



SID Società Italiana di Design
Italian Design Society

DesignIntorno

Atti della Conferenza annuale
della Società Italiana di Design

A cura di
Nicolò Ceccarelli
Marco Sironi

Alghero, 4 e 5 luglio 2022



SID Società Italiana di Design
Italian Design Society

Design**Intorno**

**Atti della Conferenza annuale
della Società Italiana di Design**

A cura di
Nicolò Ceccarelli
Marco Sironi

Alghero, 4 e 5 luglio 2022

Consiglio direttivo

presidente

Raimonda Riccini

vice presidente

Daniela Piscitelli

segretario

Giuseppe Di Bucchianico

consiglieri

Niccolò Casiddu

Lorenzo Imbesi

Pier Paolo Peruccio

Lucia Pietroni

Lucia Rampino

Maurizio Rossi

DesignIntorno

Atti della Conferenza annuale della Società Italiana di Design

A cura di

Nicolò Ceccarelli

Marco Sironi

Progetto grafico e impaginazione

laboratorio *animazionedesign*, Dadu, Alghero

Marco Sironi, Viola Orgiano, Roberta Ena, Paola Dore



Copyrights

CC BY-NC-ND 3.0 IT

È possibile scaricare e condividere i contenuti originali a condizione che non vengano modificati né utilizzati a scopi commerciali, attribuendo sempre la paternità dell'opera all'autore.

dicembre 2023

Società Italiana di Design, Venezia

societaitaliansdesign.it

ISBN 9788894338072

Indice

#OUVERTURE

- p. 9 **Dell'intorno. O dell'insieme aperto**
R. Riccini
- 11 **Introduzione**
N. Ceccarelli, M. Sironi
- 13 **Intorno a "Design Intorno"**
N. Ceccarelli
- 16 **Cartoline da Alghero**
M. Sironi
- 21 **Cercare e trovare un maestro**
M. Brusatin
- 27 **Speculations**
Pete Thomas

#INTERMEZZO / per Stefano Asili

#TRACK 1 : fare esperienza

- 41 **Riancorarsi al territorio: il progetto come
"campo relazionale" e ambiente interattivo**
L. Decandia

/ progetti

- 46 **Design per il paesaggio naturale.
Strategie di interazione semiotica tra uomo e ambiente**
V. P. Bagnato
- 53 **HMI design for a self-driving car.
Integrated communication between the urban environment
and a vehicle**
F. Caruso, V. Arquilla, F. Gaetani, F. Brevi
- 66 **Forme della tipografia nello spazio pubblico.
Lettering urbano a Venezia**
P. L. Farias, E. Bonini, Lessing, F. Bulegato
- 77 **MEET. Multifaceted Experience for Enhancing Territories**
A. Bosco, S. Gasparotto
- 87 **Quartieri sani e inclusivi. Il design per lo sviluppo di strategie
e scenari progettuali per città prossime e in salute
e per l'invecchiamento attivo della popolazione**
S. Viviani, D. Busciantella Ricci
- 95 **Scenari e strumenti per XR senza visore.
Un sistema gestionale per installazioni immersive museali,
fuori dalla bolla**
V. Malakuczi
- 106 **Gli spazi e i tempi della fabbricazione digitale.
L'impresa Maker nella Regione Lazio e il rapporto con il territorio**
L. D'Elia
- 115 **SiRobotics.
Progettazione HCD di un robot umanoide assistenziale**
C. Porfirione, F. Burlando

- p. 125 **Design Sistemico per la Civiltà dell'Acqua**
C. Padula
- 133 **EMPS. Exhibit museale per la pre-diagnostica posturale e la promozione della salute**
G. Nichilò, G. Pontillo
- 139 **SWAPHYPE. Servizio compensatore di pratiche di riuso**
C. Olivastri, G. Tagliasco, X. Ferrari Tumay, D. Schillaci
- 146 **Tipografia italiana e paulistana dei primi del '900. Proposta di un archivio aperto per una comparazione di documenti**
F. Mariano Cruz Pereira, E. Lessing, P. Farias
- 153 **Geografie, relazioni e ritual personas. Strategie e strumenti di progettazione partecipata per l'heritage made in Italy**
F. Delprino, L. Parodi, O. Tonella, S. Pericu

#TRACK 2 : intrecciare saperi

- 166 **Intessere reti di territorio: esperienze di dialogo con l'intorno, tra digitale e formazione**
I. Fiesoli, E. D'Ascenzi, D. de Spirito, M. Sottani
- 179 **Archivio e direttore creativo. Heritage come progettazione**
D. Colussi
- 186 **Smart & green design. Per un arredo urbano interspecie**
A. Morone, I. Caruso, S. Parlato, S. Iole, G. Nicolau Adad
- 198 **Meta 4.0. Possibilità e potenzialità della progettazione 4.0**
L. Casarotto, P. Costa, A. de Feo
- 208 **Design con il Mediterraneo. Progettare in un nuovo intorno.**
M. Marseglia, F. Cantini, E. Matteucci, M. Vacca, A. Tanzini
- 219 **Produzione additiva per il merchandising museale. Prospettive progettuali nella valorizzazione del patrimonio**
I. Caputo, M. Oddone
- 228 **SPHead. Smart Personal Health-care Devices. Soluzioni integrate per il monitoraggio dello stato di salute degli anziani nelle RSA**
A. Giambattista, L. Di Lucchio, C. Gironi
- 237 **Moowe. Un servizio inclusivo per l'orientamento di persone con disabilità visive a Venezia**
M. Manfroni, C. M. Priola, L. Casarotto, P. Costa
- 248 **Inter-connessioni urbane. Rigenerazione di spazi dimenticati all'interno del Comune di Borgo San Lorenzo (FI)**
F. Armato, P. Bagheri Moghaddam, M. Corti, L. Petrini
- 257 **L'identità svelata. Il design narrativo e lo spazio urbano**
S. Follesa, P. Yao, A. Cheng

- 267 **Design per la sostenibilità socio-ambientale come medium culturale per lo scaling-out dell'agroecologia**
M. Manfra

- p. 272 **Circular Made in Italy.**
Una strategia di Design per un'innovazione sostenibile di identità e cultura materica dei territori nazionali a partire da scarti
F. Papile, L. Trebbi, V. Coraglia, T. Leone, F. Cantini
- 280 **Color Hub.**
Riscoprire la tradizione tintoria attraverso una visione cross-settoriale
A. Pereno
- 287 **Promuovere la cultura della sostenibilità.**
Design Sistemico per uno sviluppo territoriale sostenibile, in sinergia con il Distretto UNESCO
A. Aulisio
- 295 **Meta-artigianato e design da collezione.**
Nuovi scenari di promozione, commercializzazione e consumo nella transizione digitale
S. Gabbatore, L. Abbate, C. Germak
- 303 **Tessuti riciclati sostenibili basati sulle tende beduine tradizionali**
G. M. Cito, O. Alazhari
- 315 **Il gioiello 4.0.**
Gli impatti dell'artigianato tecnologico nel distretto orafico vicentino
E. Cunico
- 323 **230 Miglia Blu.**
Disegnare un legame lungo 230 miglia passando dal mare
L. Inga
- 333 **Intercultural craft.**
Progettare un ponte tra le conoscenze e le culture tradizionali
M. Vacca, F. Ballerini
- 343 **I "Cadernos de referências" di Hudinilson Jr.**
Una proposta di rimediazione digitale
S. Rossi

#TRACK 3 : generare conoscenza

- 352 **Generare conoscenza: partecipazione, progettazione e terza missione**
A. Calosci

/ progetti

- 357 **Innovare lo scenario della pubblicazione scientifica in design.**
Progettare "living publications"
E. Lupo
- 370 **Polemica e design.**
Il dissenso nella pratica critica e come pratica progettuale
I. Patti
- 378 **Aura educational tool.**
Design per l'insegnamento attivo di tecnologia e sostenibilità
A. Morone, I. Caruso, S. Parlato, I. Sarno, G. N. Adad
- 388 **Design for Social Impact.**
Riflessioni in itinere sull'esperienza didattica di un laboratorio interdisciplinare sui temi del design per l'impatto sociale
C. Campagnaro, V. Bosso
- 400 **Progettazione e riciclo di imballaggi cellulosici.**
Aumentare la consapevolezza dei designer di imballaggio sul loro ruolo nella progettazione in una prospettiva di economia circolare
R. Santi, A. Marinelli, F. Papile, B. Del Curto
- 408 **Turning Design Research to Care.**
Ricerca sperimentale per la progettazione di una educazione sostenibile e inclusiva
A. Pollini, G. A. Giacobone

- p. 417 **Design Education per l'Economia Circolare.**
Approccio co-disciplinare nell'acquisizione di hard e soft skills
S. Barbero
- 426 **Il laboratorio Living Hub.**
La tecnica della simulazione al servizio del progetto HCD
I. Nevoso, A. Vacanti
- 436 **Good Plastic.**
Strumenti per l'innovazione sostenibile e la comunicazione dei prodotti in materiali polimerici
P. Costa, L. Badalucco, L. Casarotto
- 445 **Databook design per fare innovazione.**
Uno strumento di ricerca e analisi per attivare progettualità sostenibili
S. Cretaio, S. Degiacomi, L. Moiso, C. Marino, C. Remondino, P. Tamborrini
- 456 **Pensiero, Produzione ed Educazione Responsabili.**
Il progetto di Winter School internazionale
L. Succini, E. Formia, V. Gianfrate, E. Ciravegna, R. M. León Morán
- 466 **Progettare per la società liquida.**
Uno sguardo verso una differente prospettiva human-centered
G. Mincoelli, F. Petrocchi, S. Imbesi, M. Marchi, G. A. Giacobone

/ idee

- 476 **Interior design come piattaforma collaborativa.**
Uno spazio data-driven per la conoscenza condivisa sulle risorse materiali
L. Calogero, M. De Chirico, A. de Feo
- 485 **Soluzioni sostenibili per il design digitale.**
Sensibilizzare sull'impatto ambientale del web attraverso l'info-design
S. Melis, D. Murgia, P. Dore
- 497 **"Rin/tracciare" la rete della vita.**
Tecnologia ed ecologia verso bio-futuri preferibili
C. Rotondi
- 506 **Design per le Comunità.**
Strumenti di comunicazione collaborativi per il progetto sociale di prossimità al rione Sanità di Napoli
I. Caruso, S. Parlato, I. Sarno, G. Nicolau Adad
- 516 **Your Only Thing Is Space.**
Le interfacce digitali come dispositivi di potere sui luoghi: un framework di ricerca
M. Ciaramitaro
- 524 **Patient-Centered Data.**
Analisi e visualizzazione di dati patient-centered per la comunicazione medico/scientifica
R. Angari
- 534 **Gender-complexity by design.**
Decostruire il binarismo di genere attraverso il design di packaging innovativi e sostenibili
C. Marino, C. Remondino
- 542 **Trouble #1. Design history.**
A new sight on design through gender studies and intersectionality
S. Iebbole, V. Piras, L. Chimenz
- 551 **Complex and Multidisciplinary Identities.**
Nuovi processi per la costruzione di identità complesse e democratiche
A. Liçaj, D. Giorgetta

#FINALE / album della Conferenza 2022

L'identità svelata

Il design narrativo e lo spazio urbano

Stefano Follesa

stefano.follesa@unifi.it

Yao Peian

peian.yao@unifi.it

Anqi Cheng

anqi.cheng@stud.unifi.it

Università degli Studi di Firenze

La città è la scena delle diversità. Ogni città rivela ai viaggiatori e ai suoi abitanti i propri elementi di diversità definiti dall'accumularsi nel tempo di tracce, processi e rituali. "Gli spazi sono stratificazioni di memorie orientate, sono nodi di relazioni, sono (o dovrebbero essere) scenari di vita civile" (Natalini, 2011, 36). Ogni città può esser letta come un libro e come un libro può generare interpretazioni differenti che si relazionano alla cultura, alla sensibilità e alla predisposizione all'ascolto del lettore.

L'identità di una città si compone di molteplici componenti (colori, segni, materiali, tipologie, lavorazioni) che si miscelano in maniera differente nei diversi territori applicativi (sistema del cibo, sistema del costruito, sistema degli oggetti, sistema dei rituali) definendone una diversità rispetto ad altre città. La città è la scena delle connessioni ed esprime una narrazione che sviluppa diversi gradi di lettura; da quella popolare di un'identità "folkloristica", a quella più meditata e colta di un'identità leggibile nelle sue specificità.

Ogni cittadino/viaggiatore deve poter leggere le diversità secondo una propria personale chiave di lettura, intrecciando i fili della narrazione con le proprie specifiche curiosità. Il progetto di ricerca a seguire verte sulle modalità attraverso cui il design narrativo può contribuire a sviluppare una comunicazione personalizzata della città in una dimensione ibrida dello spazio urbano che mette in relazione spazio fisico e cyberspazio.

The city is the scene of diversity. Each city reveals to travellers and its inhabitants its own elements of diversity defined by layering of signs, traces, processes and rituals over time. "Spaces are stratifications of oriented memories, they are nodes of relationships, they are (or should be) scenarios of civil life" (Natalini, 2011, 36). Every city can be read as a book and as a book can generate different interpretations that are related to the culture and sensitivity of the readers. The identity of a city is made by many components (colors, signs, materials, types, processes) that are mixed in different ways in different fields of application (food system, system of the built, system of objects, system of rituals) marking the difference from other cities. The city is the scene of connections and expresses a narrative that develops different degrees of reading; from the popular one of a "folkloristic" identity, to the more meditated and cultured one of an identity readable for its peculiarities.

Every citizen/traveller must be able to read diversity according to his or her own personal key, interweaving the threads of the narrative with his or her own specific curiosity. The following research project focuses on the ways in which the use of storytelling can contribute to developing a personalized narrative of the city in a hybrid dimension of urban space that connects physical space and cyberspace.

Introduzione: il ruolo della narrazione

Parole chiave:

Narrative Design, Spazio Urbano, Spazi Ibridi, Narrazione spaziale, Smart City.

«Un uomo è sempre un narratore di storie, vive circondato dalle sue storie e dalle storie altrui, tutto quello che gli capita lo vede attraverso di esse, e cerca di vivere come se le raccontasse».

Jean-Paul Sartre, La nausea

Il racconto è una delle modalità con cui gli esseri umani organizzano e gestiscono la loro conoscenza del mondo e strutturano la loro stessa esperienza. Il genere narrativo ha valenze conoscitive e valenze emotive; gli esseri umani sono per natura inclini a costruire spiegazioni e sviluppare su di esse le proprie emozioni. Strumento consolidato di interpretazione per le scienze sociali, la narrazione è oggi processo generatore nelle discipline progettuali che usano lo storytelling per costruire legami tra persone oggetti e spazi. Dobbiamo a Jerome Bruner, psicologo statunitense considerato uno dei capiscuola dell'odierna psicologia culturale, l'aver ampliato i confini dei processi narrativi rivelando

quanto l'utilizzo dello storytelling possa essere applicabile a tutti gli ambiti nei quali avviene una comunicazione e dunque anche alle discipline progettuali il cui fine è la costruzione di manufatti e ogni manufatto veicola una comunicazione che si esprime nelle molteplici forme del fare. I "manufatti cognitivi" d'altronde esemplificano il ruolo delle cose nei processi di conoscenza, sono *strumenti del pensiero* che completano le capacità della nostra mente (Norman 1992); la narrazione costituisce un punto di vista privilegiato, dal quale leggere le dinamiche evolutive della società.

Secondo Bruner (1986), il ragionamento narrativo rappresenta uno dei due modelli cognitivi fondamentali (il modello alternativo è quello logico-scientifico), "codificando esperienze, oggetti e simboli, il pensiero narrativo ci consente di sperimentare emotivamente il mondo, categorizza le nostre esperienze e tenta di integrare tali esperienze per comprendere il significato degli eventi nella nostra vita". Il racconto è una delle modalità con cui gli esseri umani organizzano e gestiscono la loro conoscenza del mondo e strutturano la loro stessa esperienza. Il processo narrativo agisce su quelli che sono gli elementi di diversità, attorno ai quali si costruiscono gli scenari della

Fig. 1 - Storytelling Livorno.



comunicazione, mira al recupero dei valori simbolici, alla ridefinizione di una interazione tra l'uomo, l'ambiente e gli oggetti; organizza le esperienze in racconti, i quali stimolano le elaborazioni mentali che guidano i processi di formazione e cambiamento.

Ci sono innumerevoli forme di narrazione e molteplici media che consentono di veicolare il racconto della vita dell'uomo: "il linguaggio, orale e scritto, le immagini, fisse o in movimento, i gesti e una miscela ordinata di tutte quelle sostanze; la narrazione è presente nel mito, leggenda, favole, racconti, epopea, storia, tragedia, commedia, pantomima, dipinti, vetrate, film, notizie locali, conversazioni. Inoltre, in questa infinita varietà di forme, è presente in ogni momento, in tutti i luoghi, in tutte le società; anzi, la narrazione inizia con la storia stessa dell'umanità; non c'è, non c'è mai stato da nessuna parte, nessun popolo senza narrativa." (Barthes R., 1966, 2)

Lo storytelling è oggi uno degli strumenti operativi in diversi ambiti del sapere. In ambito didattico e pedagogico, nelle arti, nella comunicazione pubblicitaria e nelle discipline progettuali, le tecniche narrative lavorano sulla costruzione di sempre nuove interazioni. La narrazione costituisce un punto di vista particolare da quale osservare le dinamiche di molti processi conoscitivi e permette all'uomo dare forma e significato sia al mondo in cui vive sia ai mutamenti e ai consolidamenti della propria identità.

La narrazione urbana

«À côté de l'atelier d'artiste, du Musée, de l'œuvre littéraire, lieux prestigieux de stockage, d'exposition ou de fabrique d'images, un autre lieu plus Trivial, public et populaire, he fait concurrence, la rue. La rue, ses faits divers, et ses micro-spectacles permanents appellent de nouveaux types de spectateurs mobiles, flâneurs et badauds. Le badaud, le flâneur, sont appelés par la vitrine, la statue, la cérémonie publique qui promène ses icônes et ses insignes, l'enseigne, l'affiche politique ou commerciale illustrée placardée sur les murs de la ville».
Philippe Hamon 2001, p. 149

«The places of memory are not what one remembers, but where memory works; not the tradition itself but its laboratory».
Pethes, Rüchatz, 2005, p. 292

Fig. 2 - La narrazione nella città
Perseo tiene in mano la testa
della Medusa di Benvenuto Cellini
Firenze (da Pixabay).



La narrazione si definisce nel tempo e nello spazio, “ogni opera narrativa deve necessariamente essere ambientata in un determinato tempo e luogo” (Long Di-Yong 2008). Lo spazio è la scena della narrazione, sia nell’essere luogo degli eventi sia nell’essere ambito della loro trasmissione. Tricia Austin (2020) spiega come l’ambiente costruito non solo incarna la nostra cultura e le tradizioni su cui costruiamo la nostra identità/diversità, ma agisce attivamente sui nostri sentimenti, sulle nostre aspirazioni, sulle nostre azioni. La narrazione ci consente di interagire emotivamente con l’ambiente generando un dialogo personale con lo spazio all’interno del quale assumono significato gli oggetti e i simboli. L’ambiente si determina nelle relazioni e nelle connessioni tra tali elementi e le persone (Rapoport, 1977). Geografi fenomenologici come Edward Relph (1976) e David Seamon (1979) pongono l’attenzione sull’esperienza delle persone nello spazio descrivendo come, al di là dell’attaccamento a luoghi specifici (casa, quartiere o città), esista una relazione percettiva tra individui e ambiente; dalla prospettiva di Relph allo stesso luogo possono essere assegnati significati radicalmente diversi e quindi essere vissuto in modo diverso da due individui.

Pierre Nora ci parla di “luoghi della memoria”, sottolineando il carattere narrativo dei luoghi e la loro funzione di attivatori dell’identità. Scrive Nora: “il luogo della memoria è un’unità significativa, materiale o ideale, che la volontà dell’uomo o l’opera del tempo ha fatto diventare elemento simbolico di una comunità. I luoghi della memoria aiutano a fermare il tempo, bloccare l’opera dell’oblio, fissare lo stato delle cose, rendere immortali, materializzare l’immaterialità per racchiudere il massimo significato nel minimo dei segni” (Nora, 1992, 20). Un luogo della memoria è uno spazio carico di elementi significativi che diventano materiale per la narrazione.

La narrazione spaziale è dunque un processo di comunicazione tra spazio e percezione umana, sviluppa l’immaginazione, produce emozioni attraverso i sensi. Le narrazioni di una comunità diventano una risorsa importante per la consapevolezza identitaria dei suoi membri (Karyn Stapleton, John Wilson. 2017).

Tra i possibili ambiti di applicazione di una dimensione narrativa vi è il tema ampio della ricucitura e ridefinizione dei rapporti tra cittadini e spazi urbani al cui interno vi è l’esplicitazione di una diversità culturale che è alla base dell’identità dei luoghi. Ambiti culturali che investono prioritariamente la nostra disciplina. Oggi il design è “uno degli strumenti principali che permette di valorizzare le risorse di un territorio, inserendole nella rete mondiale” (Pasca, 2008: pag. 30) e le risorse dei territori alimentano la diversità dei nostri centri urbani. L’accostamento del design alla narrazione diventa possibile nei casi in cui la natura del progetto sia fortemente caratterizzata da una componente informativa e relazionale. Il progetto può essere in tal caso definito come una forma peculiare di scrittura; l’oggetto può diventare strumento narrante, capace quindi di raccontare. Design quindi come ‘sistema culturale’ che ha il compito di creare cornici di senso.

Il designer è divenuto soggetto di mediazione tra culture, saperi, linguaggi. Klaus Krippendorff, già nel 1989, aveva individuato questa particolare dimensione del design osservando che l’etimologia della parola deriva dal latino ‘designare’ cioè distinguere una cosa dalle altre con un segno, in altre parole dare senso alle cose. In tale direzione il design è destinato a sviluppare una cultura del discorso, dove i progettisti rivestono il ruolo di intellettuali e partecipano all’attribuzione di un significato agli oggetti. Krippendorff (1989) colloca il designer all’interno di un semantic turn, nel quale si modificano sia l’oggetto sia i modi della progettazione, spostando l’attenzione dalla dimensione funzionale alla dimensione del significato.

Nella città, gli spazi pubblici urbani sono narrazione storicamente intrecciata con le esperienze quotidiane delle persone. Ogni spazio è spazio di memorie; strade, piazze e portici portano le tracce dei loro abitanti e dei viaggiatori che li hanno attraversati. L’attaccamento emotivo a un luogo si realizza attraverso il desiderio di ripercorrere le storie di chi vi abitava. Attraverso la narrazione è possibile ricollegare, i tanti tasselli di

La città ibrida

Figura 3 - Teorie e processi percettivi dello spazio.
Elaborazione di Peijan Yao.



modalità di interazione con lo spazio che viene liberato dai suoi limiti fisici. “L’immagine della città, e i modi di immaginare l’esistenza entro i suoi limiti, si vanno modificando. La funzione del muro come punto fermo architettonico è sempre più messa in discussione, così lo sono lo spazio privato della casa e lo spazio pubblico della strada. La casa si definisce come senso di appartenenza e rifugio oltre ad essere uno spazio fisico. E ciò vale anche per lo spazio urbano, dove il mondo fisico e quello virtuale non sono alternativi, ma devono essere integrati. Lo spazio urbano dipende dal contesto narrativo che si riferisce al contesto culturale, all’identità urbana e al senso dei luoghi. Queste caratteristiche motivano la nozione di spazio.” (Scott McQuire. 2008. p. 11).

Percepiamo il mondo da luoghi dove non siamo mai stati, da punti di vista nei quali non siamo fisicamente presenti e in questa relazione tra spazio fisico e cyberspazio si modifica ugualmente l’aspetto dello spazio urbano e la percezione che abbiamo della città. Il mondo dei media tecnologici diviene rappresentazione del mondo reale. La percezione della città non deriva più da un rapporto diretto tra visione e memoria, ma piuttosto da un sistema di informazioni e stimolazioni tecnologicamente trasmessi; i dispositivi digitali stanno rimodellando le relazioni tra identità personali e locali, e modificando la percezione dei luoghi.

Tutto ciò assume un ruolo nella narrazione dello spazio urbano “lo spazio assume nuovi ruoli narrativi: può essere centro di attenzione, portatore di significati simbolici, oggetto di investimento emotivo, mezzo di pianificazione strategica, principio di organizzazione e persino mezzo di supporto” (Ryan M., Foote K., Azaryahu M. 2016, 1).

L’identità urbana non è più determinata esclusivamente dallo spazio fisico, ma da una narrazione più sottile; la tecnologia digitale si integra nell’infrastruttura urbana nei chioschi informativi, nei grandi schermi pubblici, nelle telecamere di sorveglianza digitali estendendo lo spazio virtuale nello spazio fisico.

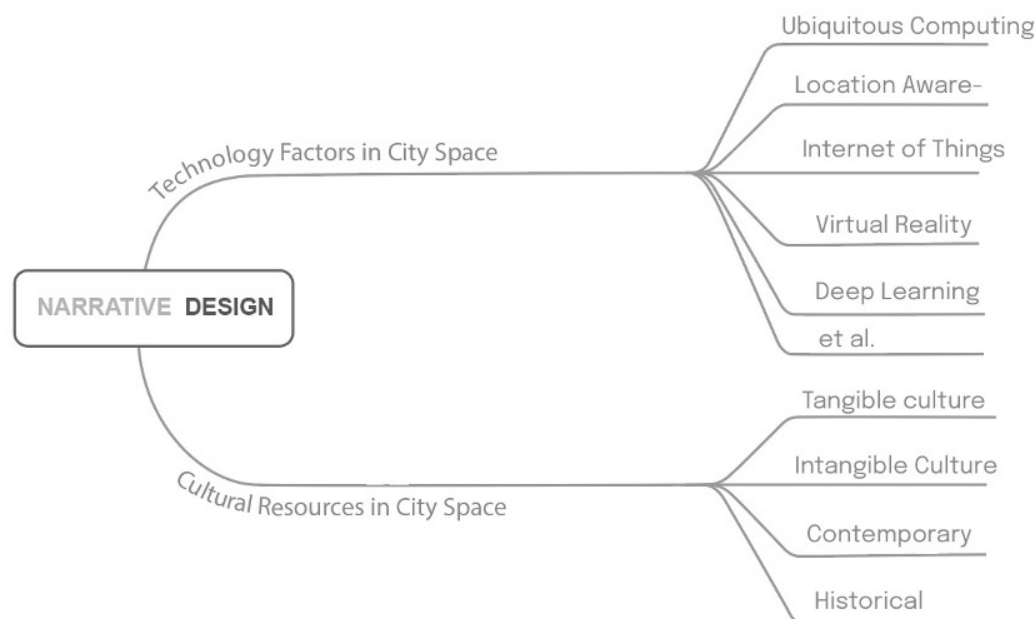
La narrazione nelle *smart cities* è una sovrapposizione di racconti virtuali e reali. Il modo in cui le narrazioni sono percepite cambia da singola esperienza sensoriale ad esperienza interattiva multisensoriale. In futuro, più sensi saranno coinvolti nell’esperienza narrativa. Janet Horowitz Murray sostiene che, in contrasto con le narrazioni lineari tradizionali, le narrazioni in rete sono più adatte ad esprimere nuove percezioni del tempo e dei processi e i cambiamenti nelle strutture narrative aiuteranno ad esprimere nuove storie “infinite e intersecanti”. (Murray 1997).

Il Design e lo spazio urbano

Una dimensione tecnologica che permea la nostra disciplina ci consente oggi di diventare attivatori di connessioni tra fisico e virtuale in una dinamica di lettura “aumentata” e personalizzabile dello spazio urbano funzionale alla narrazione dell’identità. Restituire agli spazi il loro ruolo, rafforzandone e comunicandone l’identità, può diventare l’obiettivo del contributo della disciplina progettuale alla trasformazione degli spazi pubblici.

Il design implementa strategie volte alla trasformazione o alla comprensione degli spazi con una capacità di connettere conoscenze e tecnologie che appartengono al suo DNA. Ed è nella dimensione dell’intervento sulla piccola scala, quella che oggi viene chiamata “agopuntura urbana”, che si definisce maggiormente il ruolo della nostra disciplina. Se fino agli anni Settanta del Novecento la competenza sulla progettazione degli spazi della città era di stretta competenza degli architetti, dalla fine del secolo scorso i designer hanno iniziato a confrontarsi con lo spazio pubblico opponendo un approccio olistico a una visione top-down. Sempre più lo spazio pubblico appare come una questione di design senza confini: scala e disciplina. Il modello della Smart city si sovrappone a quello fisico: è una città non più fatta di luoghi, ma di molteplici relazioni, che per essere riportata al progetto richiede un approccio interdisciplinare.

Fig. 4 – Elementi narrativi nello spazio ibrido.
Elaborazione di Peian Yao.



Un approccio sistemico alla progettazione dello spazio in cui prodotto e servizio coincidono e che vede il designer come figura centrale di “connettore”. Quello che sta accadendo oggi è una trasformazione degli spazi urbani in cui le nuove tecnologie e l’integrazione tra queste e gli oggetti alimentano una narrazione rivolta sia alla curiosità del viaggiatore che alla costruzione dell’identità dell’abitante; un nuovo modello narrativo dello spazio urbano, in grado di creare una connessione tra luoghi, persone, oggetti e tempo.

La contaminazione tra arredi intelligenti (internet delle cose) e tecnologie di comunicazione può favorire forme alternative di percezione degli spazi che permettono a chiunque di personalizzare il proprio rapporto con la città. In una migrazione dal concetto di Smart City a quello di Senseable City, sono i dati che permettono di leggere e interpretare le scelte dei cittadini nello spazio e sviluppare nuovi scenari per la città con un approccio che metta le persone al centro e la tecnologia come servizio.

Alcune esperienze recenti tracciano e definiscono nuove strade da percorrere. Hello Lamp Post a Bristol o Message Pilar a Tokyo sono progetti pilota elaborati con lo scopo di promuovere interazioni tra i cittadini e gli oggetti dello spazio urbano. L’integrazione tra oggetti, spazi e funzioni si sviluppa nel progetto dei Parklets e dei Pocket Parks che si vanno diffondendo nel nord Europa e negli Stati Uniti, coinvolgendo pienamente la figura del designer. E’ un lavoro sulla piccola scala urbana con l’obiettivo di incoraggiare il possesso degli spazi da parte dei cittadini coinvolgendo il sistema degli arredi. In una prospettiva futura il Design promuoverà sempre più lo sviluppo e la connessione tra gli elementi dello spazio mettendo il cittadino al centro della sua attività e assumendo un ruolo specifico nella trasformazione dello spazio urbano e nell’evoluzione delle città contemporanee.

La ricerca

La ricerca, in via di sviluppo, verte sulle modalità attraverso le quali il design narrativo può contribuire a sviluppare una comunicazione personalizzata dell’identità locale. Ogni città ha diverse chiavi di lettura ed una dimensione ibrida degli spazi consente oggi di sviluppare una interazione personalizzata con la città e una lettura delle singole specificità identitarie. La città del cibo, la città degli oggetti, la città dei rituali, la città dei suoni, la città

dei segni, sono i capitoli di un unico libro che è il libro dell'identità urbana per cui vige il diritto di saltare capitoli o pagine (Il verbo leggere non sopporta l'imperativo, avversione che condivide con alcuni altri verbi: il verbo amare...il verbo sognare... Pennac 2013) o di soffermarsi su alcune.

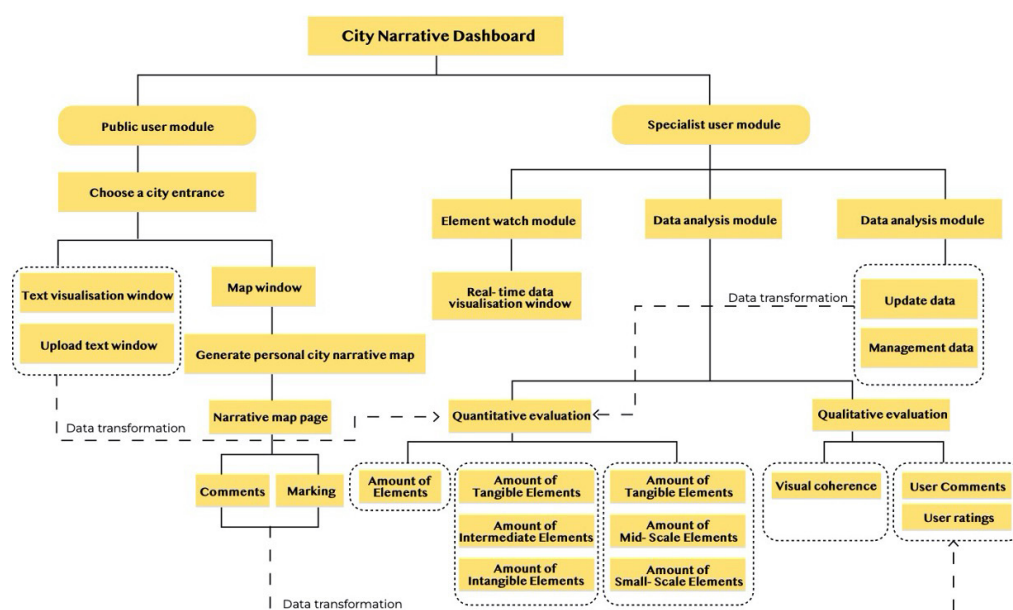
Punto di partenza della ricerca è dunque la consapevolezza del ruolo che la narrazione può svolgere nel promuovere da un lato l'identità urbana e nel rafforzare dall'altro l'interazione tra le persone e gli spazi della città. Gli elementi narrativi dello scenario urbano dovrebbero essere visti come componenti che costituiscono l'identità di una città e, sotto questo aspetto, monitorati, catalogati e connessi al fine di promuovere l'interazione tra città e i suoi abitanti. Ciò ancor più in uno scenario di smart cities dove le tecnologie offrono nuovi strumenti per lo sviluppo dei processi di vita negli spazi urbani. La sovrapposizione tra fisico e virtuale altera la comprensione tradizionale dello spazio offrendo una nuova interazione "aumentata" con lo stesso e una nuova esperienza di approccio allo spazio. L'output di ricerca si sviluppa in due direzioni: quella applicativa nello spazio fisico che promuove lo sviluppo di "oggetti parlanti" (IoT) e quella più virtuale di una dashboard (cruscotto) che possa consentire, appoggiandosi ad un sistema di dati storicizzati e contestuali, di personalizzare la propria interazione con lo spazio urbano.

La dashboard costituisce uno strumento per guidare gli utenti ad esplorare la città secondo chiavi personalizzate di lettura e a interagire con lo spazio urbano attraverso uno storytelling che lega le parole al patrimonio. Si tratta di mettere insieme il mondo fisico e quello digitale e costruire una rete di relazioni intorno alle passioni condivise evocate dalla narrazione, sviluppare o ripristinare la capacità di auto-espressione dello spazio urbano e favorire l'interazione tra la città e i suoi abitanti. Al momento attuale la ricerca trova applicazione in due specifici casi studio in Italia e Cina ma l'obiettivo è quello di utilizzare i casi studio per elaborare un format applicabile a qualsiasi ambito urbano.

Costituiscono obiettivi specifici della ricerca:

- Definire nuovi strumenti e metodi a disposizione della comunità scientifica per sviluppare la conoscenza del patrimonio culturale urbano e acquisire strumenti e strategie per implementare l'esperienza dell'utente negli spazi della città
- Promuovere la diversità culturale attraverso una comunicazione attenta ad esprimere quegli elementi identificativi che ogni luogo può esprimere

Fig. 5 - Architettura della Dashboard.
Elaborazione di Peian Yao.



- Saper cogliere le possibilità espresse dalle nuove tecnologie analogico/digitali nello sviluppo di un nuovo sistema di oggetti e arredi interattivi come elementi di uscita dei processi di narrazione spaziale
- Promuovere l'inclusione sociale attraverso il ruolo attivo degli strumenti di comunicazione nella città, facilitando lo sviluppo di un senso di appartenenza a un'identità culturale.

Bibliografia

- Altman I and Low SM., 1992, *Place Attachment*. New York: Plenum.
- Bachelard, G., 1964, *The poetics of space*. New York: Orion. (Ed. It: La poetica dello spazio, Bari, Edizioni Dedalo, 2006).
- Barthes R. (1964) *Essais critiques*. Éd. du Seuil, Paris, trad.it. Saggi critici, Einaudi, Torino 1966, 1985.
- Bertolotti E., Daam H., Piredda F., Tassinari V., 2016, The Pearl Diver. *The Designer as Storyteller*. DESIS Philosophy Talks - Dipartimento di Design, Politecnico di Milano.
- Bruner J.S., 1996, *The culture of education*, Harvard University Press, Cambridge (Ed. it. La cultura dell'educazione. Nuovi orizzonti per la scuola, Feltrinelli, Milano, 1997).
- Bruner J.S., 2002, *Making stories. Law, literature, life*, Farrar, Straus and Giroux, New York (Ed. it. La fabbrica delle storie. Diritto, letteratura, vita, Laterza, Bari-Roma, 2006)
- Buttimer, A., Seamon, D., 1980. *The human experience of space and place*. London: Croon Helm.
- Canter, D., 1977, *The Psychology of Place*. Architectural Press, London.
- Decandia L., 2004, *Anime di Luoghi*, FrancoAngeli, Milano.
- Hidalgo, M.C., & Hernandez, B. 2001. *Place attachment: Conceptual and empirical questions*. *Journal of Environmental Psychology*.
- Lynch, K., Ceccarelli P. (a cura di) 2001, *L'immagine della città*, Venezia, Marsilio Editori.
- Long Di-Yong. 2008, *Space Narratology: A New Realm of Narratological Studies* - Journal of Tianjin Normal University (Scienze sociali). No.6
- Lo Piccolo F. (a cura di), 1995, *Identità urbana, Materiali per un dibattito*, Gangemi Editore, Roma.
- Murray J.H (1997) *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, Simon and Schuster, New York.
- Natalini A., 2011, *Costruire nella città storica. Architetture del ritrovamento in AAVV Tracce storiche e progetto contemporaneo*, Gangemi Editore, Roma.
- Nora P. (1992), *Les Lieux de mémoire*, III, France, Gallimard, Paris, 1992, p. 20
- Proshansky, H.M., Fabian, A.K., & Kaminoff, R., 1983. *Place identity: Physical world socialization of the self*. *Journal of Environmental Psychology*, 3.
- Rapoport, A. 1977. *Human Aspects of Urban Form: Towards a Man-Environment Approach to Urban Form and Design*, *Urban and Regional Planning Series 15*. Oxford: Pergamon Publishing.
- Relph, E., 1976, *Place and placelessness*. Pion Limited, London.
- Seamon, D., 1979, *A Geography of the Life world*. St. Martin's, New York.
- Tuan, Y. F. 1974, *Topophilia*. Englewood Cliffs. Prentice-Hall.
- Tuan, Y. F. 1977, *Space and Place: The Perspective of Experience*. Edward Arnold, London.

Note

- 1 Adriana de Souza e Silva , 2006, *From Cyber to Hybrid: mobile technologies as interfaces of hybrid spaces*, Space and Culture Sage Publications, Thousand Oaks