Ministry of Information. 2007. "Make Do and Mend". Sabrestorm Publishing

Mont, Oksana. 2004. *Product-service systems: Panacea or myth?*

Morelli, Nicola. 2011. "Active, Local, Connected: Strategic and Methodological Insights in Three Cases." *Design Issues* 27 (2) (April): 90–110.

Moreau, Vincent, e Gregor Meerganz Von Medeazza. 2008. "Is the Economy (de)materializing? A Comparison of Germany, China and Spain." In *First International Conference on Economic Degrowth for Ecological Sustainability and Social Equity*, Paris, April 18-19, pp. 156-164.

Norton, Michael I., Daniel Mochon, e Dan Ariely. 2012. "The IKEA Effect: When Labor Leads to Love." *Journal of Consumer Psychology* 22 (3) (July): 453–460.

Odom, William, James Pierce, Erik Stolterman, e Eli Blevis. 2009. "Understanding why we preserve some things and discard others in the context of interaction design." Pp. 1053–1062 in *Proceedings of the 27th international conference on Human factors in computing systems*.

Oroza, Ernesto. 2009. "RIKIMBILI. Une étude sur la désobésissance technologique et quelques formes de réinvention." Publications de l'Université de Saint-Étienne, 2009. Cité du design.

Ostuzzi, Francesca. 2010. *L'oggetto della/in crisi*. Tesi di Laura Specialistica presso la Facoltà del Design, Politecnico di Milano

Pacey, Philip. 1992. "'Anyone of Designing Anything?' Non-Professional Designers and the History of Design." *Journal of Design History* 5(3):217-225.

Packard, Vance. 1989. *I persuasori occulti*. Torino : Einaudi,

Petroski, Henry. 1985. *To engineer is human: The role of failure in*

successful design. New York: St. Martin's Press.

Pierce, J.L., Kostova, T. & Dirks, K.T., 2003. The state of psychological ownership: integrating and extending a century of research. *Review of General Psychology*, 7(1), pp.84–107.

Pierce, James, e Eric Paulos. 2011. "Second-Hand Interactions : Investigating Reacquisition and Dispossession Practices Around Domestic Objects." *Human-Computer Interaction*.

Pine J.B. 1993. *Mass Customization*. Milano: Franco Angeli.

Pine, J.B. 1993b. Mass customizing products and services. *Planning Review* 21, no. 4: 6-13

Porritt, J. 2003. *Redefining Prosperity: Resource Productivity, Economic Growth and Sustainable Development*. Report per Sustainable Development Commission (SDC).

Recession Design. 2011. *Design fai da te. Idee contro la crisi*. Rizzoli.

Redström, Johan. 2008. "RE:Definitions of use." *Design Studies* 29:410-423.

Redström, Johan. 2006. "Towards user design? On the shift from object to user as the subject of design." *Design Studies* 27:123–139.

Rizzo, Francesca. 2009. *Strategie di co-design. Teorie, Metodi e Strumenti Per Progettare Con Gli Utenti*. Milano: Franco Angeli.

Rosner, Daniela, e Jonathan Bean. 2009. "Learning from IKEA Hacking: From Not One to Decoupage a Tabletop and Call It a

Day.” In Proceedings of the 27th International Conference on Human Factors in Computing Systems CHI '09, 419–422. New York, New York, USA: ACM.

Sanders, Elizabeth BN. 2005). Information, Inspiration and Co-creation Proceedings of the 6th International Conference of the European Academy of Design, University of the Arts, Bremen, Germany.

Sanders, Elizabeth BN, e PJ Stappers. 2008. “Co-creation and the New Landscapes of Design.” *Co-Design* (March): 1–16.

Sartwell, Crispin. 2006. *I sei nomi della bellezza: l'esperienza estetica del mondo*. Torino: Giulio Einaudi.

Schneider, François. 2008. “Macroscopic Rebound Effects as Argument for Economic Degrowth.” In *First International Conference on Economic De-growth for Ecological Sustainability and Social Equity*, Paris, April 18-19th 2008, 29–36. Paris.

Schreier, Martin. 2006. “The Value Increment of Mass-customized Products : an Empirical Assessment.” *Journal of Consumer Behaviour* 5: 317–327.

Scott, Kakee, Jaco Quist, and Conny Bakker. 2009. “Co-design, social practices and sustainable innovation: involving users in a living lab exploratory study on bathing.” in *Joint Actions on Climate Change Conference*. <http://ordinarylifestudy.typepad.com/files/scottbakkerquistsm.pdf> (Accessed June 10, 2011).

Sennett, Richard. 2008. *L'uomo Artigiano*. Feltrinelli Editore.

Shove, Elizabeth. 2006. *Towards Practice Oriented Product Design*. Presented at

London UK, 14th September 2006 at Brainjuicer,

Shove, Elizabeth, Matthew Watson, Martin Hand, e Jack Ingram. 2007. *The design of everyday life*. Berg Publishers.

Simon, Herbert A. 1996. *The sciences of the artificial*. London: The MIT press.

Soper, Kate. 2007. “Re-thinking the ‘Good Life’: The Citizenship Dimension of Consumer Disaffection with Consumerism.” *Journal of Consumer Culture* 7 (2) (July): 205–229.

Speroni, Donato. 2010. *I numeri della felicità. Dal Pil alla misura del benessere*. Cooper.

Spradley, James P. 1979. *The Ethnographic Interview*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Stahel, Walter R. 1997. *The service economy: wealth without resource consumption?* *Philosophical Transactions: Mathematical, Physical* 355, no. 1728 (July): 1309-1319.

Steen, Marc, L. Kuijt-Evers, e Jente Klok. 2007. “Early user involvement in research and design projects. A review of methods and practices.” Pp. 1-21 in *23rd EGOS Colloquium*.

Stevens, M e Watson, M. 2008. *Dashboard User Guide*. Institute without boundaries, Toronto, Canada.

Stiglitz, Joseph E, A Sen, and JP Fitoussi. 2009. *Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*. Performance and Social Progress.

Tanizaki, Jun'ichi. 2002. *Libro d'ombra*. Milano: Bompiani.

Thackara, Jhon. 2008. In the Bubble: Design per un futuro sostenibile. Umbero Allemandi & C.

Thompson, Henrietta. 2009. *Remake It: Home. The Essential Guide to Resourceful Living*. London: Thames & Hudson.

Thorpe, Ann. 2010. "Design's Role in Sustainable Consumption." *Design Issues* 26 (2): 3–16.

Toffler, Alvin. 1980. *The Third Wave*. New York: William Morrow.

Triggs, T. 2006. Scissors and Glue: Punk Fanzines and the Creation of a DIY Aesthetic. *Journal of Design History* 19, no. 1 (January): 69-83.

Tukker, Arnold, Maurie J. Cohen, Klaus Hubacek, e Oksana Mont. 2010. "The Impacts of Household Consumption and Options for Change." *Journal of Industrial Ecology* 14 (1) (January): 13–30.

UN. 1992. United Nations Conference on Environment and Development (UNCED), Rio de Janeiro, 3-14 June 1992.

UNDP. 1998. *Human Development Report 1998*. New York: United Nations Development Program.

Vezzoli, Carlo, e Ezio Manzini. 2008. *Design for Environmental Sustainability*. London: Springer London.

VV. 2008. Enzo Mari: *L'arte del design*. Federico Motta Editore, Milano

Visser, Froukje Sleeswijk, Pieter Jan Stappers, Remko van der Lugt, e Elizabeth BN Sanders. 2005. "Contextmapping: Experiences from Practice."

CoDesign 1 (2) (April): 119–149.

Walker, Stuart. 2009. "After Taste - the Power and Prejudice of Product Appearance." *The Design Journal* 12 (1): 25–40.

Watson, Matt, and Elizabeth Shove. 2006. *Materialising Consumption : Products , Projects and the Dynamics of Practice*.

Weizsacker, Von E.U. Lovins A.B. e Lovins L.H. 1998. *Fattore 4. Come ridurre l'impatto ambientale moltiplicando per 4 l'efficienza della produzione*. Bologna: Editrice Missionaria Italiana.

Williams, Colin C. 2004. A lifestyle choice? Evaluating the motives of do-it-yourself (DIY) consumers. *International Journal of Retail & Distribution Management* 32, no. 5: 270-278.

WCED - World Commission on Environment and Development. 1987. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*.

Woolley, Martin. 2003. "Choreographing Obsolescence – Ecode-sign: the Pleasure / Dissatisfaction Cycle." In *Proceedings of the International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces - DPPI '03*, pp. 77–81.

Zafarmand, Seyed Javad, Kazuo Sugiyama, e Makoto Watana-be. 2003. "Aesthetic and Sustainability: The Aesthetic Attributes Promoting Product Sustainability." *The Journal of Sustainable Product Design* 3 (3-4) (December): 173–186.

Zavestoski, Stephen. 2002. "The Social – Psychological Bases of Anticonsumption." *Psychology & Marketing* 19 (2): 149–165.