

Design per città intelligenti del mediterraneo

Giuseppe Lotti

| | |
|---|--|
|  | <p>Narrare i gruppi <i>Etnografia dell'interazione quotidiana, prospettive cliniche e sociali, design</i> - vol. 15, n° 1, luglio 2020</p> <p>ISSN: 2281-8960</p> |
|---|--|

Rivista semestrale pubblicata on-line dal 2006 - website: www.narrareigruppi.it

| | |
|---|--|
| Titolo completo dell'articolo | |
| Design per città intelligenti del mediterraneo | |
| Autore | Ente di appartenenza |
| Giuseppe Lotti | <i>Università degli Studi di Firenze</i> |
| Pagine 13-28 | Publicato on-line il 29 luglio 2020 |
| Cita così l'articolo | |
| Lotti, G. (2020). Design per città intelligenti del Mediterraneo. In <i>Narrare i Gruppi</i> , vol. 15, n° 1, luglio 2020, pp. 13-28 - website: www.narrareigruppi.it | |

IMPORTANTE PER IL MESSAGGIO CHE CONTIENE.

Questo articolo può essere utilizzato solo per la ricerca, l'insegnamento e lo studio privato. Qualsiasi riproduzione sostanziale o sistematica, o la distribuzione a pagamento, in qualsiasi forma, è espressamente vietata. L'editore non è responsabile per qualsiasi perdita, pretese, procedure, richiesta di costi o danni derivante da qualsiasi causa, direttamente o indirettamente in relazione all'uso di questo materiale.

focus

Design per città intelligenti del mediterraneo

Giuseppe Lotti

Riassunto

L'obiettivo specifico del testo è quello di definire il contributo della disciplina del *design* - nella sua accezione più ampia di: *product, communication and service design* – allo scenario delle *smart cities*. Il tutto con una particolare attenzione al contesto di riferimento - Mediterraneo, per tradizione, *mare di mezzo*, tra popoli, culture, modelli di sviluppo. Il contributo appare articolato e rientra all'interno delle principali sfide del *design*. Nella consapevolezza dell'importanza di un collegamento con le altre discipline del progetto che, con logica tran-scalare - pianificazione territoriale ed urbanistica, architettura del paesaggio, architettura - possono contribuire alla complessità delle sfide.

Parole chiave: città intelligenti, interdisciplinarietà, innovazione aperta, identità, Mediterraneo

Design for mediterranean smart cities

Abstract

The specific objective of my text is to define the contribution of the design discipline - in its broadest sense of the product, of communication and service design - to the scenario of intelligent cities. All with particular attention to the reference context: the Mediterranean, traditionally, the middle sea, between peoples, culture, models of development. The contribution appears articulated and falls within the main design challenges. In the context of the importance of a connection with the other disciplines of the project, with the multi-level logic - territorial and urban planning, landscape architecture, architecture - use the complexity of the challenges.

Keywords: smart city, interdisciplinary, open innovation, identity, Mediterranean

1. Design 4.0

Dal *design* può innanzitutto venire un importante contributo relativo alla definizione dei prodotti intelligenti che sono alla base del modello di *smart city*. Si tratta dello scenario definito a livello internazionale come *Impresa 4.0*, comunque, ancora da definire appieno: *“Spesso la ricerca su Design e Industria 4.0 si limita ad elencarne le possibilità in termine di nuove disponibilità tecnologiche senza davvero porsi il problema se e come il Design stesso dovrà cambiare per adeguarsi, in termini evolutivi, a questo prossimo futuro che (...) implica questioni produttive quanto economiche e sociali”* (Celaschi, Di Lucchio, Imbesi, 2017: 9).

“Il design è la disciplina più pronta, tra quelle progettuali, ad accogliere questa sfida, per la sua propensione a costruire ponti tra ciò che è e ciò che è possibile, di saltare passaggi, di addurre un quid, anche di natura preziosamente erronea, a qualsiasi inappuntabile metodo quantitativo di prefigurazione” (Mincoelli, 2017: 91). Ed ancora: *“... c'è uno spazio progettuale completamente nuovo in cui i metodi del design possono essere proficuamente applicati, ed è quello della partecipazione e coordinazione dei team multidisciplinari di progetto che lavorano alla definizione di sistema e di prodotto operando sinergicamente sul piano fisico e informatico, sulle forme della materia e dei dati o, per dirla con Negroponte, con gli atomi e con i bit”* (Mincoelli, 2017: 92-93), nella consapevolezza - non poi così diffusa - che *“... il grande problema progettuale rimane la ricerca di un orizzonte di senso per la rivoluzione in atto”* (Zannoni, 2018: 68-69) e che la disciplina, che per tradizione opera nell'attribuzione di significato agli artefatti materiali ed immateriali, può dare un importante contributo.

Perché ciò avvenga, da una parte, il *designer* deve continuare a fare quello che ha sempre fatto: svolgere la funzione di mediatore e catalizzatore tra conoscenze, attivare contributi interdisciplinari; dare senso all'innovazione - *design driven innovation*, per renderla spendibile a livello di mercato; lavorare sullo *storytelling*, per raccontare le storie che stanno dietro gli oggetti; farsi promotore della qualità di vita. Per un cambiamento radicale dell' *“apparato tecnologico - che passa [...] dall'essere strumento all'essere soggetto interattivo e invasivo”* (Di Lucchio, 2014: 95).

Dall'altra deve cambiare un pò i suoi metodi e strumenti. *“Volendo riassumere, i designer del prossimo futuro dovranno affrontare temi progettuali che richiedono un approccio organico, pluridisciplinare, elastico. I confini tra prodotto e servizio, tra hardware e software, tra analogico e digitale si assottigliano e le categorizzazioni classiche del design vengono messe in crisi”* (Mincoelli, 2017: 92).

In dettaglio si tratta di:

- contribuire a rendere umana la tecnologia – *“Il design ha da sempre rivendicato il ruolo di umanizzatore della tecnologia, di garante della compatibilità del nuovo con l'umano,*

di antropizzatore del selvaggio come del sintetico, in ragione di una supposta superiorità e priorità degli interessi dell'uomo su quelli dell'artificiale, le cui necessità non sono, fino ad oggi, mai state nemmeno messe in esame” (Mincoletti, 2017: 90). Ciò anche arginando pericolose derive, già intuite 20 anni fa da Umberto Galimberti: “[...] Noi continuiamo a pensare la tecnica come uno strumento a nostra disposizione, mentre la tecnica è diventata l'ambiente che ci circonda e ci costituisce [...] ci muoviamo ancora con i tratti tipici dell'uomo pre-tecnologico che agiva in vista di scopi iscritti in un orizzonte di senso [...] la domanda non è più 'che cosa possiamo fare noi con la tecnica', ma 'cosa la tecnica può fare di noi’” (Galimberti, 1999: IV di copertina). Di qui la necessità di dare senso alla produzione, con una specifica attenzione ai bisogni e desideri della società, muovendo anche dal “valore simbolico, iconico, che rimanda direttamente alla produzione d'immaginario” (ibidem), propria del nostro design;

- dare forma e dignità estetica ai prodotti – “*‘il Design Italiano’ ... ha trovato nel Territorio Estetico lo spazio per esprimere la sua identità, quella della costruzione di un ‘immaginario’ (‘estetico’, appunto) che ha saputo diventare, poi, collettivo nel senso di riconosciuti dalla collettività: un immaginario al tempo stesso quotidiano - perché applicato agli oggetti di tutti i giorni, soprattutto quelli domestici che circondano la nostra vita più intima - morfologico - perché si esprime con segni e forme costruendo un linguaggio proprio, spesso originale anche nei suoi richiami archetipici - materico - perché usa i materiali, sperimentando con questi, passando, senza soluzione di continuità, dai più nobili ai più artificiali e seriali?*” (Di Lucchio, 2014: 27). Ed questi due aspetti sono meno lontani di quanto possa apparire: “*Siamo già piuttosto bravi nel catalogare gli Smart objects (oggetti dalle prestazioni capaci di interagire, di produrre azioni a comando, di ricordare, di scaldare, raffreddare, emozionare la vista, di sollecitare il gusto, la vista e l'udito), lo siamo invece meno nell'analizzare la dimensione estetica ed etica di questi oggetti Smart*” (Paris, 2014: 6-7);

- tenere insieme prodotti e servizi, materia fisica e digitale – “*Assistiamo pertanto a un'inversione di percorso; se fino a poco tempo fa il design partiva dall'elaborazione di forme materiche per poi caricarle di informazioni, oggi produce informazioni e dati che 'talvolta' si condensano in materia*” (Scalera, 2015: 65) Per un percorso iniziato da tempo: “*I beni hanno progressivamente arricchito la loro capacità di produrre significati, sviluppando le componenti comunicative e immateriali a scapito di quelle puramente materiali*” (Codeluppi, 2012: 689, in Zannoni, 2018: 19). “[...] lo sviluppo di un nuovo modo di progettare e intendere l'artefatto contemporaneo: non più solo fisico, né solo immateriale o digitale, ma un'ibridazione di queste due componenti del contemporaneo” (Zannoni, 2018: 66).

- rendere l'innovazione immediatamente spendibile – “*Il design, come regia del processo, produce innovazione includendo all'interno dei percorsi teorici e scientifici ibridazioni di tecnologie disponibili, attivando un sistema in cui creatività, tecnologia e più discipline si combinano in una soluzione che è immediatamente disponibile*” (Scalera, 2015: 57);

- lavorare per cercare spazi all'intervento diretto dell'uomo nella realizzazione di prodotti dall'*user centered design* all'*human center design*; dal *design* partecipato all'*open design*, con il *designer* esperto (Manzini, 2015), come facilitatore in grado di coinvolgere nel progetto anche chi non è stato direttamente formato per farlo. E, in tal senso, farsi promotore e divenire guida di processi di *open innovation - open design*: *“È quest'ultima declinazione dell'open-source a investire sensibilmente il design arrivando oggi a parlare di Open-Design dove ciò che sparisce è la 'proprietà' da parte del singolo processo di sviluppo di un nuovo prodotto a fronte dell'acquisizione di un'infinita potenzialità della sua conoscenza”* (Di Lucchio, 2014: 69);
- contribuire ad allargare i *network* di conoscenza, inserendo l'offerta minuta di innovazione - il *design* quando tutti disegnano (anche se è vero solo in parte). Si pensi ad esempio ai *Fablabs*, *“spazi di sperimentazione e produzione in cui convergono competenze scientifiche, ingegneristiche ma anche creative e, in qualche misura, artistiche e dove si mescolano tecnologie fisiche e digitali per esplorare idee, apprendere abilità e realizzare progetti. Nonostante la loro diffusione, la dinamica dei Fablabs non è scontata e basandosi principalmente sui processi di co-design e sui modelli di open-access stanno avendo un notevole impatto sociale come centri per la creazione e il coinvolgimento di un'ampia comunità di utenti / operatori con background, età ed esperienze diversi”* (Di Lucchio, 2014: 89). Ed ancora: emergono due concetti: *“quello di 'open' e quello di 'smart': il primo nella volontà di coinvolgere il maggior numero di soggetti (sociali, economici, istituzionali) lasciando aperte (appunto) le opportunità di miglioramento e implementazione attraverso lo scambio di conoscenza, ma anche di risorse; il secondo nella consapevolezza che è attraverso le tecnologie informatiche che si rende fattibile, gestibile e, soprattutto, continuo lo scambio aperto”* (Di Lucchio, 2014: 59);
- intuendo e rafforzando i segnali deboli che provengono dalla società e possono portare ad un miglioramento del modello di sviluppo. *“[...] il design cerca in maniera predittiva, nel presente, i segnali di un futuro possibile e prossimo. Ma questi segnali non sono mai evidenti, potenti e ben definiti; si tratta di comportamenti, attitudini, prodotti e servizi dell'oggi che annunciano il futuro in forma 'debole'. E il concetto di debole, qui non ha un'accezione riduttiva, ma evoca la nozione di prime avvisaglie di fenomeni che potrebbero diventare importanti in futuro. E dunque al Design spetta il compito di lavorare proprio con questi 'segnali deboli' che vanno riconosciuti, focalizzati ed espansi”* (Di Lucchio, 2014: 7). Si guardi a tematiche quali la condivisione di beni e servizi, la partecipazione attiva, l'affermazione di una società realmente inclusiva e aperta al mondo;
- innescare sinergie produttive in ottica economia circolare. Ricordando che *“[...] la transizione verso la Circular Economy vede il passaggio da modelli orientati ai prodotti a modelli più orientati al processo e ai servizi, dove il prodotto non sparisce in quanto tale, ma si conforma alle esigenze dell'utente finale con una maggiore attenzione anche alle*

esigenze e ai comportamenti sociali” (Di Lucchio, 2014: 138);

- rafforzare la capacità propria dell’industria italiana di fare prodotti fortemente personalizzati. Un ulteriore vantaggio “[...] è la *customizzazione*, a favore di una *produzione flessibile customer-oriented*. Un vantaggio percepito in particolare nelle produzioni di grande serie, superando il gap tra produzione e consumo” (Celaschi, Di Lucchio, Imbesi, 2017: 7). “La caratteristica di offrire produzioni e beni di consumo ‘*customizzati*’ è da sempre riconosciuta come un valore aggiunto al sistema manifatturiero italiano. Gli standard 4.0 dell’industria contemporanea offrono al sistema produttivo, ai prodotti e ai servizi nuove opportunità per l’affermazione del *made in Italy*, coerenti con l’avanzamento tecnologico” (Ranzo, Di Roma, Sbordone, 2017: 142);

- costruire *storytelling* efficaci; ad esempio attraverso l’impiego di soluzioni *mixed reality - virtual and augmented reality* – “Nuovi sviluppi s’intravedono anche nell’ambito *Smart Traceability* il quale, nato con l’obiettivo di certificare le filiere produttive e controllarne le misure di qualità, si arricchisce di contenuti semantici che amplificano la storia dei prodotti. Oggetti che oltre al luogo e alle modalità di produzione, riportano nel loro bagaglio di informazioni anche il nome di chi li ha realizzati con la descrizione delle conoscenze necessarie per produrli; in questo modo il prodotto si fa veicolo di esperienze, tradizioni, storie d’uso e linguaggi comunicativi diventando uno strumento di conoscenza e un artefatto culturale” (Scalera, 2015: 70). Si pensi, ad esempio, alle potenzialità di una *blockchain* ‘evoluta’;

- promuovere comportamenti eco-efficienti attraverso soluzioni tecnologiche in grado di garantire durabilità, facile manutenzione, conservazione, risparmi energetici. Il *link* tra le soluzioni tecnologiche proprie di Impresa 4.0 e la sfida della sostenibilità appare centrale: si pensi all’utilizzo di sensori ed attuatori per la valutazione ed il controllo dell’inquinamento ambientale, il risparmio energetico o all’impiego della stampa 3D per produrre prodotti direttamente richiesti dal mercato riducendo scarti e sprechi magari attraverso l’impiego di resine naturali.

Ma forse, più di tutto, al *design* - sicuramente non da solo, ma con una parte non irrilevante in commedia - spetta il ruolo di dar senso all’innovazione. Che non deve essere gratuita ed *eccessiva*, non deve risolversi come mero fatto tecnico, deve lasciare all’uomo margini di libertà e forse, perché no?, quel pizzico di indeterminazione che ha sempre contraddistinto la nostra vita. Si pensi, ad esempio, ai rischi per la *privacy*. “Il fallimento della domotica alla piccola scala, che ha puntato sull’idea sterile di automazione meccanicistica dimenticando di rispondere alle necessità delle persone, pone una serie di problematiche sulla reale riconoscibilità dell’artefatto computazionale nello spazio domestico e sulla sempre più persuasiva ascesa degli *ubiquitous computing*” (Zannoni, 2018: 62).

Il tutto coltivando e sviluppando *“la sua visione critica del mondo fisico e virtuale”* (Scalera, 2015: 13) - in questo caso verso gli eccessi tecnologici - che ha da sempre contraddistinto il *design* italiano. Un approccio progettuale che, per tradizione, ha sempre lavorato ad oggetti tecnologici intelligenti, dotati di senso, amichevoli. *“Non c’è dubbio, trovare i modi di connettersi e interagire in maniera umana sarà una vera sfida nel prossimo quarto di secolo e oltre”* (Greengard, 2017: 128). *“Quando pensiamo di affidare la cura dei bambini a un robot, ci imbarchiamo in un ‘esperimento proibito’. Lo sviluppo sano di un bambino dipende dall’essere esposto alla piena gamma delle espressioni e delle inflessioni vocali umane. Le future capacità del bambino di dare amore e cure dipendono dal modo in cui il bambino percepisce l’amore e la cura da parte di una persona. Nulla di ciò può venire da un robot. E i nostri anziani - e un giorno tutti noi saremo come loro - vogliono parlare del senso della loro vita con coloro che capiscono cosa sia una vita e quali siano le cose che hanno significato per l’essere umano: i ricordi della nascita di un figlio, di un matrimonio, della perdita di un coniuge. I robot non possono capire nulla di tutto questo”* (Turkle, in Greengard, 2017: 128).

Nella consapevolezza che il *design* italiano può dare un importante contributo per la sua tradizionale capacità di dar senso alle cose: *‘Perché’ il design “essendo aperto sul mondo e sulla contemporaneità sa tradurre in italiano temi emergenti a livello globale. Tutto ciò racchiude un’attività critica e riflessiva, coordinata e capace di esprimere un nuovo sapere progettuale”* (Manzini, in Filippini, Grigatti, 2014: 54).

2. Design per la sostenibilità

Gli scenari *smart* propri di Impresa 4.0 devono essere strettamente legati alle sfide della sostenibilità. Centrali appaiono, in tal senso, gli obiettivi di Agenda 2030 elaborati dall’Organizzazione delle Nazioni Unite. *‘Una riflessione sulla nuova rivoluzione industriale sarebbe priva di senso se non venisse inquadrata’* nelle *“[...] prospettive globali proposte dalle Nazioni Unite, come essenziali per lo sviluppo dei prossimi decenni. Intendere Industria 4.0 solo come la messa in linea di robot per la produzione di beni commerciali, o ridurre 4.0 alla digitalizzazione delle attività di produzione e scambio individuali, senza tener conto della dimensione dei problemi che oggi si aprono al mondo globalizzato, sarebbe svilire il senso stesso di ‘rivoluzione’ che si vuol dare a questa trasformazione produttiva. L’emergere di necessità di intervento su queste aree tipicamente definibili come beni pubblici dimostra come si aprano opportunità di sviluppo per economie capaci di coniugare capacità di innovazione produttiva e apparati scientifici e tecnologici in grado di affrontare grandi sfide globali, la cui mancata soluzione minaccia di costituire devastanti esternalità negative per la crescita dell’intero pianeta”* (Bianchi, 2014: 68-69).

Negli ultimi anni la sensibilità del *design* verso le tematiche della sostenibilità,

intesa nella sua accezione più ampia - ambientale, socio-culturale ed economica è fortemente aumentata. Dagli anticipatori studi di Tomas Maldonado (1971), Victor Papanek (1973), Gui Bonsiepe (1975), fino alle mature ricerche di Ezio Manzini (2015), il dibattito si è evoluto in maniera crescente, anche se non appare sempre supportato scientificamente l'impegno del mondo produttivo¹. Emblematica in tal senso l'esposizione *Broken nature* curata da Paola Antonelli alla XXII Triennale di Milano: "Fino ad oggi gran parte del design è stato uno strumento potente dell'antropocene, con la specie umana saldamente al centro e gli interessi umani al cuore dei suoi obiettivi" (Antonelli, 2019: 19), "[...] Il design dovrebbe essere centrato non solo sull'essere umano, ma sul futuro della biosfera" (Antonelli, 2019: 38). Con conseguenti critiche all'*user centred design* che "[...] può benissimo essere considerato sinonimo di design centrato sulle grandi aziende [...] il design incentrato sulla persona riflette in realtà una visione antiquata e antropocentrica della realtà. È tempo di rimediare con una buona dose di design altruistico e allocentrico" (Antonelli, 2019: 21). È il concetto di 'design ricostituente' che "[...] studia i molteplici legami che collegano gli esseri umani ai loro ambienti (economico, sociale, culturale e politico) e ad altre specie (animali, piante, microrganismi o l'intero albero della vita), in ogni ordine di grandezza e in tutti i sistemi" (Antonelli, 2019: 19). Mentre sul catalogo della mostra *Nature collaborations in design* del Cooper-Hewitt Museum: "The approach is transdisciplinary and involve scientists, engineers, advocates for social environmental justice, artists, and philosophers, who apply their conjoined knowledge toward a more harmonious and regenerative future [...]. The challenges to our planet today are so complex that they cannot be solved by one discipline. Design is the bridge. It translates scientific ideas and discoveries into real-world applications" (McQuaid, 2019: 6-9).

Particolare è poi il contributo della disciplina alle sfide dell'innovazione sociale - "a creative recombination of existing assets [...], which aim to achieve socially recognized goals in a new way" (Manzini, 2015: IV di copertina). È la società stessa che, dal basso, pare esprimere una evoluta capacità di innovazione: in un mondo in continuo cambiamento, ciascuno disegna, dalle imprese alle istituzioni, dalle comunità alle città (Manzini, 2015).

Le iniziative di innovazione sociale accumulate da alcuni tratti comuni: emergono dal basso più che dall'alto; nascono ai margini più che al centro; utilizzano al meglio le risorse fisiche e sociali esistenti; rendono i sistemi più efficienti

¹ Per una sistematica trattazione dell'attenzione del *design* verso le tematiche della sostenibilità si rimanda ai test Giuseppe Lotti, Debora Giorgi, Marco Marseglia, *Prove di design altro. Cinque anni di progetti per la sostenibilità*, DIDApres, Firenze, 2017 e Marco Marseglia, *Progetto, sostenibilità, complessità. Metodi e strumenti per la progettazione di prodotti e servizi*, DIDA press, Firenze, 2018, che, oltre a ricostruire l'attuale dibattito, presentano la posizione in materia del Laboratorio di *Design* per la sostenibilità - LDS del Dipartimento di Architettura - DIDA dell'Università di Firenze.

sul piano ambientale e più coesi su quello sociale; promuovono l'attivazione verso i beni comuni ed un'idea di benessere attivo; sono basati su reti collaborative; utilizzano prioritariamente le tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

In un tale scenario il *design* può svolgere un ruolo importante, non solo come produttore di artefatti, ma nella sua capacità di stimolare, facilitare, contribuire a rendere visibile, dar forma ai processi di innovazione sociale. *“Il design per l'innovazione sociale è tutto ciò che il design, in tutte le sue forme, può fare per promuovere e sostenere il cambiamento sociale verso la sostenibilità [...]. Più precisamente, poiché il ‘risultato finale’ non è più una cosa, ma un sistema di relazioni, e poiché le relazioni, in quanto tali, per fortuna, non si possono progettare, quello che si può fare è di intervenire sul loro ambiente: progettare dei sistemi di prodotti, servizi e comunicazione che rendono una data maniera di essere e di fare più facile, più interessante e quindi più probabile. Questo è dunque il nuovo ruolo dei designer: collaborare alla creazione di ambienti socio-materiali più favorevoli. E farlo adottando un atteggiamento dialogico. Che significa: ascoltare, contribuire alla discussione con delle idee, ascoltare ancora e andare avanti in questa conversazione con i diretti interessati e tutti gli stakeholder coinvolti”* (Manzini, 2009: in Bettega, Grilli, 2009: 38). Per una situazione di offerta di innovazione multipla - ‘Design when everybody designs’ (Manzini, 2015).

Fra i tanti contributi che affrontano il tema appare significativo: *‘Un milione di rivoluzioni tranquille. Come i cittadini cambiano il mondo’* di Bénédicte Mamier (2016): una descrizione delle iniziative sociali, economiche ed ecologiche intraprese dalla società civile, in particolare l'operato di individui anonimi, che operano da soli o in gruppo per il cambiamento del modello di sviluppo. La società civile ha innegabilmente scoperto la propria forza di trasformazione e propone i contorni di una società più ecologica, più partecipativa, più solidale. Sono forse le premesse del futuro (Mamier, 2016).

Tra le strade praticate: l'acqua come bene comune, l'agricoltura come nuova frontiera urbana, la diffusione di nuovi stili di vita (dai Gas/Gruppo acquisti solidali all'*open source, makers, coworking*), pratiche di agricoltura sostenibile, l'utilizzo civico del denaro, soluzioni ad energia rinnovabile sviluppate puntando sul locale, la diffusione di nuove forme di cooperazione, nuovi modelli basati sul viver e l'abitare insieme (il *cohousing* su tutti), una democrazia più partecipativa, dal basso, la sanità con un coinvolgimento della società civile.

Tra i progetti recenti il *Collaborative housing program*, promosso dal DESIS Lab del Politecnico di Milano (dal 2006), attività della *Social Housing Foundation*, FHS che ha integrato la nozione di *collaborative housing* nel suo programma, utilizzando gli strumenti ed il ruolo del *design*. Tra gli *output*: le *Social Cards*, un mazzo di

30 carte divise in 4 categorie (ottimizziamo le risorse, prendiamoci cura dei più piccoli, socialità & feste, *bobby & relax*), progettate per facilitare la scelta di spazi e servizi nei progetti di *Housing Sociale*, servizi nei quali l'aspetto della collaborazione è prioritario. L'obiettivo specifico delle *Social Cards* è quello di stimolare la discussione e facilitare la scelta delle attività che poi gli inquilini progetteranno e realizzeranno insieme.

3. *Visione mediterranea*

Ma se queste considerazioni appaiono valide in assoluto qual è lo specifico contributo che può venire dal Mediterraneo? E ciò non solo come interventi nello specifico contesto di riferimento, ma più in generale come contributo ad un modello di sviluppo *altro*, ad un nuovo paradigma richiesto dall'impellenza delle sfide della contemporaneità.

Il Mediterraneo è, per tradizione, un luogo particolare.

“[...] alla proposta di vedere il Mediterraneo come un orizzonte teorico attuale si possono opporre [...] due obiezioni.

Secondo la prima il Mediterraneo è un mare del passato [...]

La seconda obiezione sottolinea [...] la presenza sulle rive, di una molteplicità di conflitti [...].

Non si può certo negare che il Mediterraneo sia attraversato da conflitti drammatici e molto lontani dalla soluzione. La loro esistenza però non falsifica assolutamente il nostro discorso, ma al contrario ne costituisce la conferma.

[...]. Quei conflitti, infatti, non sono forme di litigiosità locale, piccole beghe di quartiere, ma derivano dalla circostanza che quel mare è il punto del pianeta su cui si incontrano e si scontrano civiltà diverse.

Quei conflitti costituiscono la prova più certa della centralità del Mediterraneo che, lungi dall'essere diventato un lago marginale, costituisce ancor oggi una frontiera cruciale” (Cassano, 2007: 56-57).

Mediterraneo, innanzitutto, come mare di mezzo, non solo tra terre, ma tra due modelli di sviluppo – quello comunemente definito come occidentale, che ha portato mediamente a benessere economico, ma che pecca sul piano della sostenibilità ambientale, nella disparità nei confronti di realtà a più basso tasso di sviluppo e non appare generalizzabile perché porterebbe in breve al tracollo del pianeta; e quello proprio della riva sud, sicuramente eccessivamente lento, soggetto alla minaccia di una occidentalizzazione incontrollata, ma che si esprime

in continuità con il territorio, in rapporto con la tradizione, in legami ancora forti tra le persone.

Il tutto fa prefigurare una possibile alternativa mediterranea.

“Lungi dall’essere una zavorra, il ritardo del Mediterraneo si rivela una risorsa preziosa, perché, con le sue reti comunitarie, custodisce l’idea di una forma di umanità più ricca di legami e di senso, non stritolata dal demone della crescita, orgogliosa della sua diversità” (Casano, 2007: 78-79). Ed ancora: *“L’alternativa mediterranea [...] vorrebbe valorizzare, piuttosto, la cultura del limes, dei molti dei, delle molte lingue e delle molte civiltà, del ‘mare fra le terre’ estraneo alla dimensione monista, cosmopolitica e ‘umanitaria’ delle potenze oceaniche”* (Zolo, 2007: 21)

Ma anche Mediterraneo come luogo di incontro con l’Altro. *“Se il Mediterraneo è senza dubbio la culla dell’Occidente, esso è però anche il luogo di intersezione tra l’Occidente e il suo Altro, o almeno ciò che esso ha ritenuto essere il suo Altro, in particolar modo la cultura arabo-musulmana”* (Gritti, Laurano, Bruno, 2009: 12).

Con Scandurra: *“Così è per il Mediterraneo, luogo dismesso e pure d’incontro di storie meticciate, di ibridismi e non di guerre, di ri-conoscimento conflittuale di alterità. Il Mediterraneo, che si oppone al fondamentalismo della visione unica, della cultura unica, della fede religiosa unica. Un luogo pluriverso, plurimo, plurale. Il luogo dove non è dato a nessuna cultura prevalere sulle altre”* (Scandurra, 2007: 106).

Il Mediterraneo è culla del concetto stesso di *métissage*. Già Fernand Braudel: *“Se alle civiltà delle sue sponde il mare ha dovuto le guerre che lo hanno sconvolto, è stato loro debitore anche della molteplicità degli scambi (tecniche, idee e anche credenze), nonché della variopinta eterogeneità di spettacoli che oggi offre ai nostri occhi. Il Mediterraneo è un mosaico di tutti i colori. Per questo, passati i secoli, possiamo vedere senza indignarcene (tutt’altro) tanti monumenti che un tempo rappresentarono dei sacrilegi, pietre miliari che indicano i progressi e le ritirate di epoche lontane: Santa Sofia, con il suo corteggio di alti minareti; San Giovanni degli Eremiti a Palermo, il cui chiostro è racchiuso tra le cupole rosse o rossastre di un’antica moschea; a Cordoba, tra gli archi e i pilastri della più bella moschea del mondo, l’affascinante chiesetta gotica di Santa Cruz, costruita per ordine di Carlo V”* (Braudel, 2017: 112). Ed ancora: *“viaggiare nel Mediterraneo significa incontrare il mondo romano in Libano, la preistoria in Sardegna, le città greche in Sicilia, la presenza araba in Spagna, l’islam turco in Jugoslavia [...]. Tutto questo perché il Mediterraneo è un crocevia antichissimo: da millenni tutto vi confluisce, complicandone e arricchendone la storia: bestie da soma, vetture, merci, navi, idee, religioni, modi di vivere”* (Guarracino, 2007: 95). *“L’idea di cosmopolitismo è però ancora lontana dal rendere pienamente lo spirito del Mediterraneo. Tutti i grandi ‘porti di mare’ sono quasi per definizione cosmopoliti, in qualunque parte del mondo si trovino, ma ciò non è bastato, per esempio, a fare dell’oceano Indiano occidentale, fra Corno d’Africa, Yemen e India, oppure del Mare del sud, fra Malesia, Indonesia e Indo-*

cina, altrettanti mari mediterranei. Il cosmopolitismo volge alla mediterraneità se in più fra le diverse sponde del mare interno si stabilisce in maniera intensa e permanente l'incontro" (Braudel, 2017: 96); “[...] il Mediterraneo possiede una speciale vocazione ad assimilare e fondere, a non elevare ‘muraglie’, a essere ‘ponte’ e non frontiera, a non conoscere razze e caste ma fare del ‘meticciato’ una condizione comune e feconda. L’uomo mediterraneo non è un’etnia, ma una disposizione alla mescolanza di culture” (Braudel, 2017: 140).

Questa visione del Mediterraneo come luogo di scambio di culture ha subito nel tempo battute d’arresto - si pensi all’attuale politica contro le migrazioni promossa da alcuni paesi e, più in generale, alla mancanza di una condivisa politica a livello comunitario.

Ma le migrazioni sono sempre esistite ed i cambiamenti climatici agiscono come motore difficile da fermare. Ed allora occorre sviluppare un progetto di integrazione. Con Massimo Canevacci: *“Vedere le diaspore mediterranee come produttrici di innovative esperienze. Diaspore non più legate a forzose migrazioni, a esili tragici, a deterritorializzazione come sottrazione, bensì per una nuova soggettività che sperimenta lo scorrere delle proprie pluralità”* (Canevacci, 2014: 16-17). *“Una via di fuga a tutto questo è per l’appunto una nuova concezione del soggetto diasporico delle identità fluide e delle culture sincretiche che si possono affermare non contro, bensì oltre ogni fondamentalismo, in primis di matrice occidentale”* (Canevacci, 2014: 18).

4. Guardare ai sud

Ma al di là di questo, da uno sguardo più attento dai Sud possiamo trarre altri preziosi suggerimenti utili al nostro operare. Il Sud, come afferma Franco Cassano, non ha ‘solo da imparare dal Nord’, ma ha *“anche qualcosa da insegnare [...] una misura critica nei riguardi di un mondo che ha costruito sull’ossessione del profitto e della velocità i suoi parametri essenziali”*²; nella consapevolezza che *“[...] la modernizzazione del Sud è una modernizzazione imperfetta o insufficiente o non è piuttosto l’unica modernizzazione possibile, la modernizzazione reale?”* (Cassano, 2003: 3).

Al riconoscimento del contributo che può venire dai Sud ha contribuito sicuramente la consapevolezza dei limiti del modello occidentale e della improponibilità di una sua estensione a tutto il pianeta, pena la distruzione.

Guardare al Sud non vuol dire non riconoscerne le problematiche che rappresentano un freno allo sviluppo – conflitti tra nazioni, instabilità politica, corruzione, dipendenza... – ma significa rivendicare l’importanza in termini competitivi di reti di conoscenza aperte ai contributi che provengono dall’altrove, in-

² *Ragione occidentale, ragione mediterranea*, intervista a Franco Cassano, www.ilportaledelsud.org

teso non solo come paesi in cui più alto è il tasso di sviluppo e ad elevata capacità tecnologica.

Molti sono gli insegnamenti che ci vengono da uno sguardo al Sud:

- la ricchezza dei legami sociali e la presenza delle comunità solidali;
- il rispetto della tradizione, matrice di innovazione;
- il persistere di abilità, esperienze e culture del passato o pre-moderne;
- l'importanza attribuita alla cultura contadina ed artigiana;
- la sobrietà connaturata a tante tradizioni culturali;
- la persistenza dello spirito e della logica del dono e dello scambio;
- il rapporto armonico tra uomo ed ambiente;
- il rispetto dei beni comuni;
- un contributo alla “decolonizzazione” del nostro immaginario materialista, economicista e tecnicista (Latouche, 1992);
- il recupero di una dimensione più profonda delle cose come argine al progressivo abbassamento della soglia simbolica degli oggetti.

In fondo, come scrive Mamier, occorre coniugare con pragmatismo le soluzioni del Nord e del Sud e fare ricorso sia all'high-tech sia al low-tech (Mamier, 2016).

E, in tutto ciò le discipline del progetto possono e devono giocare un ruolo da protagonisti, nella loro capacità di farsi mediatori e catalizzatori tra realtà diverse e, talvolta, apparentemente inconciliabili. I creativi culturali sono i operatori ludici. le forze di trasformazione (Viveret, 2017).

E, in tutto ciò le discipline del progetto possono e devono giocare un ruolo da protagonisti, nella loro capacità di farsi mediatori e catalizzatori tra realtà diverse e, talvolta, apparentemente inconciliabili. I creativi culturali sono i operatori ludici. le forze di trasformazione (Viveret, 2017).

5. *Riflessione conclusiva*: un progetto: Smart Garden/Smag

Un esempio di quanto sopra descritto può essere *Smart Garden - Smag* (capofila Nuvap, con UpGroup e Travertino Sant'Andrea, Arredo di Pietra).

Il progetto prevede la realizzazione di un sistema multi-sensore/attuatore professionale per la rilevazione delle principali caratteristiche di un 'ambiente giardino' rilevandone sia i principali parametri ambientali che funzionali ed attuando strategie di qualificazione di tali ambienti sia in termini di benessere delle piante che di qualità per l'uomo. Il sistema vuole essere uno strumento professionale di supporto per aziende che operano nel settore della gestione di giar-

dini e complementi d'arredo per la gestione efficiente ed ottimizzata di area giardino pubbliche e private.

Da un punto di vista tecnico il progetto porta allo sviluppo di un sistema di sensori ed attuatori che inviano i dati ad una specifica piattaforma tramite una centralina di controllo e invio dati sicuro basata su differenti tecnologie di accesso *wireless* e cablati. La piattaforma di gestione raccoglie i dati provenienti dalla centralina, li registra e li analizza attraverso algoritmi evoluti che esaltino le *performance* dei giardini in termini di benessere e *confort* delle persone, delle piante e che permettano di gestire, anche in modo predittivo, le problematiche di manutenzione dei giardini sia pubblici che privati.

L'obiettivo è quello di selezionare, testare ed utilizzare i sensori più avanzati per quanto riguarda i differenti aspetti monitorabili all'interno di un giardino, quali: - condizioni ambientali esterne (temperatura, umidità, pressione, CO2, particolato);

- condizioni del terreno (umidità, densità, PH, composizione organolettica);

- condizioni delle piante/ortaggi (stato di crescita, presenza di elementi problematici come insetti, cattiva strutturazione della pianta);

informazioni, immagini, rumori accessibili da remoto; attuazione di azioni attraverso apparati elettronici attuatori (irrigazione, nutrimento del terreno o delle piante, etc).

Il progetto prevede l'integrazione delle soluzioni tecnologiche all'interno di prodotti intelligenti quali sistemi di arredo e complementi per esterni in materiale lapideo realizzati da Travertino Sant'Andrea e UpGroup connessi secondo la logica dell'*Internet of things*. Il tutto a garantire un'offerta complementare e completa a livello di prodotti-servizio, facilmente spendibile anche in forma aggregata a livello di mercato.

La *partnership* scientifica risulta costituita da DIDA - Dipartimento di Architettura dell'Università di Firenze, CUBIT - *Consortium Ubiquitous Technologies, Co-Robotics*.

Ma oltre a declinare le tecnologie proprie dello Scenario *Internet of things* sulle tematiche della sostenibilità, SMAG recupera altri elementi proprie dello scenario Mediterraneo sopradescritto.

Da una parte, la capacità di raccontare storie. La collaborazione con *Up Group* ha portato alla collezione *'I Sette Nani'* che si ispira alla fiaba dei fratelli *Grimm*, al fine di rendere la tecnologia applicata a questi prodotti animata. Ad ogni nano il progetto ha cercato di dare un significato legato alla propria immagine: *Dotto* è centralina di controllo, *Brontolo* dà informazioni legate alla pressione ATM, *Cucciolo* e *Mammolo* avvertono con dei segnali luminosi se ci sono pro-

blemi/malfunzionamenti, *Pisolo* dà informazioni legate all'umidità del terreno, *Eolo* avverte se ci sono cambiamenti atmosferici imminenti, *Gongolo* funge da copertura per il sistema idrico. Rifacendosi in ciò ad una matrice animista propria del *design* – “*gli oggetti hanno un'anima*”; essi servono ma anche proteggono l'uomo e ne esorcizzano la solitudine, creando un delicato anello affettivo tra questo e il mondo più lontano e anonimo della città: *Animali domestici (cani, gatti, uccellini) nelle case di Pompei come oggi nelle nostre: Dalla sofisticata antichità classica alle capanne africane, essi riproducevano con le loro forme zoomorfe (fatte di piedini o teste di animali) la funzione di fedeli servitori; misteriose ma rassicuranti presenze*” (Branzi, 2007: 11).

Dall'altra, il rapporto con la storia, con il passato, con il recupero di conoscenze tradizionali che possono essere alla base di scelte di sostenibilità. Così il sistema di sedute-fioriere *Water Value* recupera tecniche antiche di irrigazione, impiegando olle in terracotta posizionate all'interno del vaso e una leggera inclinazione (1/2% - quella degli acquedotti romani) dei piani, che fungono da seduta, i quali convergono verso il vaso centrale al fine di far confluire le acque all'interno delle olle in terracotta. In tutto ciò prefigurando una possibile via mediterranea, italiana allo scenario innovativo delle *smart cities*.

Bibliografia

- Antonelli, P. (2019). "Broken nature", in Antonelli, P., Tannir, A., *Broken nature XXII Triennale di Milano*. Milano: La Triennale di Milano Electa.
- Bettega, S. M., Grilli, S. (2009). *Less is next: Per un design solidale e sostenibile*. Firenze: Edizioni La Marina.
- Bianchi, P. (2018). *4.0 La nuova rivoluzione industriale*. Bologna: il Mulino.
- Branzi, A. (2018). *Il design. Storia e contro storia*, Firenze: Giunti.
- Braudel, F. (2007). *La Méditerranée*. Parigi: Flammarion, 1985; trad. it. a cura di, G. Soggi, *Il Mediterraneo. Lo spazio la storia gli uomini le tradizioni*. Milano: Tascabili Bompiani.
- Canevacci, M. (2014). *Sincretismi. Esplorazioni diasporiche sulle ibridazioni culturali*. Milano: Costa & Nolan.
- Cassano, F. (2003). *Il pensiero meridiano*. Roma-Bari: Laterza.
- Cassano, F., Danilo Zolo, D. (2007). (a cura di), *L'alternativa mediterranea, Milano*. Milano: Feltrinelli.
- Cassano, F. (2002). *Ragione occidentale, ragione mediterranea*. In www.ilportaledelsud.org.
- Celaschi, F., Di Lucchio, L., Imbesi, L. (2017). Editoriale, *Design & Industry 4.0 revolution*. “MD Journal” n.4.
- Di Lucchio, L. (2014). *L'intelligenza lenta del design*, “diid / Design book” n.58.
- Filippini, A., Grigatti, G. (2014). *Smart italian design. Un nuovo futuro per design industriale italiano*. “diid / Design book” n.58.
- Galimberti, U. (1999). *Psiche e Technè. L'uomo nell'età della tecnica*. Milano: Feltrinelli.
- Greengard, S. (2017). *Internet delle cose*. Bologna: il Mulino.

- Gritti, R., Laurano, P., Bruno, M. (2009). *Oltre l'Orientalismo e l'Occidentalismo. La rappresentazione dell'Altro nello spazio euro-mediterraneo*. Milano: Guerini associati.
- Guarracino, S. (2007). *Mediterraneo. Immagini, storie e teorie da Omero a Braudel*. Milano: Bruno Mondadori.
- Latouche, S. (1989). *L'occidentalisation du monde. Essai sur le signification, la portée et les limites de l'uniformisation planétaire*. Paris: La Decouverte, trad.it, a cura di, Salsano, A., *L'occidentalizzazione del mondo. Saggio sul significato, la portata e i limiti dell'uniformazione planetaria*. Torino: Bollati Boringhieri, 1989.
- Mamier, (2016). *Un milione di rivoluzioni tranquille. Come i cittadini cambiano il mondo*. Roma: Nutrimenti
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. Cambridge (USA): The MIT press.
- Manzini, E., in Bettiga, S. M. Grilli, S. (2009). *Less is next. Per un design solidale e sostenibile*, edizioni La marina, Firenze.
- McQuaid, M. (2019). Introduction, in McQuaid M., Lipps A., Condell C., *Nature: collaborations in Design*, New York: Thames And Hudson.
- Mincoelli, G. (2017). "Fabbrica digitale e innovazione", *Design & Industry 4.0 revolution*, "MD Journal n.4.
- Paris, T. (2014), *L'intelligenza desiderabile*, in AA.VV., "Smart design", diid / Design book n.58.
- Ranzo, P., Di Roma, A., Sbordone, M.A. (2017, "Il design mediatore di processi di networking", *Design & Industry 4.0 revolution*, "MD Journal n.4.
- Scalera, G. (2015). *Il design nella società estemporanea*. Trento: List.
- Scandurra, E., (2007). *Un paese ci vuole. Ripartire dai luoghi*. Troina (En): Città Aperta Edizioni.
- Zannoni. M. (2018). *Progetto e interazione. Il design degli ecosistemi*. Macerata: Quodlibet.