

| Design & Humanities |

| Giornata di studio intorno al ruolo delle discipline del progetto e delle discipline umanistiche nella didattica |

| Design e racconto: per un'epistemologia della visione.

| *Pratiche del progetto e una proposta didattica per il design della comunicazione tra immaginario e scenario, scrittura e traduzione, memoria e conoscenza* | **Francesca Piredda**

Il design si trova ad operare in sistemi complessi e nei settori più disparati, che richiedono aperture multidisciplinari e multiculturali. È necessario, dunque, formare profili nuovi e sperimentali rispetto a settori emergenti, capaci di gestire competenze teoriche e tecniche in modo sistemico.

Argomentando e assumendo la definizione di designer come un "Prometeo cauto" (Latour, 2008), capace di portare la luce agli uomini rispettando le relazioni e la complessità del sistema, proporremo una mitopoiesi per il design, ovvero l'opportunità e l'urgenza di intendere le pratiche del progetto come racconto, generazione di storie e "cosmogrammi", ovvero immaginazione e visualizzazione della complessità e della natura contraddittoria della nostra relazione con il mondo. L'arte di raccontare storie è l'essenza dell'umanità: oralità e visualizzazione da sempre costituiscono un importante strumento di rappresentazione e condivisione dei valori sociali. Ora che lo storytelling ha assunto una connotazione specifica perchè trasformato dall'industria dei media in uno strumento di promozione e persuasione tipico del marketing, del management e della propaganda (Salmon, 2008), è utile sia recuperare il legame con gli strumenti provenienti dalla sociologia visuale, sia rintracciare nella visualizzazione, nella messa in scena e messa in quadro audiovisive quelle tecniche e retoriche che permettono di produrre visioni, simulare e approssimare dispositivi per la comunicazione sociale.

Attribuendo al design della comunicazione un ruolo fondamentale in questo senso, vengono identificate delle coppie di parole chiave per la generazione di storie: immaginario e scenario, scrittura e traduzione, memoria e conoscenza rappresentano il territorio entro il quale operare, nel quale si inscrivono sia i tradizionali strumenti di design sia i nuovi orizzonti culturali del progetto.

In base ad esperienze personali condotte in ambito didattico presso la nostra Facoltà del Design, verrà dunque presentato un percorso formativo per il laboratorio di design della comunicazione (Laurea Magistrale) fondato su tale sistema di parole chiave. Verranno evidenziati da una parte il processo collaborativo tipico della comunicazione audiovisiva e l'utilità del contributo dei professionisti, dall'altra il dialogo fondamentale con la ricerca, dove il rapporto tra design e humanities (in particolare Cultural Studies e sociologia visuale) e tra designer e stakeholders viene costruito e strutturato, mettendo a sistema strumenti e pratiche già disponibili in una possibile ridefinizione dell'"action-oriented design" (Frascara, 2002) nel senso della partecipazione.

Nell'attuale contesto di accessibilità degli strumenti, la sfida del design è infatti rappresentata dall'emancipazione della creatività diffusa verso un'epistemologia della visione, ovvero una pratica del racconto inteso come "visione" (sperimentare linguaggi e mostrare in modo visionario le relazioni fra gli elementi del sistema) e "condivisione" (progettare per favorire la conversazione sociale).