

Centro Internazionale di Scienze Semiotiche Umberto Eco

CONVEGNO DI SEMIOTICA

Quando è design
When is Design
Quand c'est du design

a cura di Michela Deni (Université de Nîmes)
e Dario Mangano (Università di Palermo)
Sala Cinema – Via Saffi 15, Urbino
10-11 settembre 2018

La parola design ritorna continuamente nel mondo in cui viviamo. Compare quando si parla di oggetti, ma anche di grafica, web, interfacce, suoni, cibo, giardini e molto altro ancora. Riguarda i prodotti dell'industria, realizzati in serie e ottimizzati rispetto a funzionalità pratiche, così come quelli riprodotti in piccola o piccolissima tiratura, costosi e raffinati, che sembrano guardare a ben altro tipo di valorizzazione, giungendo a includere ambiti come quelli oggi molto rilevanti dell'innovazione e del social design. E così, mentre si traccia *de facto* quella che i critici chiamano la *galassia* del design, la sostanza di questa pratica, insieme alle logiche che la caratterizzano e alla teoria che le dà forma, appaiono sempre più confuse. Da qui la necessità di cambiare la domanda da fare e farsi rispetto al design: non "cosa" ma, parafrasando Nelson Goodman, "quando" è design. Il problema sono insomma le condizioni tanto estrinseche quanto intrinseche a partire dalle quali il design si dà in quanto prodotto a sua volta. Non c'è dubbio infatti che l'attività progettuale è sempre un'attività semiotica, che ha a che fare con il senso più ancora che con gli aspetti tecnici. Si tratta allora di interrogarsi sul modo in cui le diverse anime del design – ma anche i diversi momenti della sua pratica – costruiscono quella coerenza che fa di ogni progetto un testo nel quale "tutto si tiene". Da qui l'esigenza di parlare non solo di "cose" molto diverse fra loro, ma anche dei diversi momenti del processo progettuale e realizzativo, nonché di tutte quelle attività di comunicazione, dalla fotografia al giornalismo, che contribuiscono a fare del design ciò che è, *quando è design*.

The word design frequently returns in the world we live in. It appears when somebody talks about objects, but also about graphics, web, interfaces, sound, food, gardens, and many other things. Design has to do with industrial products, serially fabricated and functionally optimized, but also with those reproduced in small series, refined and expensive, addressing very different kind of valorizations, and includes also fields such as social design and innovation. While the so called "design galaxy" expands its boundaries thus, the substance of such a practice, together with its logic and theories, appears more and more confused. It comes from here the need to change the question to ask ourselves about design: not *what* is design but, paraphrasing Nelson Goodman, *when* it is. The problem, in other words, has to do with the circumstances, both intrinsic and extrinsic, that make of design a product itself. There are no doubts that designing has always been a semiotic

activity, something that has to do with the meaning of an artifact even more than with its technical aspects. The aim of this symposium is to investigate how the coherence that makes of a project *a piece of design* is being constructed. It comes from here then, the need to talk not only about various kinds of things, but also about the different moments of the designing process, as well as of those communication activities, from photography to journalism, that make design is what it is, *when it is*.

Le mot « design » revient fréquemment aujourd'hui : objets design, web design, design graphique, design des interfaces, design sonore, design alimentaire, design des jardins et la liste pourrait continuer. Le design concerne tant les produits du design industriel en série, optimisés et fonctionnels, que d'autres produits uniques chers et raffinés s'affirmant en tant que produits de luxe. Et, en même temps, il s'agit encore de design lorsqu'on évoque l'innovation sociale et le design social s'adressant aux politiques publiques. La « galaxie » du design appelée ainsi par les journalistes et les médias nous apparaît alors comme un ensemble de pratiques très variées. Nous proposons ici de changer de point de vue en évitant le questionnement « qu'est-ce que le design ? » pour s'interroger plutôt, en paraphrasant Nelson Goodman, sur « quand est-ce du design ? ». Le problème est donc d'établir les conditions extrinsèques et les conditions intrinsèques susceptibles de transformer le design lui-même en produit. Le processus d'un projet est en tout cas une activité sémiotique, une activité où le sens prime sur les aspects techniques de ce projet. Ainsi, au-delà des pratiques du design, il s'agit des modalités dans lesquelles ces âmes du design constituent une unité cohérente au moins par le fait que chaque projet devient un texte où « tout se tient ». Voilà pourquoi nous avons l'exigence de réfléchir à la fois sur une multitude de « produits » très différents et, en même temps, sur les processus de conception et de réalisation ainsi que sur toutes les activités de communication, comme la photo ou le journalisme, qui contribuent à définir ce qu'est le design et surtout *quand c'est du design*.