

Serena Grattagliano

IL DESIGN AI TEMPI DEL CORONAVIRUS

Leggendo l'articolo di Andrea Cancellato e Stefano Micelli mi è subito balzato in mente quanto sia importante oggi il ruolo del design e dei designer per fronteggiare questa crisi finanziaria e sociale causata dal Coronavirus. Mai come ora il frutto del lavoro dei miei colleghi è diventato estremamente importante per la società (vedasi mascherine stampate in 3D, valvole per respiratori, maniglie a prova di contagio...).

Proprio questo ritorno al guardare al sociale, ai suoi problemi e bisogni, sta facendo rivalutare la figura dell'uomo, non come semplice e freddo utente per cui progettare, ma come essere umano, dotato di sogni, desideri e speranze. Non serve più una progettazione scarna e forsennata per rendere emozionante ed esteticamente affascinante a tutti i costi un prodotto o un servizio: ora il nostro compito di designer è lottare contro la morte. I minuti contati delle persone che oggi sono ricoverate sono la nostra priorità, la nostra nuova "deadline". L'obiettivo di domani, quando si ritornerà alla normalità, sarà cercare di ricostruire una nuova umanità, basata sull'etica e sull'estetica, in sintesi sul rispetto reciproco e per quello del pianeta in cui viviamo, che tra l'altro abbiamo visto iniziare a riprendersi dopo il nostro arresto forzato.

Credo fermamente che rimettendo al centro l'uomo e la sua etica si possa generare quello che viene definito *good design*. A tal proposito, in qualità di designer, ho pensato di dare anche io il mio contributo all'umanità, inserendo all'interno del catalogo di Politesi (l'archivio online del Politecnico di Milano) la mia tesi di laurea specialistica, intitolata *Dal Design all'Antropodesign* (relatore il prof. Francesco Schianchi): un vademecum, un invito, una sollecitazione affinché il designer del futuro possa porsi l'obiettivo di realizzare prodotti o servizi che siano belli, utili, etici per soddisfare le reali esigenze, desideri ed emozioni delle persone e non solamente essere una interpretazione delle trasformazioni dei mercati.

Per citare l'articolo di Cancellato e Micelli "siamo chiamati a rilanciare, in tempi brevi, un'economia di pace basata su relazioni e dialoghi che sono all'origine del successo del Made in Italy nel mondo. [...] Si avverte l'esigenza di interpretare i problemi delle persone che ci stanno vicino (in molti casi le loro sofferenze) identificando soluzioni praticabili, partecipando in modo attivo alla riorganizzazione, tutt'altro che facile, del nostro sistema di produzione. è importante rimettersi all'ascolto, proponendo idee e progetti che contribuiscano a rinsaldare legami e fiducia all'interno del Paese così come a livello internazionale".

Detto ciò, fermiamoci, sì, ma fermiamoci a (ri)ascoltare.