

Tratto da:
Salvatore Zingale, *Gioco, dialogo, design. Una ricerca semiotica*,
Milano, ATi Editore, 2009; pp. 9-10

Finale

7.

Riassunto e rilancio

Nel dialogare quasi mai si arriva a vere e proprie conclusioni. Ma alla fine di ogni discussione ci sono considerazioni da ricordare e voglie da riprendere; una sorta di coazione a continuare a ragionare, anche se si pensa di avere già detto tutto. Come un ripetere o riprovare alcune giocate a partita già conclusa.

Ecco allora altre battute in ordine sparso, senza precisa disposizione. Sono note di riepilogo o appunti per future occasioni.

Si ha design quando ciò che si progetta si presenta come *risposta a una domanda*, anche quando la domanda non è stata ancora esplicitamente posta.

In tal senso, il design non è propriamente solo una pratica tecnica, un mero *saper fare*, quanto soprattutto un'attività mentale e intellettuale: è un sapere che incontra un fare.

Nel design il *saper fare* è a sua volta mosso da un *voler fare*, o da un *dover fare*. Il sapere e la volontà, va da sé, richiedono poi un *poter fare*. Per questo il design muove sempre da un'intenzione che richiede un metodo.

Il design – la progettualità – ha così sempre inizio da una *spinta* di natura sociale, più che individuale. Da qui il suo destino dialogico.

Questa spinta è l'*obiettivo di senso* del progetto, obiettivo che determina un *effetto di senso* verso qualcuno, attraverso un *prodotto di senso*.

Le relazioni fra *obiettivo* ed *effetto* di senso – attraverso la mediazione di un *prodotto* – sono relazioni politiche: contribuiscono all’edificazione (o alla distruzione) del senso di una comunità. Perché i beni strumentali, gli ambienti di vita e di lavoro, gli artefatti d’ogni genere sono il luogo delle mediazioni fra i soggetti della polis.

Il primo passo del design come processo semiotico è un atto interpretativo sul *sentimento di un’assenza*, ovvero interpretazione dell’inevitabile imperfezione e inadeguatezza del mondo artificiale così come esso è stato socialmente e storicamente prodotto.

L’avvio di un atto progettuale è quindi: accorgersi della *necessità di ciò che manca* nel mondo-ambiente, o dell’*imperfezione di ciò che esiste*. È osservazione. È interpretazione indagativa. Per sfida o per atto di volontà.

Da questa capacità di osservare, indagare e interpretare si sviluppa la *scienza del design*.

Quando questa indagine trova un ostacolo o viene interessata da una mancanza, abbiamo il passaggio dall’*osservazione* al *pensiero*, dall’inerzia all’eccitazione. E quando il pensiero inizia a costruire i modi per la rimozione dell’ostacolo, ovvero a intravedere una *presenza possibile*, ecco entrare in scena l’attività scientifica del design: il disegno che prefigura.

Il design non consiste nel proporre primariamente né *rappresentazioni* (di stati di cose, di idee, sentimenti o processi considerati oggetti di discorso) né *espressioni* (del proprio mondo interiore o delle proprie voglie sul mondo esteriore). Il design chiama sempre dialogicamente in causa un destinatario in quanto giocatore necessario.

Un artefatto è sempre (anche) un *servizio*. Altrimenti il destinatario di un progetto sarebbe sempre e solo un consumatore, e non un utente.

Un artefatto è sempre (anche) un *sistema*, o parte di un sistema, altrimenti non avrebbe vita sociale.

Come negli sport di squadra, il design “detta il passaggio” al suo interlocutore e lo invita a proseguire l’azione. Perché il design pone soggetti e oggetti *in gioco*, più che in scena.

Per queste ragioni, il prodotto di un progetto è solo in superficie riconducibile alla verbalità o ad altri analoghi sistemi di significazione. A differenza di altri organismi semiotici, in un artefatto l’uso è *conseguenza* della forma fisica e non un suo *correlato*.

Un artefatto è infatti un organismo semiotico solo in parte *simbolico* (nel senso di segnicità convenzionale). Perché la semiosi degli oggetti è primariamente *iconica* (forma come qualità, come filiazione analogica da altre forme) e poi *indicale* (relazione, contatto, posizione, ecc.).

All’analisi semantica degli artefatti, la quale mira all’individuazione del significato e al disvelamento dei valori, va allora inevitabilmente aggiunta una visione *pragmatica*: ciò che gli oggetti fanno, ciò che permettono di fare; quali effetti producono, quali conseguenze comportano.

Nella visione pragmatica, un posto centrale è occupato dalla nozione di *compito*: sia il compito affidato all’artefatto, sia il compito che un soggetto-utente svolge attraverso un artefatto.

L’esecuzione del compito richiede un processo di interazione, e quindi, da parte del soggetto-utente, una capacità inferenziale e dialogica: *con* l’artefatto e *sull*’artefatto.

La dialogicità è una predisposizione che l’oggetto-artefatto deve contenere (e di cui è responsabile il suo progetto) attraverso l’insieme delle sue proprietà (forma, colore, materia, dimensione, posizione, ecc.), ovvero attraverso le affordance che è in grado di esibire.

La dialogicità e l'interazione, così come la relazione inferenziale fra artefatto e utente, sono aspetti di cui si fa carico il *lavoro progettuale* (logica progettante) e che poi si attualizza nel *lavoro utente* (logica utente).

L'insieme delle due logiche è parte del *gioco semiotico*.

Il gioco semiotico comporta la strategia virtuosa della scelta, e ogni scelta è un'ipotesi su *ciò che può essere* a partire da *ciò che desideriamo che sia*.

La logica progettante è ciò che Peirce ha chiamato *macroargomento* – e che una semiotica del progetto ha ancora da sviluppare, anche a partire da più di un secolo di teoria e prassi del design.

La logica utente deve tener conto del gioco semiotico che ogni artefatto comporta: il gioco fra gli attanti del processo progettuale, tra le funzioni semiotiche degli artefatti, tra gli *obiettivi di senso* del progettista e gli *effetti di senso* sull'utente, e altro ancora.

Nell'usabilità il macroargomento può essere parzialmente rovesciato: la deduzione è la via *per imparare* o *saper usare*; l'induzione è la via del *provare a* o del *tentare di usare*; l'abduzione è la via dell'*azzardo* o della *reinvenzione d'uso*.

I termini *progetto* e *design* vengono spesso, e a ragione, intesi come l'uno la traduzione dell'altro. Ma una differenza, per certi aspetti, è forse possibile coglierla. Se infatti è vero che tutti “abbiamo progetti”, ovvero idee che si proiettano su una scena futura, non tutti passano dal progetto alla sua realizzazione *attraverso* il design.

Il design è ciò che *dà forma* a ogni idea di progetto: una forma efficiente e comunicabile – pensata *per qualcuno*.

Nel design la domanda sul *come* fare segue immediatamente la domanda sul *perché* fare. E *per chi*, *per quando*, e via di seguito.

Quando nel design il *come* viene separato dal *perché*, o viceversa, la ragione del design rischia di generare mostri.

In altri termini, l'attenzione per l'*obiettivo di senso* e per l'*effetto di senso* è dominante rispetto all'attenzione per il *prodotto di senso*: l'oggetto, artefatto. Ma obiettivo ed effetto di senso dipendono dall'attenzione rivolta al prodotto: il *come* è interpretante del *perché*.

La domanda è se ciò che chiamiamo “usabilità” – la possibilità d'uso d'un artefatto – deriva dal progetto o determina il progetto.

Attraverso la semiotica inferenziale si può a ragione avanzare un'ipotesi: che la progettualità è determinata da un lato dall'interpretazione di una *oggettualità problematica esistente* (la quale chiede al progetto di essere superata), dall'altro dall'interpretazione di una *usabilità possibile* (la quale chiede al progetto di essere esplicitata).

Anche tutto ciò è parte del design come *gioco semiotico*.

Ma nei giochi si vince *oppure* si perde. Ora, chi vince nel gioco del design? La committenza? I progettisti e i tecnici? L'utenza?

Nel gioco del design vincono *tutti*.