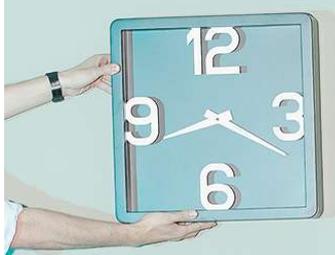


CASA

In Spagna
**L'ARCHITETTURA
LOW COST
DI SELGAS CANO**

Design organico
**PLANTE & FIORI
IN UN INTERNO**



REPORT SUL FUTURO

IN 3 DO- MAN- DE

*CHE FUTURO SARÀ?
DI CHE COSA
AVREMO BISOGNO?
COME LO
PROGETTEREMO?*

a cura di Laura Traldi



Joshua Foer *INIEZIONI DI PASSIONE*

Design e creatività. Perché contano, oggi più di ieri? «Credo siamo agli albori di una trasformazione del nostro essere umani. Sempre di più usiamo la tecnologia come una lente per processare il mondo, e mediare la nostra esperienza con la realtà. Il confine tra noi e i dispositivi che usiamo si va dissolvendo. Gestire questo processo richiede una capacità di ideare carica di umanesimo».

Come si progetta oggi per domani? «Presto saremo pieni di dispositivi che risolveranno problemi che non sapevamo di avere. I benefici saranno chiari, forse i costi che ci troveremo a pagare saranno meno apparenti. Stiamo diventando sempre più dipendenti da network. Per questo è necessario iniettare la passione per la cultura (soprattutto umanistica e filosofica) in chi progetta, perché queste persone si pongano domande su che cos'è, davvero, la qualità della vita. L'efficienza non è sempre un bene, né ogni conflitto va necessariamente evitato».

Il mondo tra 20 anni. «Larry Page e Sergei Brin, fondatori di Google, dicono che il loro obiettivo è di creare un legame interattivo tra il motore di ricerca e il cervello. Penseremo a una domanda e avremo subito una risposta, piazzata nel mezzo della nostra corteccia cerebrale. Dubito che tra 20 anni saremo a quel punto, ma certo ci saremo più vicini di quanto non siamo oggi. Pensare a che cosa significherà una simile evoluzione al momento mi sconvolge».

JOSHUA FOER, giornalista, *Memory Champion Usa* nel 2006 e autore de *L'arte di ricordare tutto* (ed. Il Cammeo, 19,90 euro). Sarà in Italia a gennaio, a Venezia, alla Scuola Librai Umberto e Elisabetta Mauri.

IN 3 DO- MAN- DE

**John
Thackara**
*RICORDIAMOCI
DEI NONNI*



SOGNEREMO DI PIÙ **Paula Dib**

Design e creatività. Perché contano, oggi più di ieri? «Per come il mondo si sta allargando, c'è un'impellente necessità di interiorizzare i punti di vista altrui, al di là della dilagante superficialità. Come ha detto l'ex ministro della Cultura brasiliano, Gilberto Gil: "La sfida non è una maggiore tolleranza o accettazione ma la capacità di condividere e coesistere". In una società che mira a questi valori, il buon progettare, per il suo innato guardare oltre, sarà fondamentale».

Come si progetta oggi per domani? «Ci sono già tante iniziative che usano il design per pensare alla trasformazione, ben oltre la realizzazione di oggetti. I semi li abbiamo piantati, adesso vanno curati e fatti crescere».

Il mondo tra 20 anni. «Una nuova generazione crescerà credendo nell'apertura verso l'altro, nello scambio paritario, nell'accettazione della natura pluralistica della società. Per questi giovani "globalizzazione" significherà risolvere i problemi di tutti. Sto sognando? Se è così, non svegliatemi».

PAULA DIB, designer e fondatrice di Trans.forma Design, uno studio che lavora a stretto contatto con le comunità rurali brasiliane.



Design e creatività. Perché contano, oggi più di ieri?

«Contano solo quando affrontano le problematiche con serietà. Una di queste è l'emergenza cibo. Quante immagini di orti photoshoppati sui grattacieli abbiamo visto? Ci siamo divertiti, ma è ora di pensare sul serio allo sviluppo di piattaforme distributive che migliorino il rapporto (anche economico) tra chi produce e chi consuma».

Come si progetta oggi per domani? «Guardando al design come a un'azione continua. Progettando sistemi, più che oggetti, piattaforme aperte che si evolvano nel tempo. Basta con i progetti meravigliosi ma isolati».

Il mondo tra 20 anni. «Penso al futuro guardando al passato. Un esempio? Davanti alla domanda: "Come ci prenderemo cura dei nostri anziani", c'è chi propone case ipertecnologiche. Ma un tempo occuparsi dei bambini e dei vecchi era un compito da condividere tra i membri della famiglia. E tutto funzionava. Credo che dovremmo recuperare certe tradizioni e attualizzarle, più che inventare nuove, inumane soluzioni».

JOHN THACKARA, maître à penser di tutta una generazione di designer e creativi, è il fondatore della conferenza tematica annuale *Doors of Perception* e, da qualche mese, della scuola open source *Xskool*. doorsofperception.com

Un momento dello scambio culturale tra gli studenti di una scuola nella periferia di Londra e studenti extra-europei, organizzato da Paula Dib. La designer è stata ospite d'onore alla conferenza internazionale *What Design Can Do* ad Amsterdam lo scorso maggio.



**NESSUNO SPAZIO
PER IL SUPERFLUO**
Maria Popova

Design e creatività. Perché contano, oggi più di ieri? «Le collaborazioni creative e l'artigianato d'autore stanno cambiando l'orizzonte di chi produce: già si parla di design open-source e di condivisione di costi e guadagni tra creatori, fruitori e aziende».

Come si progetta oggi per domani? «Il concetto alla base del design thinking - progettare sistemi e non prodotti - è sempre più rilevante. Guardo con speranza alla multi-disciplinarietà: penso a nuove realtà come la *biomimicry* che unendo ingegneria, biologia e design, sviluppa soluzioni sostenibili e socialmente utili, che imitano la natura e i suoi processi».

Il mondo tra 20 anni. «Credo nell'ingegno umano e nella generosità di tanti. Ma avere tutti di più con meno risorse è impossibile. Il design si focalizzerà sull'efficienza e si progetteranno soluzioni per migliorare la qualità della vita. Non ci sarà spazio per il superfluo».

MARIA POPOVA è giornalista, fondatrice e editor in chief del blog cult *BrainPickings.org*. Scrive anche per *Wired UK*, *The Atlantic* e *Design Observer*. È docente al MIT di Boston.

Un oggetto tradizionalmente percepito come maschile, lo pneumatico, interpretato in chiave femminile da Wim Delvoye, *Untitled (Tyre)*, 2009. Courtesy Galerie Perrotin.

**Andrea
Vitullo**
**SARÀ
DONNA**



Design e creatività. Perché contano, oggi più di ieri? «Credo che la creatività aiuti a trasformare ciò che è più vicino, che abita dentro e fuori di noi. I progetti più visibili si nutrono di piccoli e continui gesti creativi: l'ascolto del corpo, l'osservazione del respiro, l'attenzione che doniamo agli altri, l'immersione nella natura, nell'arte, nel silenzio».

Quali semi daranno frutti creativi domani? «Il praticare percorsi di ricerca e ascolto della propria vocazione per entrare in sintonia con le nostre qualità uniche. Scoprire la via di accesso nel mondo per un nostro talento è energizzante ed è un progetto creativo che non muore mai».

Il mondo tra 20 anni. «Lo vedo in ascolto dell'autorità ed esperienza femminile. Anche per superare i conflitti che affaticano l'esistenza: le separazioni tra corpo e spirito, vita e lavoro, forza e fragilità, maschile e femminile, pubblico e privato».

ANDREA VITULLO, coach manageriale, fondatore di *Inspire*, un think tank dedicato a innovazione e trasformazione, oltre che autore di *Leadershit* (ed. Ponte alle Grazie, euro 12).





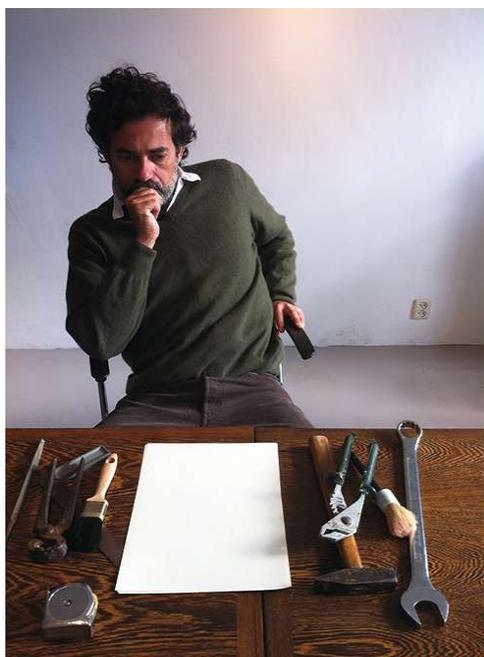
Giorgio Palmiera PIÙ REALTÀ

Design e creatività. Perché contano, oggi più di ieri? «Nel mondo globalizzato dobbiamo valorizzare le differenze, abbattendo diffidenze e pregiudizi. Da 15 anni faccio sperimentare a bambini e giovani che vivono in zone problematiche (e che tendono a immedesimarsi negli stereotipi degli osservatori) con arte e fotografia. Vedo che questo dà loro uno strumento per raccontare le proprie esistenze e recuperare identità culturali».

Come si progetta oggi per domani? «Penso anche ricucendo lo scollamento tra virtuale e reale. Dobbiamo reimparare a sentire con i sensi; ritrovare un carattere che ci distingua; non accontentarci di appartenere a un gruppo (come nei social network) ma diventare parte della sua evoluzione».

Il mondo tra 20 anni. «Lo vorrei giovane e coraggioso. Per l'Italia, mi auguro che i baroni della cultura e della politica inizino a favorire uno scambio vero con le nuove generazioni, sostenendo e nutrendo il potenziale pazzesco dei giovani, dando fiducia e risorse alla loro energia perché renda la nostra società creativa e vitale».

GIORGIO PALMIERA è il fondatore di Fotografi Senza Frontiere. I suoi laboratori nella Striscia di Gaza sono parte di una mostra itinerante, accompagnata da un omaggio di Andrea Camilleri. fotografisenzafrotiere.org



In alto. Uno scatto realizzato durante i laboratori creativi di Fotografi Senza Frontiere nella Striscia di Gaza.

Lorenzo De Rita MANI CHE LAVORANO

Design e creatività. Perché contano, oggi più di ieri? «Un'idea non è mai bella fino a quando non è espressa, provata, realizzata. E per farlo bisogna partire dalla base, cioè dalla materia. Sono convinto che le nuove invenzioni nasceranno dall'uso del silicio, del litio, dei tessuti fotoluminescenti, delle nanopolveri, delle microalghe. Il futuro si progetterà negli ambiti chimici, biologici, mineralogici».

Quali semi daranno frutti creativi domani?

«Se è vero che la creatività passa sempre dall'utilizzo di un materiale, per farla germogliare bisogna partire impiantando il seme della manualità. Vivendo in questi tempi robotici, elettronici e digitali, abbiamo disimparato la sapienza delle mani. Invece manipolando oggetti e materiali s'impara la natura dei meccanismi, si ragiona su come risolvere i problemi, si capisce come e dove migliorare, si è costretti a progettare. È con le mani che si plasma la propria forma mentis, anche nell'era digitale».

Il mondo tra 20 anni. «Leggete come, nel suo *Bouvard et Pécuchet*, Flaubert s'immaginò il futuro di Parigi. Non potrei dare una risposta più bella e materica della sua! Leggere per credere».

LORENZO DE RITA direttore del think tank *The Soon Institute* (Amsterdam) e co-fondatore della fondazione no profit *Jointhepipe.org* per la distribuzione equa dell'acqua potabile nel mondo.



Doodle per Google, l'Italia tra 150 anni: uno dei disegni (dell'Istituto Comprensivo G. Cardelli) che ha partecipato al concorso studentesco targato Google.

Stefano Maruzzi
CULTURA SINCERA



Cameron Sinclair *GIÙ DAL PIEDISTALLO*

Design e creatività. Perché contano, oggi più di ieri? «La produzione industriale richiede un'enorme iniezione di creatività. Ma a livello locale. In troppi paesi si è dimenticata l'arte del saper fare, necessaria per competere globalmente. Con l'outsourcing della produzione si è perso anche il controllo sulla qualità, e l'unica via è reinventare la manualità».

Quali semi daranno frutti creativi domani? «I designer dovrebbero scendere dal piedistallo: più esclusivi sono, meno peso avranno sulla società. Il sistema educativo dovrebbe insegnare un approccio creativo, imprenditoriale e sociale a ogni bambino. E i governi, spendere in innovazione piuttosto che nel salvataggio di grandi realtà che spesso sono superate».

Il mondo tra 20 anni. «Sono ottimista. Non penso ci estingueremo se capiremo che il futuro va progettato: pensando a come vivere con meno risorse a come trasformare quelli che consideriamo problemi, come le migrazioni umane, in opportunità».

CAMERON SINCLAIR, co-fondatore e CEO (Chief Eternal Optimist) di Architecture for Humanity, organizzazione no-profit che sviluppa soluzioni progettuali durante le catastrofi umanitarie.



Design e creatività. Perché contano, oggi più di ieri?

«Perché design e ergonomia sono i veri propulsori: l'innovazione tecnologica di per sé non è sufficiente per conquistare le menti e i cuori della gente. E sono tanto più fondamentali perché non solo definiscono la sostenibilità commerciale di ogni soluzione, ma aiutano nella definizione di nuovi comportamenti per i singoli e la collettività».

Quali semi daranno frutti creativi domani? «Ricorrerei alla definizione di "educazione sensata": serve concentrarsi su tematiche fondamentali in un mondo globale. La chiave di tutto è l'intensità: non basta, per esempio, sapere più lingue. Serve essere multi-culturali, non solo nei linguaggi, anche nella mentalità».

Il mondo tra 20 anni. «Attività prive di valore aggiunto e non particolarmente gratificanti (come parcheggiare un'auto) saranno affidate alle macchine. Ma vivremo tutti meglio solo se si investirà nell'educazione civica ed ecologica, sviluppando nelle nuove generazioni un'attenzione maniacale all'ambiente».

STEFANO MARUZZI è Country Director di Google Italia, esperto di tecnologie digitali e blogger.