

Composizione musicale
ad un solo movimento
di carattere molto **libero**
e variegato.

Riunione di passi
o di pensieri
di **vari autori**.

Risultato della
giustapposizione
di più **frammenti**.

RAPSODIA.

L'importanza della sperimentazione all'interno del processo creativo

Regolamento

La sperimentazione
deve essere **libera**
da pregiudizi, dalla paura
del fallimento e
da preconcetti culturali.

La sperimentazione
deve durare nel **tempo**.

La sperimentazione deve
essere dettata da **limiti**
stabiliti in precedenza.

La sperimentazione
non deve partire
da alcuna aspettativa.
Non c'è un **obiettivo**
specifico, solo un campo
di attuazione
delle sperimentazioni.

Non deve comprendere
in nessuna fase
un confronto
con i **social media**.

Relatori:
Tomatis Davide
Eucalipto Davide

Candidati:
Covini Maria Chiara
Dindelli Francesca

Abstract

Durante il processo creativo, il momento del **gioco libero e senza giudizi** è da sempre fondamentale. Questo momento, chiamato nel mondo del design grafico **“fase di sperimentazione”**, è sempre stato un tassello chiave per raggiungere livelli di creatività più profondi grazie ai quali i **progetti** e le risposte ai brief possono restare dinamici, **innovativi** e sorprendenti. Nella nostra epoca digitale, la fase di **ispirazione** viene sempre più influenzata dai **social media**, uno strumento efficace e immediato che velocizza il processo creativo e ci porta a **soluzioni già provate** e approvate da terzi. Proprio a causa di questa facilitazione, la fase di sperimentazione si sta mano a mano perdendo, vista come poco utile e dispendiosa di tempo ed energie.

Le conseguenze sul mondo del design grafico non sono tuttavia invisibili.

In questo panorama, il nostro progetto di tesi vuole sostenere l'**importanza delle sperimentazioni all'interno del processo creativo** tramite testimonianze storiche, attuali e multidisciplinari grazie alle quali abbiamo potuto comprendere a fondo il significato della parola “sperimentazioni”, le sue applicazioni pratiche e le regole che la rendono istruttiva e utile. A ulteriore supporto delle nostre ricerche, per testare l'effettiva funzionalità di questa fase, abbiamo voluto metterci alla prova tramite un periodo di **30 giorni** in cui, quotidianamente, abbiamo **sperimentato** secondo alcuni **limiti** imposti da noi stessi in precedenza: ogni giorno, da una fotografia, **senza il supporto dei social media** e con tecniche prettamente **analogiche**, abbiamo ricercato la parola **“Rapsodia”**.

Lungo questo periodo il nostro approccio al lettering e alle fotografie da cui lo dovevamo ricavare è cambiato: il nostro sguardo si è sviluppato e abbiamo svolto uno **sforzo creativo** tale per cui siamo riusciti a sorpassare i livelli più ovvi di pensiero ed esplorare **soluzioni alternative**.

Pensiamo che questo processo sia altamente **formativo** soprattutto in un ambito educativo come quello universitario in cui crediamo che dovrebbe essere stimolato e incoraggiato.

Vorremmo allora portare la nostra testimonianza agli studenti e incoraggiarli a mettersi alla prova, uscire dalla loro comfort zone e non affidarsi ai social come fonte di ispirazione principale, una certezza che abbiamo verificato tramite alcuni sondaggi distribuiti agli studenti di Design del Politecnico di Torino.

ENCINO

r
a
p
s
o
d
i
a

/ Introduzione **01**

/ Ricerca **03**

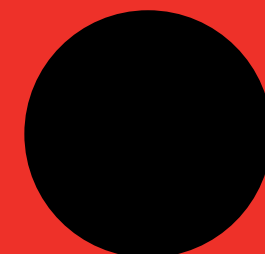
01. Il gioco nella storia	04
02. Giocare nel mondo del design	12
03. L'importanza delle regole	27
04. Sperimentazione nella storia del design	40
05. Innovazione	52
06. Ispirazione	57

/ Progetto **72**

01. Approccio progettuale	73
02. Casi studio	77
03. Target	92
04. Concept	98
05. Rapsodia	104

/ Conclusioni **259**

/ Bibliografia **263**



/Introduzione

Questa tesi nasce dalla volontà di sperimentare. Per i 3 anni di studio di design per la comunicazione che abbiamo affrontato non è mai stato necessario farlo e vorremmo quindi chiudere questo nostro percorso formativo provando qualcosa in cui non ci siamo mai imbattuti, e che potrebbe essere altrettanto utile come trampolino di lancio per aprire le nostre menti ad affrontare qualcosa di nuovo. Siamo infatti convinti che in ogni campo la sperimentazione sia utile, e per questo crediamo che lo sia anche nel design grafico.

Vorremmo momentaneamente staccarci dall'influenza dei trend e dei social media, ma soprattutto allontanarci momentaneamente dal computer, che è stato per noi valido compagno, ma dal quale sentiamo la necessità di separarci per provare ad esplorare nuove strade e idee che non sono dettate dai comandi di Illustrator e di Photoshop. Provare a fare affidamento solo su noi stessi, sulla nostra mente e sulla nostra fantasia, sulla nostra esperienza pregressa e sulle nostre mani per sondare ogni strada per noi possibile.

Sperimentare vuol dire, in lingua italiana moderna, secondo il vocabolario della Fondazione ed Istituto Treccani, "applicare, usare, mettere alla prova qualche cosa per accertarne e verificarne le capacità funzionali, la validità, l'efficacia, il rendimento", "genericamente tentare", "cimentarsi in un'impresa, sottoporsi a una prova", "procedere secondo il metodo scientifico" [1].

Durante questa tesi, ciò che vogliamo fare è quindi analizzare il concetto di sperimentazione, alla ricerca di una definizione che possa essere più specifica per il campo del design per la comunicazione, e che sia dettata dallo studio di ciò che hanno già analizzato i professionisti, anche attraverso interviste condotte da noi, e dalla nostra esperienza.

Inoltre, vorremmo farci guidare da chi se n'è già occupato perché sia un'esperienza il più formativa possibile.

Ciò che vorremmo arrivare a dimostrare è l'utilità della sperimentazione provandola su noi stessi per un determinato lasso di tempo, cercando di capire quali sono i trucchi e i metodi per renderla funzionale ed istruttiva.

/Ricerca

1. Il gioco nella storia

L'importanza del gioco

Per comprendere a fondo l'importanza della sperimentazione all'interno del processo creativo, è innanzitutto necessario spiegare l'importanza del gioco a livello culturale, psicologico e neuroscientifico, il suo ruolo nello sviluppo della creatività ed infine nel mondo del design. Solo dopo questo breve excursus sarà chiaro il dualismo tra gioco e sperimentazione, un legame stretto e fondamentale che aiuterà a comprendere l'effettiva importanza di questi elementi in un metodo progettuale.

Il gioco ha da sempre plasmato la cultura e la società umana. Lo storico e linguista olandese **Johan Huizinga**, nella sua opera fondamentale **Homo Ludens** studia il ruolo dell'elemento ludico nella cultura. Il termine Homo Ludens si traduce in "Uomo che gioca" o "Uomo giocatore" e ha lo scopo di definire il gioco come essenza stessa dell'uomo. Secondo Huizinga, ogni azione e fenomeno culturale umano può essere ricondotto a questa attività. Il gioco non è solo un'attività ricreativa, ma un aspetto cruciale della vita e della cultura umana, profondamente **intrecciato con la creatività, l'interazione sociale e la formazione** di norme culturali. Lo storico afferma che il gioco nasce prima della civiltà, quindi della convivenza tra gli uomini, ma nonostante questo ne forma la sua base, a partire dal linguaggio, aspetto fondante di ogni civiltà [2].

Stuart Brown, psichiatra e ricercatore sul tema del gioco, durante un Ted Talk, nel 2008, riprende la teoria di Huizinga, sostenendo che il cervello ha bisogno di una mano e la mano ha bisogno di un cervello: il gioco è lo strumento tramite il quale sono legati nel migliore dei modi. Brown dimostra quindi come il gioco sia necessario per tutte le specie animali, specialmente nell'essere umano in cui poi si conserva maggiormente in quanto neotenico, e garantisce quindi il successo della nostra specie.

Essendo la creatura più giovanile, più flessibile e più plastica, siamo anche la più creativa. S. Brown porta a sostegno della sua tesi lo studio del neurologo **Frank Wilson** e del meccanico **Nate Johnson**, condotto sugli studenti di un liceo di Long Beach: gli studiosi osservano come i ragazzi che durante la loro crescita non hanno avuto la possibilità di giocare e usare le mani, riscontrano poi difficoltà nella risoluzione di problemi [3]. Sulla base di questi studi, Stuart Brown ha fondato un corso alla Design School di Stanford chiamato "From Play To Innovation" ("dal gioco all'innovazione"), in cui viene insegnata l'importanza del gioco per gli esseri umani ed il suo impatto sullo sviluppo del pensiero creativo. L'obiettivo è quello di applicare con il design thinking questi principi e ricercare così l'innovazione.

Nel 1999 **Mihaly Csikszentmihalyi**, psicologo ungherese, teorizzò il concetto di "Flow" ("flusso"), ovvero quello stato dell'essere che si manifesta quando siamo totalmente immersi in un lavoro o in un compito ed è caratterizzato da uno stato di massima concentrazione, attenzione elevata, assenza di stanchezza e alterazione totale del senso del tempo quando siamo totalmente immersi in un lavoro o in un compito. Secondo Csikszentmihalyi, il gioco è ciò che stimola particolarmente questo stato. Il fenomeno del flusso viene individuato specialmente negli artisti: li aiuta ad **aumentare le proprie capacità creative, la produttività e la felicità**, così come a promuovere **l'elasticità della mente e facilitare un approccio agile nell'affrontare i problemi**. Il flusso agevola inoltre la sperimentazione libera poiché induce in uno stato che ci permette di allontanarci dai nostri preconcetti culturali, sociali e politici [4].

Per spiegare il dualismo tra sperimentazioni e gioco, è interessante analizzare gli studi di **Keith Sawyer**, psicologo e professore presso l'Università della Carolina del Nord che ha dedicato i suoi studi e le sue ricerche al **concetto di creatività**: riconosce la romanticizzazione che orbita intorno al mondo creativo, la visione di questo come di un qualche fenomeno magico, esclusivo ed innato solo per alcuni fortunati. La verità, spiega Sawyer, è che tutti noi abbiamo il potenziale per essere creativi, **dobbiamo solo imparare ad attingere a questo potenziale**. A questo proposito scrive "Zig Zag, the surprising path to greater creativity".

Nel libro espone quelli che sono gli step fondamentali per una maggiore creatività.

Step che, una volta padroneggiati, permettono a chiunque di sfruttare al meglio il pensiero creativo in modo flessibile, versatile ed illimitato.

Il processo creativo è spesso studiato e analizzato come un processo lineare: prima si individua l'esigenza o l'opportunità, poi si raccolgono informazioni, si generano possibili idee e soluzioni, si seleziona una delle idee e si mette in pratica la migliore, ovvero il progetto finale. Ma la psicologia e le neuroscienze dimostrano che è un fenomeno allo stesso tempo molto più complesso e molto meno rigido. Le otto fasi di Sawyer, tecniche collaudate basate su solide ricerche scientifiche sulla creatività e sul cervello, lavorano insieme per generare un'idea creativa di successo.

Ogni fase alimenta le altre sette.

Chiedere: La creatività inizia con una domanda di ricerca, una visione sorprendente per una nuova opera d'arte, una sfida commerciale urgente, un problema nella vita personale. Padroneggiare questa fase significa essere sempre alla ricerca di buoni problemi, sempre alla ricerca di nuova ispirazione. Sapere dove si sta andando, eppure essere ricettivi alle domande che emergono inaspettatamente. Le domande giuste portano a risposte originali.

Imparare: in una vita creativa, si impara costantemente, si fa pratica, si padroneggia, si diventa esperti. Si cerca la conoscenza non solo nelle aule formali, ma anche da mentori, esperti, libri, riviste, film, siti web, natura, musica, arte, filosofia e scienza. Tutto ciò che ci circonda alimenta e costruisce il nostro pensiero creativo.

Guardare: è necessario essere costantemente, silenziosamente consapevoli. Non guardare solo ciò che ci si aspetta di vedere ma cercare e osservare invece il nuovo, l'insolito, il sorprendente e ciò che gli altri danno, erroneamente, per scontato.

Giocare: la vita creativa è piena di gioco, il tipo di attività non strutturata che i bambini intraprendono per la pura gioia di farlo, liberi da giudizi e inibizioni. Si libera la mente e si lasciano libere l'immaginazione e la fantasia, lasciando che l'inconscio ci conduca in territori inesplorati. Si immagina come potrebbero essere le cose e si creano mondi alternativi nella propria mente.

Pensare: la mente creativa genera instancabilmente possibilità. Non si ferma perché si rende conto che la maggior parte di queste idee non si riveleranno valide, almeno non per il progetto in corso. Ma la creatività di successo è un gioco di numeri: quando si hanno tonnellate di idee, alcune di esse saranno sicuramente ottime.

Fusione: la creatività di successo non nasce mai da una sola idea. Nasce sempre, anche quando ne siamo inconsapevoli, da molte idee combinate tra loro. Per arrivare a una buona idea di progetto non serve incasellare e studiare le idee separatamente, ma piuttosto fonderle tra loro.

Scegliere: la vita creativa è vissuta in equilibrio, tenuta ferma dalla costante tensione tra la generazione acritica e aperta di idee e l'esame critico e razionale, volto poi al perfezionamento e alla fase di editing. La scelta è essenziale, perché non tutte le idee e le combinazioni sono ideali per lo scopo finale seppure ognuna di esse è necessaria ad arrivare alla risposta.

Fare: è importante esternare sempre i pensieri, anche e soprattutto quelli non rifiniti. Anche le idee grezze e abbozzate devono essere portate nel mondo in una qualche forma fisica, il più rapidamente possibile [5].

È importante esternare
sempre le idee.
Anche le più grezze
devono raggiungere
una qualche forma
fisica, il più rapidamente
possibile

Alcune di queste fasi rendono già lampante lo stretto legame che si può trovare tra la sperimentazione ed il gioco, ma ancora di più si inizia a scorgere il ruolo della sperimentazione nel processo creativo.

Sperimentare significa fare: mettere in pratica il più possibile ogni idea, anche le più embrionali, scoprire ed esplorare fino in fondo per raggiungere una maggiore consapevolezza delle possibilità a nostra disposizione.

Sperimentare, vuole dire anche imparare: imparare in modo informale, toccare realmente con mano e alimentare così un repertorio personale e progettuale da cui scegliere, selezionare ed infine fondere.

Sperimentare può essere anche sinonimo di pensare: pensare attivamente, superare i propri limiti e spingersi ad una ricerca costante dell'idea, nell'innovazione, dell'inaspettato.

Sperimentare è guardare: cercare l'inaspettato in ogni strumento e accoglierlo come nuova esperienza, non dare mai per scontato niente e cercare invece proprio quel qualcosa laddove gli altri non riescono a vedere.

Ma, soprattutto, sperimentare è giocare.

Giocare con i materiali e con le tecniche più disparate, giocare con l'estetica e con il concept, con le idee e con la propria comfort zone.

/Ricerca *2. Giocare nel mondo del design*

Come abbiamo evinto dalle ricerche esposte, l'utilità del gioco non è mai trascurabile, anzi è una pratica da perseguire in diverse fasi della vita non solo legata all'infanzia.

Come spiega Sawyer, il gioco è una fase fondamentale del processo creativo.

Nel design nello specifico, l'importanza del gioco diventa lampante e fondamentale ed è spesso sostituito o evoluto nel concetto di "sperimentare".

Sono molti i designer e i creativi di professione che studiano lo stretto legame tra elementi ludici, innovazione ed apprendimento nel mondo del design: nel 2013, a Kolding, in Danimarca, viene organizzato un evento sull'importanza del gioco nel design dalla Kolding School of Design e D2i - Design to innovation in collaborazione con il LEGO Group.

L'International DesignCamp "Play to Design / Design to Play" raduna quindi esperti internazionali, studenti di design selezionati, aziende e designer professionisti, per esplorare il gioco nel contesto del design al fine di indagare e sviluppare metodi di progettazione per integrare il gioco nelle aziende, processi, prodotti e servizi.

Durante questo meeting, la ricercatrice dell'Università di Aalborg, **Ann Charlotte Thorsted**, analizza la dicotomia tra gioco come potere creativo e come fenomeno fondamentale della vita umana. Thorsted spiega come il gioco riguarda **l'apprendimento e lo sviluppo umano**: la maggior parte delle persone percepisce il gioco come un'attività divertente, movimentata, fantasiosa e gioiosa che aiuta i bambini a svilupparsi e a crescere come membro prezioso della società, in grado di interagire e interfacciarsi con ciò che lo circonda.

Design to Play

Camp Summary

20
INTER
NATIONAL
DESIGN
CAMP
13

Ma il gioco non è solo questo: è anche essere presenti nella vita, viverla, esplorarla e gioirne. Nello specifico nel design, il gioco svolge un ruolo importante: è un potere creativo, uno **strumento per progettare**, diventa un catalizzatore per il nostro mondo funzionale e rappresenta quindi un vero e proprio **trampolino di lancio per l'inventiva e la creazione di soluzioni originali e, quindi, innovative.**

D'altronde, come precedentemente appurato, il gioco è un'attività universale che coinvolge persone di ogni età, sesso e cultura; per questo motivo diventa importante parlare non solo di gioco nel design ma anche di design nel gioco: ecco dove nasce la dicotomia stretta e indissolubile studiata da Thorsed.

Il gioco ci aiuta a sperimentare la nostra creatività e a raggiungere un livello profondo di consapevolezza: rappresenta un legame profondo tra ciò che siamo (design to play) e ciò che facciamo (play to design).

“Oggi, ciò che è nuovo è il ruolo che ci si propone di svolgere e il grado di libertà che si osa concedere come fenomeno di vita all'interno di un contesto professionale come un'organizzazione.”
Ann Charlotte Thorsted

Nello stesso evento, **Marieke Amalie Bülow**, designer che lavora nel team D2i – progettare per innovare, specializzata in aziende didattiche, spiega come applicare metodi ed elementi di progettazione di gioco a sostegno della propria strategia, sostiene la tesi di Thorsed.

Bülow afferma che la **capacità di stare al gioco** non è un talento speciale, ma una qualità fondamentale di tutte le persone. Una abilità che possiamo sviluppare e perfezionare. Tuttavia, il designer è consapevole dell'importanza di mantenere questa capacità per il **significato vitale** che ha quando ci accingiamo a creare nuove soluzioni - quando ci mettiamo **a progettare**. Uno degli strumenti utilizzati per generare nuove idee e soluzioni è l'ideazione. Pertanto, la definizione della giusta cornice è particolarmente importante quando si applica questo strumento specifico.

L'ideazione funziona meglio quando le idee nascono attraverso il gioco. Risulta quindi necessario aggiungere elementi di gioco per **“costringere” la mente razionale ad aprirsi e ad abbracciare le possibilità**, piuttosto che erigere barriere in difesa di ciò che già esiste [6].

*Giocare nel mondo
del design -
le caratteristiche del gioco*

A partire dal concetto e dallo studio della pratica del gioco, diversi designer si occupano di definire i fattori essenziali e imprescindibili al fine di esercitare questa pratica nel più fruttuoso dei modi: uno di questi è **Tim Brown**, designer e presidente di IDEO, partecipa alla serie di **Ted Talk** sul gioco Serious Play, tenuta nel 2008, in cui viene analizzato il tema del gioco in diversi campi, tra cui il design. Durante la sua conferenza, T. Brown sostiene l'importanza del gioco per la specie umana, nei bambini come negli adulti, unendo il concetto di gioco al processo di progettazione tipicamente utilizzato dai designer. Il designer spiega come il processo di design thinking, ovvero quel processo non lineare e iterativo che i team utilizzano per comprendere gli utenti, sfidare le ipotesi, ridefinire i problemi e creare soluzioni innovative da prototipare e testare; e la pratica del gioco seguano in realtà le stesse linee guida fondamentali per la riuscita di un progetto. Il primo importante concetto è la necessità di **eliminare ogni tipo di freno inibitorio**, come l'imbarazzo di mostrare le proprie idee o la paura del giudizio dei propri pari. Questo è infatti il principale motivo per cui i bambini tendono e riescono a giocare e a sperimentare maggiormente rispetto agli adulti già dall'età adolescenziale.

“Un aneddoto che tutti i genitori conoscono bene è quello per cui la mattina di Natale i nostri figli si trovano a giocare con le scatole dei giocattoli molto più di quanto abbiano giocato con il giocattolo stesso che contenevano.

E infatti, da un punto di vista esplorativo questo comportamento ha senso: si può fare molto più con una scatola che con un giocattolo”.

Attraverso la fantasia i bambini vedono nella scatola stessa molte più possibilità di sperimentazione e di divertimento, un tipo di visione che si tende a perdere quando si diventa grandi ma che invece dovremmo ri-adottare.

Il gioco ha anche un fattore di conseguenza molto utile sull'apprendimento. Per esempio, quando giochiamo con i Lego costruendo e facendo cadere delle torri, impariamo molto su queste e sulla loro stabilità. David Kelley definisce questo comportamento con il termine “thinking with your hands” (“pensare con le mani”). T. Brown sostiene quindi che anche nel **design** dovrebbe essere usata la stessa mentalità: guardare un oggetto sotto una prospettiva diversa, cercando un suo utilizzo alternativo a quello tipico.

“Gli Eames sono meravigliosi esempi di sperimentazione. Hanno giocato con il compensato per molti anni senza necessariamente avere un unico obiettivo in mente”.

Il designer analizza 3 fondamentali step per la riuscita dei progetti. Questi sono ugualmente importanti e in ordine cronologico, e definiscono le diverse parti che compongono la pratica del gioco dei bambini, e quindi parallelamente le distinte fasi che dovrebbe seguire la parte di ideazione e sperimentazione di un brief o di un progetto in generale.

Primo tra questi è **l'esplorazione**, cioè la ricerca del maggior numero di ipotesi possibili; segue poi **la costruzione**, cioè la creazione con le proprie mani; e **la messa in scena**, in cui testiamo ciò che abbiamo costruito.

L'elemento del gioco è indispensabile in tutti gli ambiti creativi e diventa così uno stile di vita: gli Eames “usavano la sperimentazione in tutti gli aspetti del loro lavoro, dai film agli edifici, dai giochi alla grafica” [7].

In sintesi, il gioco può essere uno strumento funzionale alla buona riuscita di un progetto, un elemento da usare lungo il processo di ideazione per acquisire una visione più profonda e consapevole, aumentare le nostre competenze tramite l'esperienza diretta e quindi aumentare la produzione di idee.

È anche uno strumento che permette al progettista di **valutare la qualità e l'utilità delle idee con una maggiore oggettività critica**. Poiché sia il gioco sia la progettazione sono processi fluidi ed emergenti, l'utilizzo del gioco facilita la progettazione e diventa un kit di strumenti dinamici da applicare a tutti gli aspetti e le fasi del progetto e oltre il progetto.

Nella teoria di Brown, inoltre, è necessario che la sperimentazione venga attuata secondo 3 caratteristiche, che il progettista deve porre in principio e mantenere durante tutta la fase di progettazione, affinché si possa ottenere il massimo risultato. **La libertà** nella sperimentazione che appunto deve essere un esercizio volontario e gratuito per permettere alla mente di fare libere associazioni e per consentire l'agilità di adattare tecniche e soluzioni di indagine a diverse questioni;

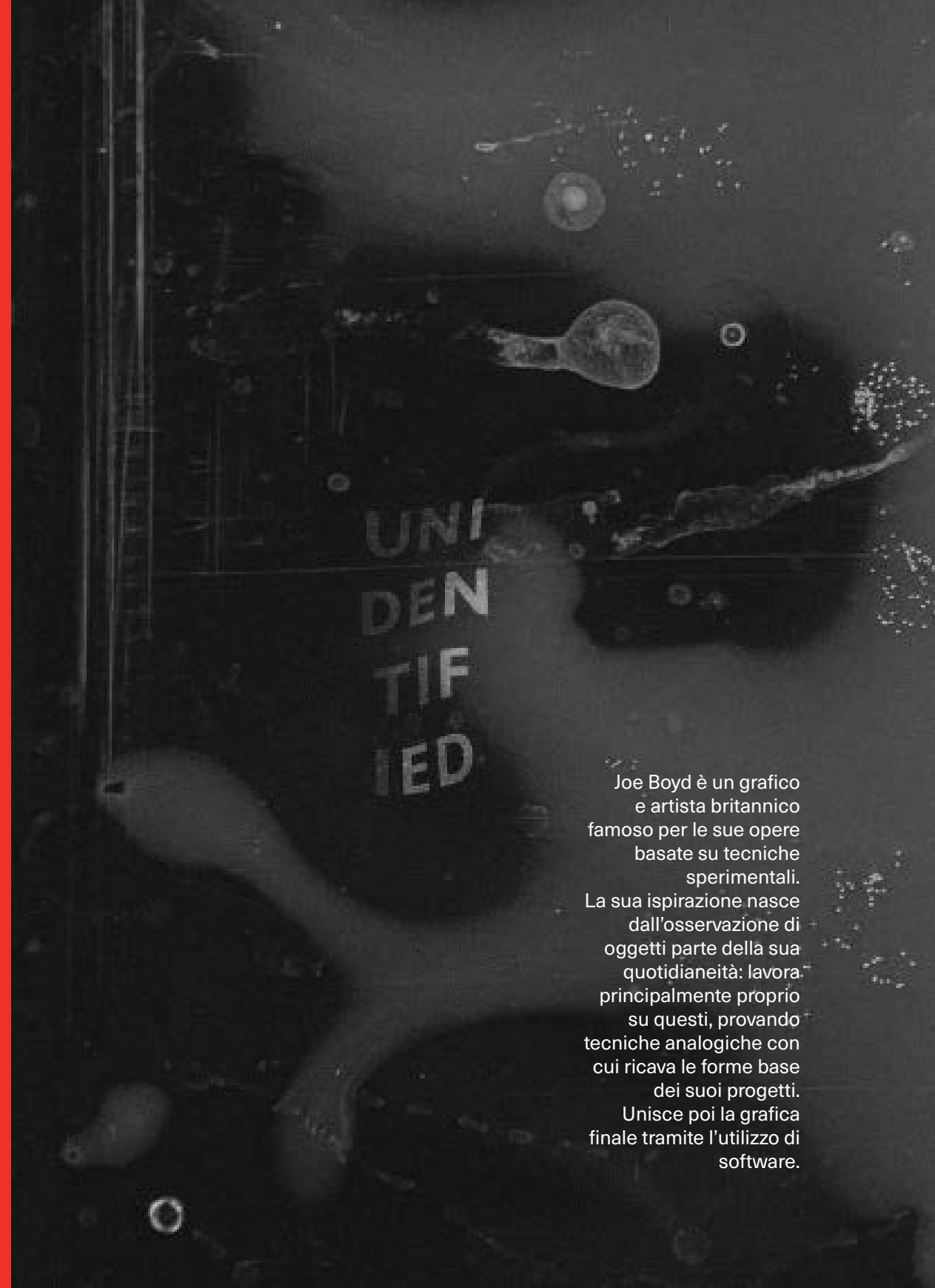
L'incertezza del risultato per dare più spazio alla creatività senza porsi l'obbligo di arrivare ad un determinato esito e quindi eliminando il fattore di fallimento, questo infatti può spaventare e limitare la creatività e la volontà di sperimentare in principio. L'incertezza deve essere abbracciata con curiosa eccitazione per ottenere il massimo effetto:

il processo creativo è un viaggio di scoperta verso una soluzione, e definire gli obiettivi all'inizio può essere dannoso. Parte della creatività più grande si è manifestata dalla **sperimentazione libera e non indirizzata**, o dal gioco.

Pertanto **è in questo essere nel momento in cui il design è parallelo al gioco**. In quanto tale, “un risultato noto in anticipo, senza possibilità di errore o sorprese, che porta chiaramente a un risultato inevitabile, è incompatibile con la natura del gioco”. Sono gli elementi incerti e autotelici della giocosità che facilitano i momenti fortuiti o di lampadina all'interno della ricerca e della generazione di idee.

“Inizio con un’ idea molto, molto piccola, come un piccolo seme, e lascio che si sviluppi in qualsiasi direzione decida di andare. Non penso mai a come sarà il risultato finale. Per me è più elettrizzante non saperlo e scoprire come queste cose si sviluppano lungo il percorso.”

Joe Boyd



Joe Boyd è un grafico e artista britannico famoso per le sue opere basate su tecniche sperimentali. La sua ispirazione nasce dall'osservazione di oggetti parte della sua quotidianità: lavora principalmente proprio su questi, provando tecniche analogiche con cui ricava le forme base dei suoi progetti. Unisce poi la grafica finale tramite l'utilizzo di software.

L'ultimo elemento sono **le regole**: la sfida è lavorare all'interno di queste per ottimizzare il risultato. Nonostante il gioco possa sembrare libero, in realtà le regole sono necessarie per guidare il processo e stimolare la creatività. Ponendoci delle linee guida da rispettare, stimoliamo il nostro cervello ad andare oltre le soluzioni più immediate e proseguire invece lungo la strada delle innovazioni. Proprio a riguardo del primo di questi fattori, **Anne Flemmert Jensen**, Insight director al Future Lab, durante l'evento Design To Play, affronta il modo in cui LEGO progetta nuove formule di gioco di successo: afferma che **la libertà nel processo creativo è fondamentale**, e sostiene che il gioco consiste nell'entrare in una modalità in cui ci si libera dalle costrizioni. Questa modalità apre a una maggiore **libertà, esplorazione, fluidità, interattività e creatività**. Un'atmosfera di questo tipo non esiste, è necessario crearla utilizzando varie forme di tecniche, metodi e contesti. I partecipanti devono essere consapevoli che stanno entrando in una modalità di pensiero e di interazione in cui le nuove idee sono incoraggiate, sostenute e sviluppate: forniamo un terreno sicuro per sperimentare idee nuove e talvolta rischiose.

In secondo luogo, il gioco si svolge solitamente nell'interazione tra le persone. Le idee migliori e più innovative di solito nascono da uno **sforzo collettivo**. I nostri processi di innovazione sono sempre basati sull'interazione. In terzo luogo, una buona esperienza ludica spesso prevede chiare cornici per il gioco. Questo può essere in termini di un tema particolare, un **insieme di regole**, caratteristiche intrinseche dell'oggetto, un flusso generato dall'esterno, ecc. La creatività non fiorisce e cresce dal nulla; le migliori idee creative nascono dall'offerta ai partecipanti di un quadro chiaro entro il quale generare le idee [8].

“Bisogna creare un terreno sicuro per la sperimentazione, dove le persone non abbiano paura di proporre idee rischiose.”
Anne Flemmert Jensen

Sicuramente un'altra importante componente della sperimentazione deve essere **l'allenamento**. La sperimentazione non può nascere dal nulla e non ci si può aspettare di trarne dei vantaggi e dei risultati senza esercitarsi. Il designer grafico, tipografo e motion designer, **Gianluca Alla**, durante un'intervista da noi condotta spiega:

“Sperimentare è una palestra, è un costante allenamento, pratica, pratica, pratica, che poi consente di avere una certa dimestichezza nel poter lavorare sia da una parte che dall'altra.”

Nella storia del design è diventato evidente che non esiste un metodo affidabile e sistemico per applicare la sperimentazione. Tuttavia, una verità ovvia può essere vista nella sua comprensione più elementare come esercizio di risoluzione dei problemi attraverso l'analisi e la sintesi, all'interno della quale si realizzano azioni divergenti e convergenti. Il modo in cui tutto ciò si riunisce varia a seconda del progetto in questione. Ma sono la flessibilità e l'adattabilità di questo approccio che rendono il pensiero progettuale una competenza trasferibile. Confrontando gioco e design, è diventato evidente che erano inestricabilmente intrecciati. La giocosità diventa uno strumento permissivo che consente al giocatore di sfidare le regole stabilite e di diventare uno strumento di avanguardia, portando all'innovazione [9].

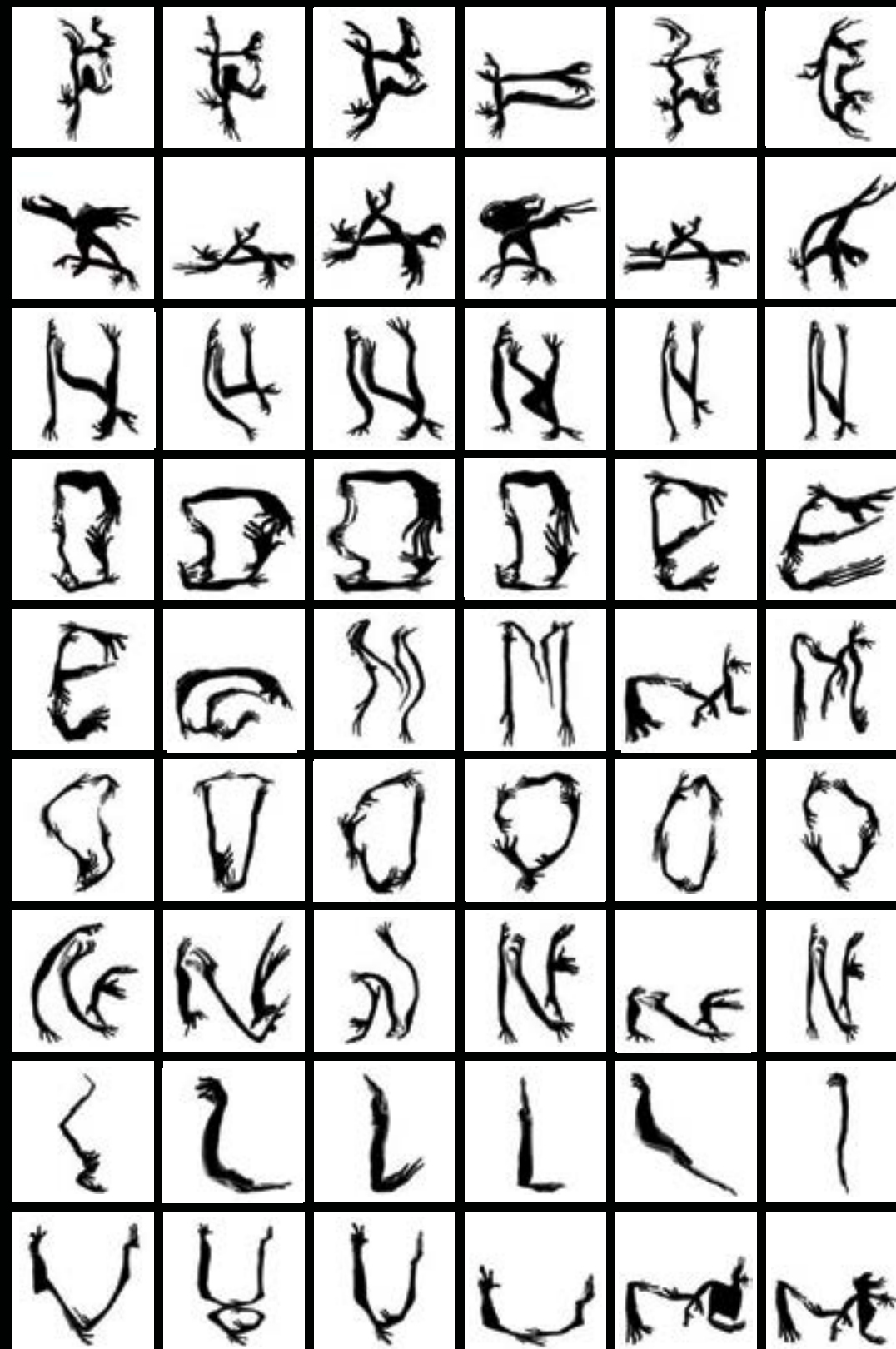
**“Documentare,
sperimentare e
fare il più possibile,
perché la quantità
è molto importante:
non basta una sola
sperimentazione per
trarne benefici, serve
farne cento o mille.
È necessario avere
questa quantità di
lavoro per riuscire
a identificare dei
modelli o delle
opportunità.”**

Leopoldo Leal

Leopoldo Leal è un designer e professore brasiliano. I suoi lavori e le sue lezioni si incentrano sul concetto e l'importanza della sperimentazione.

Ha un occhio di riguardo più per il processo che per il risultato finale che non ritiene di fondamentale importanza.

È l'autore di Pandemonium, tesi di sperimentazione tipografica.



REGOLE

Elementi fondamentali per una buona sperimentazione:

Con elementi fondamentali si intendono tutte le linee guida che rendono la sperimentazione istruttiva e formativa, mettono alla prova la mente creativa e costringono a uscire dalla comfort-zone.

Devono essere libere da giudizi, preconcetti culturali e paura del fallimento ma restare nei confini di alcuni limiti: un gioco senza regole non è un vero gioco, non è divertente, non accresce e non mette in difficoltà. Solo dal fallimento e dalle difficoltà si impara istruttive le sperimentazioni.

Regole fondamentali per rendere

Esplorazione

Ricerca del maggior numero di ipotesi possibili

Costruzione

Creazione con le proprie mani

Messa in scena

Momento in cui viene testato ciò che abbiamo costruito

Allenamento

Esercizio costante e infiniti tentativi per sondare ogni possibilità

Incertezza

Dare spazio alla creatività senza l'obbligo di arrivare ad un determinato esito

Regole

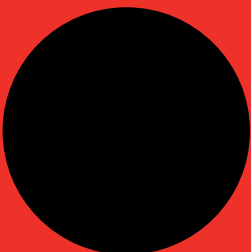
Stimolano la mente ad andare oltre le soluzioni più immediate

Libertà

Esercizio volontario per permettere alla mente di fare libere associazioni

Fallimento

Necessario per il conseguimento di un risultato istruttivo



/Ricerca **3. L'importanza delle regole**

*Le regole nel gioco
e nel design*

Il gioco deve essere libero: libero da preconcetti, da giudizi, dalla paura del fallimento. Libero dalle aspettative sul suo finale e libero da influenze da parte di terzi. **Tuttavia non deve essere libero da regole.** Per avere un reale effetto ed un maggiore risultato, accompagnato quindi anche da una crescita personale e da un avvicinamento a ciò che si può definire innovativo, è necessario porre al gioco delle **linee guida**.

A questo proposito, Tim Brown sostiene che è molto più efficace a livello di produttività e creatività se quando si gioca vengono seguite delle regole: sono proprio queste che portano ad un gioco produttivo [10].

Se si lavora in modo totalmente libero, il risultato sarà sempre lo stesso. Questo perché gli esseri umani sono abituati a pensare al modo più semplice di fare le cose e le fanno sempre allo stesso modo.

Quando si creano dei limiti, e solo allora, diventa necessario scoprire nuovi modi di fare le cose.

È molto semplice. È come un gioco: nei giochi ci sono sempre delle regole.

***“Vorrei ribattere
che quanto più
è elementare
l'enunciazione di un
problema, tanto più
diventa difficile la sua
risoluzione.
Problemi complessi
permettono di coprire
più facilmente errori e
superficialità. ”***

Wolfgang Weingart

Weingart è un grafico e
tipografico tedesco.

È stato uno dei
maggiori esponenti
della tipografia svizzera
ed è stato accreditato
come “Il padre” della
tipografia New Wave o
Swiss Punk.

Ha inoltre insegnato
tipografia presso la
Schule für Gestaltung
Basel, perseguendo
frontiere tipografiche
radicalmente nuove.

Anche negli sport come il calcio: c'è un limite di tempo, un campo, si gioca solo con i piedi e solo il portiere può mettere la mano. Queste sono le regole. Questi sono i limiti. La grafica è come un gioco e l'istinto del progettista è come quello di tutti gli altri esseri umani. È grazie ai limiti che scopriamo modi nuovi e diversi per rispondere ad uno stesso problema.

Lo storico Johan Huizinga afferma che **ogni gioco ha le sue regole**, e in ogni spazio destinato al gioco domina un ordine proprio e assoluto, che è obbligatorio ed inconfutabile.

“Queste regole realizzano nel mondo imperfetto e nella vita confusa una perfezione temporanea, limitata. L'ordine imposto dal gioco è assoluto. La minima deviazione da esso rovina il gioco, gli toglie il suo carattere e lo svalorza” [11].

All'interno di queste regole, con la pratica intensiva può succedere qualcosa di sorprendente. In un'intervista del 1998 condotta da Steven Heller, **Paul Rand**, graphic designer, concorda con Huizinga affermando che **il bisogno di regole, che se infrante rovinano il gioco, creano incertezza e irrisolutezza**.

Spiega che per giocare è necessario creare regole personalizzate adatte ad ogni tipologia di proposta. Rand riferisce inoltre che non esiste una formula nel lavoro creativo e che grazie proprio alla curiosità riesce ad apportare diverse varianti, che lo portano a passare attraverso diverse configurazioni, alcune piccole e altre più radicali, finché non arriva a un'idea originale. **Rand definisce che questo processo non sarebbe altro che un gioco di evoluzione, poiché le idee migliorano man mano che vengono manipolate e adattate**, e il lavoro del designer consiste proprio in questo. Senza questo processo, “non esiste motivazione, prova di abilità o ricompensa finale – in breve, nessun gioco” [12].



5



6

Strumenti come limiti

Sperimentare in modo totalmente libero e senza limiti può portare a infinite soluzioni possibili, che finiranno solo per confondere e rendere più difficile il processo, non portando ad un risultato chiaro e definito.

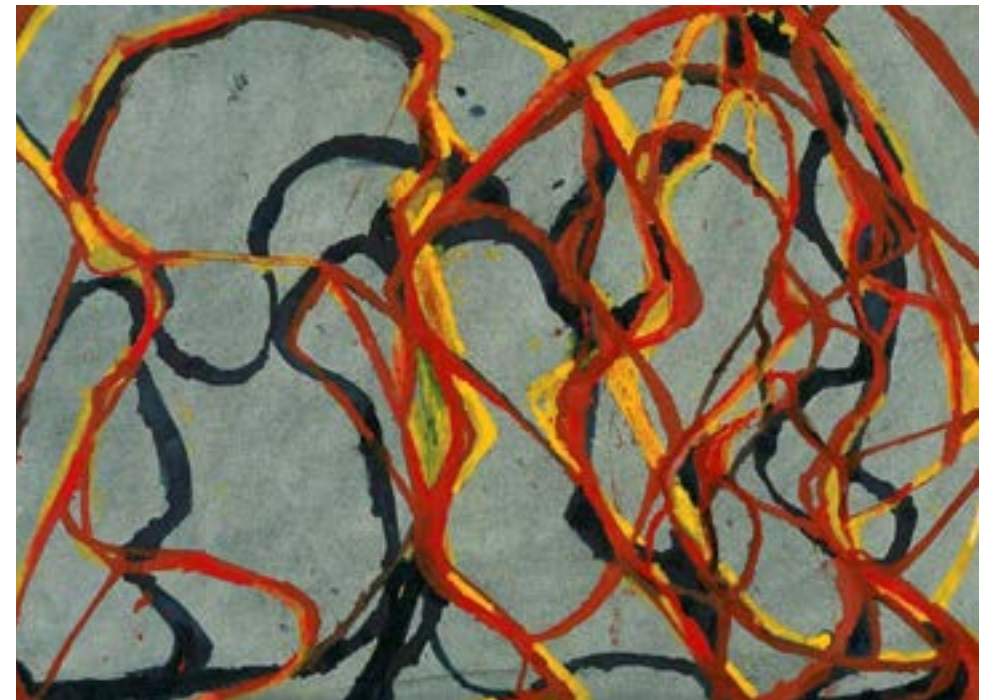
Per sperimentare con il fine di produrre qualcosa di nuovo, bisogna quindi porsi delle regole, dei limiti, delle guidelines, che devono essere seguite per aiutarci a mantenere il focus su ciò su cui stiamo lavorando.

Bisogna quindi, prima di iniziare, selezionare dei materiali, degli strumenti, degli utensili o delle tecniche dalle quali non si può variare, cercando e analizzando ogni modo in cui questi possono essere utilizzati, anche al di fuori della loro funzione comune. La scelta di questi materiali è fondamentale, poiché strumenti diversi porteranno ovviamente a risultati diversi.

Ellen Lupton osserva e teorizza come l'utilizzo di **strumenti standard spesso produce risultati standard**. Lupton spiega come l'uso di strumenti "non standard" e quindi diversi, non adatti o non studiati appositamente per quel determinato compito, addirittura difficili da usare, ci aiutano a superare alcuni preconcetti ed idee stabilite a priori nella nostra mente. Strumenti limitati o difficili da usare possono essere utili per **sviluppare idee insolite e fornirci nuovi punti di vista, possibilità e pensieri che non erano predeterminati nella nostra mente** [13].

Nella nostra epoca in cui i software e gli strumenti digitali sono spesso alla base di ogni progetto, Leopold Leal sostiene la tesi di Lupton affermando come "se tutti utilizzano Photoshop e solo i software Adobe, la risposta di questi progetti sarà del tutto simile". È necessario quindi trovare strumenti insoliti per ampliare le proprie creazioni e i propri progetti, esplorare degli ulteriori ostacoli, porsi dei limiti fino a superare ciò che è standard, partendo innanzitutto dagli strumenti che scegliamo.

7



“Non fare cose solo usando gli strumenti standard, questa è la cosa interessante.”
L'artista americano **Brice Marden**, si mette alla prova utilizzando pennelli intinti nella vernice legati a lunghi bastoni: lo scopo è sperimentare la rinuncia al pieno controllo del processo.
Marden racconta come sono esattamente gli incidenti avuti durante il processo, risultati in schizzi e scivolamenti di vernice, a rendere i dipinti speciali. Lo strumento che si è imposto gli ha permesso di esplorare nuovi modi di dipingere, più carnali e d'insieme. Grazie alla distanza a cui lo hanno costretto i lunghi bastoni, ha potuto visualizzare la sua creazione per intero durante tutto il processo e provare nuove sensazioni, dipingendo con tutto il corpo e non solo con il polso [14].

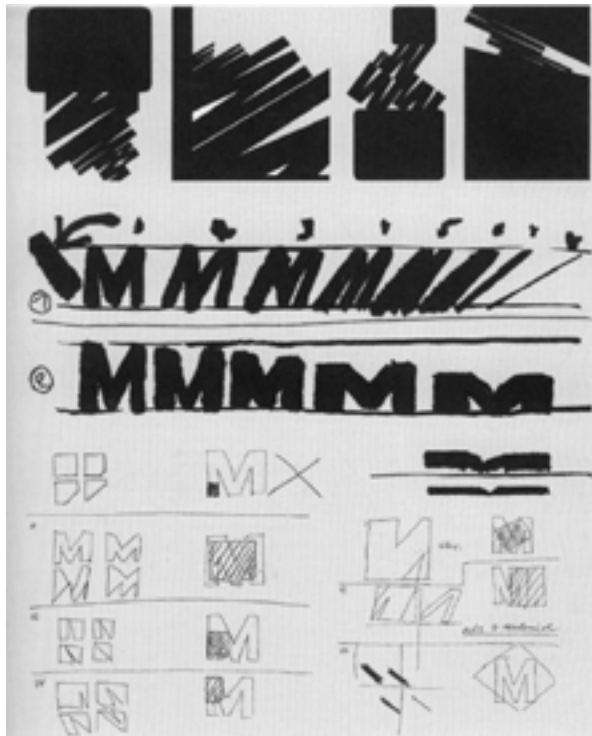
Sawyer propone un esperimento che inizia con la selezione di un qualsiasi oggetto e poi, entro un tempo prestabilito, viene stilata una lunga lista con tutti i possibili utilizzi di quell'oggetto.
Questo esercizio ideato è basato sul concetto di **pensiero divergente**: una modalità di ideazione spesso utilizzata nel mondo del design per ampliare il proprio spazio di progettazione e cercare potenziali soluzioni. È basata sulla generazione di quante nuove idee possibili per esplorare le proprie possibilità e utilizzare poi il pensiero convergente per analizzarle e isolare le idee utili.
Il pensiero divergente è prezioso sia quando non esiste una **soluzione collaudata**, sia per essere veramente innovativi nel proprio spazio progettuale. È un pensiero orizzontale che prende luogo tipicamente nelle prime fasi progettuali e consiste, in breve, **nell'esercitare liberamente la propria immaginazione per arrivare a una visione completa delle proprie possibilità.**

Il pensiero divergente segue alcune regole fondamentali per essere efficace: predilige **la quantità rispetto alla qualità** per incentivare alla generazione di idee senza timore di giudizio per avviare una fase di critica in seguito; utilizza una tipologia di pensiero dirompente e laterale per staccarsi dal pensiero lineare e generare così idee originali e uniche; infine crea scelte, ovvero massimizza le opzioni grazie alla libertà di esplorare, non solo per quanto riguarda le potenziali soluzioni ma anche su come comprendere e analizzare il problema stesso durante la fase embrionale di progettazione.

Il pensiero divergente fa parte della prima fase di progettazione e ideazione. **I risultati nati da questo esercizio vengono solo successivamente analizzati e integrati con il pensiero convergente:** il pensiero verticale e critico che funge da filtro per avvicinarsi alla migliore soluzione possibile. Analizziamo un esempio: se l'oggetto è un mattone, le idee legate alla costruzione saranno le più basilari. Le idee più insolite e originali saranno quelle che non provengono dall'universo d'uso comune dell'oggetto, come ad esempio il mattone usato come fermacarte o come batticarne.

Nonostante la creatività non si misuri solo dalla dimensione dell'elenco, perché **se la maggior parte delle idee sono comuni, ovvie o variazioni della stessa idea, non troverai nulla di innovativo;** resta comunque certo che più lungo è l'elenco, più è probabile che ci sia un'idea veramente innovativa. Un buon elenco è quello che va oltre le idee ovvie, presentando una variazione di idee davvero diverse tra loro.

Un metodo spesso usato nel pensiero divergente che può incentivare idee innovative e creative, è proprio quello dei vincoli arbitrari: la ricerca di idee progettuali a volte può significare perdersi nel mare delle ipotesi o incappare nella soluzione più comune. Imponendo restrizioni alla tua idea ti spingi a trovare idee conformi a tale vincolo [15].



9

Nel 1962 **Wolfgang Weingart**, graphic designer e professore alla Schule für Gestaltung (Scuola d'arte) di Basilea, inizia a sperimentare con la tipografia, con il fine di comprendere quanto le qualità grafiche delle lettere potessero essere modificate mantenendo comunque il proprio significato o addirittura intensificandolo.

“A che serve essere leggibili, se nulla ti ispira a prenderne atto?” [16].

“Ho assegnato ai miei studenti esercizi che non solo affrontavano le relazioni progettuali di base con posizionamento, dimensione e peso dei caratteri, ma li incoraggiavano anche ad analizzare criticamente la spaziatura delle lettere per sperimentare i limiti della leggibilità”. I suoi studenti, a questa sfida risposero: “Abbiamo scoperto che man mano che veniva inserito uno spazio maggiore tra le lettere, le parole o i gruppi di parole diventavano espressivi in modo grafico e che la comprensione del messaggio dipendeva meno dalla lettura di quanto avessimo supposto.” [17]

Con questa ipotesi egli inizia, durante il suo lavoro in un'azienda di composizione tipografica, un lungo percorso di sperimentazione intorno alla lettera “M”, che poi riprenderà più tardi durante i suoi anni di insegnamento.

Questo processo unico ha prodotto drammatiche forme di lettere in bianco e nero in prospettiva e ha costituito la base di molte composizioni astratte e accattivanti.

Attraverso questo esempio, **si vuole dimostrare che per quanto i limiti che si impongono in una sperimentazione possono essere rigidi, si può sempre produrre qualcosa di nuovo, e che anzi, proprio questi, rendono la sperimentazione più efficace e sorprendente.**

Sperimentare con una sola lettera può sembrare particolarmente restrittivo come campo, ma, come Weingart ci dimostra, strecciandola, allungandola, ruotandola e ribaltandola, si possono ottenere risultati particolarmente innovativi.

Le sperimentazioni tipografiche di Weingart hanno attraversato tre diverse epoche della tecnologia di composizione: la stampa tipografica, la fotocopiatrice e il computer, nonostante egli non apprezzò mai particolarmente l'utilizzo di quest'ultimo.



10

Senza regole e senza limiti, la sperimentazione non vale come tale. **Se le conclusioni sono ovvie o già conosciute, non si può parlare di sperimentazione.** Ecco perché le regole sono necessarie:

“L’inizio è piuttosto scomodo perché, Oh mio Dio, non so cosa fare, ma questa è l’idea della sperimentazione, di creare dei limiti. Non si sa cosa succederà, perché solo dopo la sperimentazione si avrà una conclusione. È lo stesso che succede nella biologia. Non sanno cosa succederà, ma dopo la sperimentazione, solo dopo la sperimentazione, si otterranno delle conclusioni. Se si sa prima della sperimentazione cosa accadrà, non è una sperimentazione.” (Leopold Leal)

/Ricerca

4. Sperimentazione nella storia del design

La sperimentazione viene da sempre usata nel mondo del design, a partire dalla **Staatliches Bauhaus Weimar** fino ad arrivare al mondo dei movimenti punk.

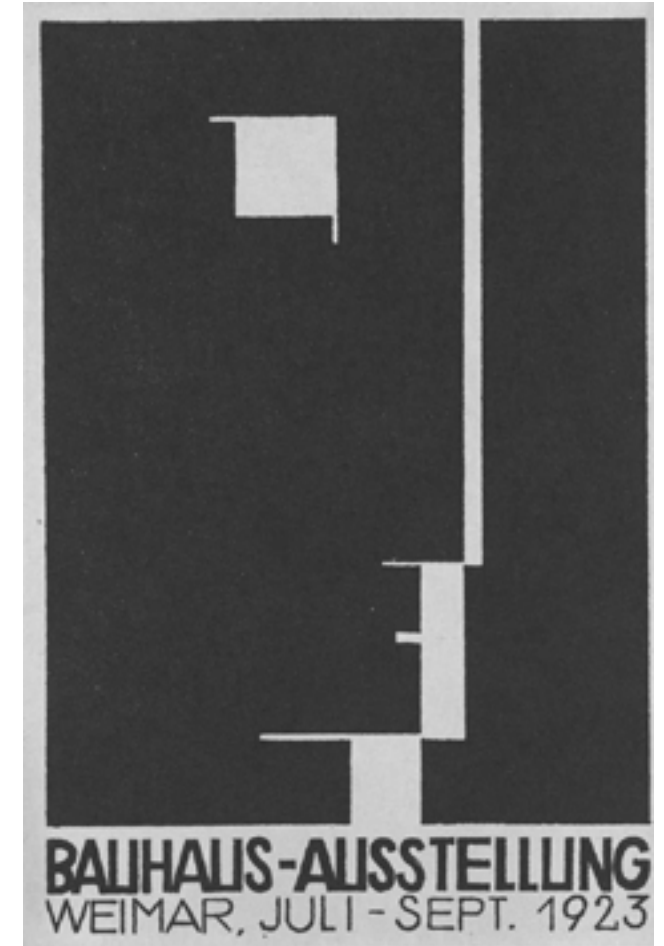
Il metodo educativo promosso dalla Bauhaus, utilizzava e insegnava ai suoi studenti a sperimentare come mezzo indispensabile per portare all'innovazione e per sfidare le convenzioni radicate poste dalle belle arti e dall'architettura, incoraggiando la sperimentazione attraverso un'intera gamma di materiali e discipline.

“Le scuole d'arte [...] devono tornare ad essere laboratori. Questo mondo di mero disegno e pittura di disegnatori e artisti applicati deve finalmente diventare un mondo che costruisce.

Quando un giovane che sente dentro di sé l'amore per lo sforzo creativo inizia la sua carriera, come in passato, imparando un mestiere, l'artista improduttivo non sarà più condannato alla pratica imperfetta dell'arte perché la sua abilità è ormai conservata in artigianato, dove può raggiungere l'eccellenza. Architetti, scultori, pittori: dobbiamo tutti tornare all'artigianato!”

Nel corso dei tre anni di studi, gli studenti venivano incoraggiati a sperimentare con diverse tecniche e strumenti, solo dopo questa formazione sui fondamenti gli studenti migliori venivano ammessi al corso di base di architettura (che non fu istituito fino al 1927).

La Scuola Bauhaus richiedeva agli studenti di riflettere e valorizzare la funzione di un oggetto, senza aggiungere elementi decorativi fini a se stessi. L'obiettivo è quello di riunire l'artista alla propria arte ed **incoraggiare gli studenti ad immergersi completamente nell'intera gamma di strumenti e materiali a loro disposizione**, traendo il meglio da ognuno di essi e sviluppando così una piena consapevolezza delle possibilità e dei limiti di quelle che sono le loro risorse [18].



11



12

Josef Albers, artista moderno e professore presso l'istituto della Bauhaus e successivamente all'università di Yale, fu un educatore progressista: **la sua filosofia fondamentale si basava proprio sull'incoraggiamento della sperimentazione indipendente e aperta.**

La spontaneità è “un giocoso armeggiare con il materiale (...)” alleggerito dalla formazione formale sono stati alla base dei primi anni di Albers come insegnante e sono rimasti un principio chiave per tutta la sua illustre carriera di educatore.

Nel 1971, in un'intervista, Albers riflette su quegli anni iniziali e formativi come insegnante in una scuola pubblica e afferma che dalla sua esperienza come professore ha compreso che i ragazzi hanno **un'esigenza di apprendere attraverso l'esperienza condivisa dell'interazione con i loro coetanei, piuttosto che affidarsi esclusivamente alle istruzioni dell'insegnante.** Questo è quindi diventato un precetto fondamentale dell'approccio di Albers come educatore. Quando iniziò a insegnare alla Bauhaus, applicò ciò che aveva tratto in insegnamento sotto forma di momenti dedicati alle critiche di gruppo. Chiedeva ai suoi studenti di “testare i risultati discutendoli e difendendoli come gruppo... queste critiche richiedono una giustificazione ben fondata della scelta del materiale, della procedura e della forma”.

Nel suo articolo fondamentale del 1928 “Werklicher Formunterricht” (Teaching Design) Albers diede ulteriore voce alla necessità di apprendere attraverso un dialogo collettivo, concludendo il suo trattato sull'educazione con le parole “come studenti e insegnanti, dobbiamo nuovamente imparare gli uni dagli altri e con gli altri(...)”.

Nei suoi anni di insegnamento, Albers sfidava anche i suoi studenti ad indagare le proprietà interne dei materiali per comprenderne a fondo le possibilità e i limiti strutturali. Incoraggiava gli studenti ad esaminare le risorse più disparate, dalla carta alla rete metallica, dal cartone ondulato al vetro e alla plastica, fino ad arrivare alla lamiera, la carta stagnola e persino i fiammiferi [19].

L'educazione alle tecniche di produzione in campo artistico, consiste soprattutto nella **trasmissione e nell'accettazione di metodi di lavoro consolidati.** Questa formazione ristretta porta ad una **perdita di libertà creativa; soffoca l'invenzione.**

Ma l'invenzione – e anche la reinvenzione – è l'essenza della creatività. Una volta sperimentata, l'invenzione diventa un possesso spirituale duraturo, e acquisire questa esperienza per se stessi è l'addestramento necessario per creare la forma e lavorare sul linguaggio e sulla comunicazione. È l'espressione del tempo.

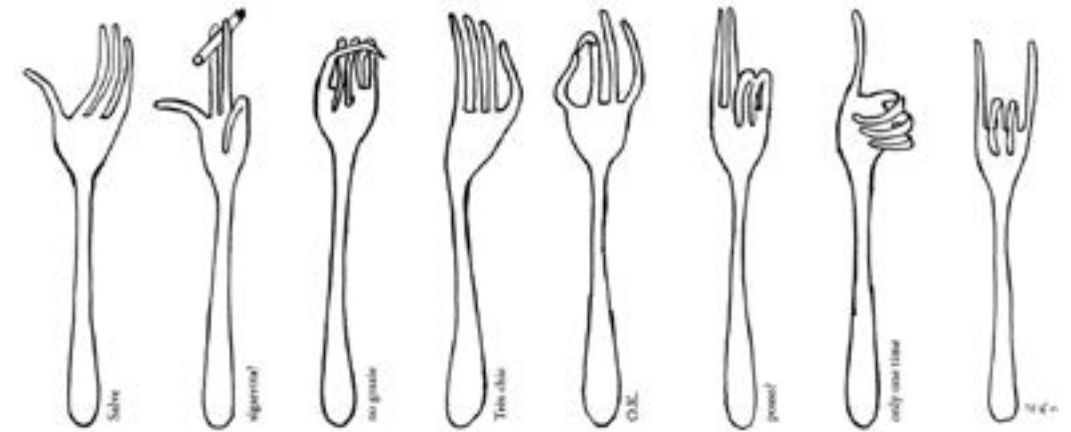
L'apprendimento e la pratica delle tecniche sviluppano intuizione e destrezza, ma non energie creative.

La costruzione inventiva e l'attenzione che porta alla scoperta, si sviluppano, almeno inizialmente, attraverso una **sperimentazione indisturbata, indipendente e quindi senza preconcetti.** Questa sperimentazione è, inizialmente, **un giocoso armeggiare con il materiale fine a se stesso.** Cioè attraverso una sperimentazione amatoriale, non gravata dalla formazione. La sperimentazione salta lo studio e un inizio giocoso sviluppa il coraggio. Non cominciamo quindi con un'introduzione teorica: all'inizio c'è solo il materiale, se possibile senza strumenti. Questa procedura porta naturalmente al pensiero indipendente e allo sviluppo di uno stile individuale. Trattiamo intenzionalmente i materiali in modo diverso dal mondo esterno, ma non per una questione di principio, non per fare qualcosa di diverso, in tal caso ci concentreremmo soprattutto sulla norma, ma piuttosto per farlo in modo diverso: sottolineiamo il metodo.

Vale a dire: **non imitare, ma cercare da soli e imparare a trovare in modo indipendente, pensando in modo costruttivo.**

La preferenza per materiali o elementi costruttivi per i quali non esiste un uso o un'applicazione, o che non sappiamo come maneggiare, porta ad un insolito aumento dell'autonomia.

Osservando i risultati di questi esperimenti, spesso ci rendiamo conto in seguito che le innovazioni apparenti esistono già. Ma il risultato è l'esperienza in possesso dello studente, perché è stato appreso autonomamente piuttosto che insegnato. Sappiamo che questa enfasi sull'apprendimento è un percorso più lungo, che porta a deviazioni e vicoli ciechi. Ma gli inizi non sono mai semplici. **E imparare dai propri errori favorisce il progresso.** Deviando e perdendosi in modo controllato, si acquisiscono maggiori facoltà critiche: attraverso gli errori stimoliamo la volontà di trovare la strada giusta e migliore, e solo così si migliora e si producono progetti non scontati [20].



13

La sperimentazione come metodo educativo e di sviluppo della creatività, è stata teorizzata anche da **Bruno Munari**. Alberto Munari fonda l'Associazione Bruno Munari proprio per codificare e trasmettere il Metodo Bruno Munari. Il Metodo Munari viene applicato a livello **pedagogico** e psicologico per aiutare i bambini a sviluppare la propria creatività e a **padroneggiare i diversi metodi di comunicazione** con coscienza. L'Associazione fornisce dei laboratori che danno al bambino delle occasioni di **sperimentazione sistematica** dei vari strumenti, così da permettergli di capire e di impadronirsi delle diverse tecniche che poi gli consentiranno la realizzazione di un messaggio di comunicazione visiva. L'accento, in questi laboratori, non è tanto sulla realizzazione di disegni, pitture o collage, ma sulle **diverse procedure** che si possono seguire per realizzarli. **Il prodotto finale è secondario.** L'importante è "il fare". Il risultato finale passa in secondo piano, spesso lasciato da parte, dimenticato o addirittura distrutto. E questo è proprio lo spirito che stava alla base delle sperimentazioni portate avanti da Munari.



14

Uno spirito spesso **in contrasto con i classici metodi** educativi e scolastici che si orientano più al produrre qualcosa con indicazioni precise da seguire e senza una comprensione ed uno sviluppo da parte del bambino del processo creativo che sta dietro [21].

Bruno Munari teorizzò nel 1981 il **metodo progettuale**, applicabile, secondo lo stesso designer, per la riuscita di progetti di qualsiasi tipo, da un piatto di riso, alla progettazione di una sedia. Il metodo progettuale di Munari è composto da 12 step da svolgere in una determinata sequenza. Il primo step costituisce il problema in germe, che viene poi definito ed analizzato in tutte le sue componenti. Si prosegue poi con la fase creativa, la cui domanda fondamentale è molto semplice: “come metto insieme tutto questo?”. Da ultimo, si arriva finalmente alla soluzione del problema.

All'interno dell'ombrello che abbiamo riassunto come “fase creativa”, si trova proprio la fase di sperimentazione, definita come applicazione di un qualche cosa per accertarne e verificarne le capacità funzionali, la validità, l'efficacia, il rendimento [22].

La sperimentazione per Munari è una fase fondamentale, legata ad un processo di innovazione e apprendimento.

Ciò che ricercava Munari con il suo lavoro di sperimentazione, era soprattutto una conoscenza approfondita di ogni materiale e strumento a sua disposizione. Sosteneva infatti che l'oggetto di design non deve essere progettato per determinati criteri estetici ma piuttosto deve in primo luogo corrispondere alle caratteristiche precise del materiale che lo compone. Questo momento di ricerca e apprendimento nel suo processo creativo prese proprio il nome di “sperimentazione”. La teoria che Munari vuole così sostenere è la seguente: un progetto di design che funziona non ha inizio da una ricerca estetica quanto più invece da una esplorazione dei materiali tramite una sperimentazione concreta; un buon progettista deve quindi provare ogni materiale e strumento, conoscerlo in ogni dettaglio e, soprattutto, farlo mettendo mano concreta.

Un episodio esplicativo del metodo creativo di Munari viene raccontato da suo figlio **Alberto Munari**, psicologo, epistemologo e fondatore l'Associazione Bruno Munari durante un'intervista per Collezione Tiffany:

«(Intervistatore Fabio Agrifoglio:) Mi vengono in mente le sue sperimentazioni fatte con uno dei primi proiettori per diapositive portatili, di cui lei parla anche nel suo blog...»

«(Alberto Munari) Questo è proprio un esempio paradigmatico del modo di procedere di mio padre. Una delle domande chiave che si poneva e poneva anche a me era: “Cosa si può fare d'altro con questa cosa?”. Me c'è un altro piccolo episodio molto significativo. Avrò avuto 5 o 6 anni e stavo disegnando un paesaggio su un foglio di carta bianca con delle matite colorate.

Ad un certo punto, mentre coloravo il cielo con una matita blu mi disse: “Non si potrebbe fare diversamente?”. E continuò: “Per esempio, se invece di prendere un foglio bianco e farlo diventare blu con la matita tu prendessi subito un foglio blu, non sarebbe più semplice?”. La cosa mi colpì molto perché capii che quel modo di fare era ovviamente molto **più efficace**.

Queste domande – “non si può fare diversamente” oppure “cosa si può fare d'altro” con uno strumento o un oggetto – sono proprio le domande chiave che hanno sempre fatto “funzionare” mio padre. L'esempio del proiettore, in questo è paradigmatico: con un proiettore di diapositive si possono evidentemente proiettare delle immagini, ma anche tante cose diverse come dei fogli di carta trasparenti, del cellophane, delle bucce di cipolla e così via. Tutte sperimentazioni da cui nacquero, ad esempio, le sue Proiezioni dirette che presentammo insieme alla Galleria Studio B24 di Milano nel 1953» [23].

È inoltre necessario che un designer porti avanti una ricerca continua basata sulla **sperimentazione e volta all'innovazione**. Il designer classico, proprio come un artista, baserà i suoi progetti sulle conoscenze tradizionali acquisite lungo il proprio percorso di studi: per fare un esempio, un artista classico utilizzerà le regole di composizione della sezione aurea e si servirà poi dei colori ad olio per dipingere, l'artista innovatore, che non si basa sulle regole accademiche, utilizzerà invece i colori acrilici. Si creerà tuttavia così un'incomprensione tra artista e pubblico poiché il pubblico ha una cultura artistica limitata.

La tradizione allora per essere tale e per essere compresa deve essere rinnovata continuamente.

Al designer non occorre una cultura solo classica: la sua tradizione quotidiana si colma attraverso sperimentazioni su materiali e strumenti che funzionano realmente per un bisogno effettivo [24].



15

Nel mondo contemporaneo

Negli anni 90, **David Carson**, rivoluziona il mondo del graphic design e più nello specifico delle riviste. Inizia infatti una serie di sperimentazioni per il design editoriale a partire da un concetto: “Solo perché qualcosa è leggibile non significa che comunichi la cosa giusta. Qual è il messaggio inviato prima che qualcuno legga effettivamente nel materiale?”

Carson non ha avuto un'istruzione da designer. Studiò sociologia, un percorso che ritiene un pregio per tutta la sua carriera: non è mai stato obbligato ad imparare le regole e le tipiche norme del design, ma solo ciò che lui riteneva più importante e interessante per se stesso, proprio per questo, gran parte di ciò che produceva avveniva attraverso pura sperimentazione. Non padroneggiava perfettamente gli strumenti da grafico e non conosceva i concetti basilici della disciplina. Le sue idee e i suoi lavori nascono sempre così dal livello emotivo delle persone, che ritiene essere più efficace e duraturo, senza l'influenza di preconcetti scolastici.



16

Lo scopo principale dei suoi lavori è infatti quello di comunicare qualcosa, ed è per questo che egli spesso si spingeva oltre i limiti della leggibilità, utilizzando caratteri tipografici frammentati, immagini distorte e posizionamenti inaspettati per trasmettere l'essenza dei contenuti.

Nella sua rivista Ray Gun, Carson sperimenta al massimo con layout, colonne di testo, spazi, immagini e tipografia.

Come Weingart, anche Carson pone dei limiti alle sue sperimentazioni: "Per il primo numero di Ray Gun sembrava che avessi usato un'infinità di nuovi caratteri personalizzati che la gente mi mandava da tutto il mondo, e per il secondo numero mi sono autoimposto la restrizione di utilizzare solo i 5 caratteri forniti dal mio computer a noleggio.

Una sfida interessante, e penso che i risultati siano ancora abbastanza buoni, anche se ho abbandonato questa idea nel terzo numero. Ultimamente la mia scelta dei caratteri è tornata leggermente modificata, ma è ancora piuttosto elementare." [25]

/Ricerca

5. Innovazione

Fin dalla definizione di metodo scientifico compare la sperimentazione come fattore fondamentale per l'innovazione.

Per innovazione si intende, come definizione di dizionario

“L'atto di introdurre nuovi sistemi, nuovi ordinamenti, nuovi metodi di produzione.”

“Ogni novità, mutamento, trasformazione che modifichi radicalmente o provochi comunque un efficace svecchiamento in un metodo di produzione o in una tecnica.” [26]

Nello specifico, in questa tesi la parola innovazione viene intesa con questo significato, ma allo stesso tempo l'innovazione può essere considerata tale anche se applicata ad una sola persona.

Provare qualcosa per la prima volta, che non è una novità nel proprio campo o per altre persone, ma che lo è per se stessi, può allo stesso tempo rappresentare una sfida, e quindi può essere un'innovazione autoriferita. Questo tipo di innovazione è altrettanto importante alla definizione generale.

Nel design grafico nello specifico l'innovazione è molto importante, e la sperimentazione può aiutare a raggiungerla. Provare qualcosa di nuovo, mettersi alla prova e non ripetere o imitare le stesse tecniche utilizzate da altri designer, può essere un buon modo di crescere e di sviluppare questo campo. L'innovazione può spesso nascere anche dall'unione di campi diversi, e persone diverse che, provando a collaborare con esperienze e formazioni diverse, possono generare qualcosa di nuovo e mai visto prima.

È interessante a questo proposito l'esempio di David Carson, designer sperimentale rivoluzionario nel mondo di riviste e fanzine, che si forma però in sociologia.

La correlazione tra il suo background educativo scolastico e lo sguardo innovativo sul mondo del design nato da esso: il concetto di innovazione viene spesso teorizzato come il collegamento tra discipline diverse.

È dall'incontro tra diversi e nuovi punti di vista che si riescono a vedere nuovi orizzonti.

Questa comunione di prospettive, facilmente raggiungibile in un gruppo variegato di persone che si confrontano, è più difficile da ottenere quando si lavora in singolo o all'interno di una compagnia composta principalmente da individui formati dagli stessi studi. Si può però rimediare a questa mancanza, anche solo in parte, seguendo all'interno del proprio processo creativo due passaggi specifici, già citati all'interno di questa tesi, suggeriti da **Sawyer: imparare e guardare.**

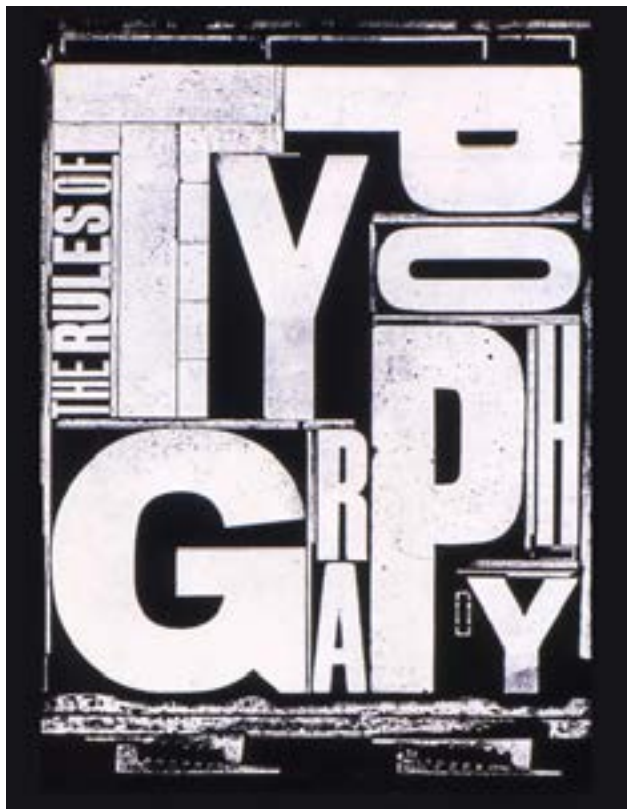
Cercare la conoscenza anche al di fuori delle aule formali, mantenere la curiosità sempre alta, guardare e osservare anche l'insolito; sono tutti elementi che alimentano e costruiscono il nostro pensiero creativo e che possono potenzialmente fornire competenze, e quindi poi uno sguardo, più ampio e volto alla **multidisciplinarietà.**

Un esempio interessante di come una visione attenta ed insolita abbia influenzato il mondo del design, è l'introduzione della stampa a carattere mobili in ambito creativo.

Questa tecnica, a lungo imprigionata in un ambito di semplice produzione meccanica, una volta superata da nuove tecnologie è stata reinterpretata e liberata da artisti: quella che è avvenuta è una vera e propria riscoperta volta a sfruttare in maniera innovativa tecniche tradizionali, unendo vecchie tecnologie con idee e contenuti nuovi e usando la tipografia anche come **linguaggio espressivo**, non solo come strumento utilitario. L'utilizzo dei caratteri mobili viene adattato a una comunicazione moderna.

Il lavoro di **Alan Kitching**, designer e insegnante inglese internazionalmente riconosciuto per il suo uso innovativo dei caratteri in legno e metallo, ne è sicuramente un esempio eccellente.

Kitching si interessa alla tipografia e, nel 1988, apre un'attività in proprio e compra una pressa tipografica.



17

Servendosi di caratteri mobili in legno, sfruttando **sovrapposizione, matericità dell'inchiostro e texture** del legno, Kitching ha creato grafiche che si situano al confine tra tipografia e illustrazione.

Ad oggi, le sperimentazioni di Kitching continuano a influenzare il mondo dell'insegnamento: è stato recentemente istituito in collaborazione con Kelvyn Smith "The Typography Workshop", un **workshop** che dà la possibilità ai partecipanti di realizzare un progetto con i caratteri mobili, venendo seguiti e istruiti dal designer, sia nella fase di progettazione che in quella di produzione.

Le sperimentazioni con la stampa a caratteri mobili hanno sottolineato a livello educativo una lacuna nata dalle nuove tecnologie: è una tecnica di stampa che comporta infatti la necessità di astrarre lo spazio visivo e visualizzare un risultato nella propria mente, senza il bisogno di un riscontro immediato sullo schermo. **I limiti fisici dati dalla durezza dei materiali non vincolano la creatività, ma anzi la stimolano, incoraggiando a trovare soluzioni tramite la manipolazione dei propri utensili** [27].



18

/Ricerca **6. Ispirazione**

*Bauhaus e utilizzo
della tecnologia*

La Bauhaus ha sempre prediletto nel corso della sua storia una metodologia rivolta a soluzioni razionali, pianificate e standardizzate. In contrasto, oggi i designer sono più attratti da un approccio incentrato sulla personalizzazione, gli incidenti progettuali e quindi la spontaneità.

Oggi l'impuro, il contaminato e l'ibrido possiedono molto più fascino delle forme perfette.

La tendenza è quella di cercare risultati intricati in regole semplici piuttosto che ridurre un'immagine o un'idea nelle sue parti più semplici.

La Bauhaus credeva in un linguaggio comprensibile da tutti basato sullo strumento universale dell'occhio.

Questa idea della Bauhaus è stata esplorata sotto diversi punti di vista: László Moholy-Nagy ricercò un vocabolario razionale affinato da una società condivisa, i corsi di Josef Albers enfatizzavano il pensiero sistemico sopra l'intuizione personale, l'oggettività sopra le emozioni.

Albers e Moholy forgiarono l'uso di nuovi materiali e nuovi media. Si accorsero che l'arte ed il design stavano venendo trasformati dalle nuove tecnologie - fotografia, film e produzione di massa. Eppure le loro idee rimasero profondamente umane, affermando sempre il ruolo dell'individuo sopra l'assoluta **autorità di un qualsiasi sistema o metodo.** Il design, argomentarono, non è mai riducibile alla sua sola funzione o ad una descrizione tecnica.

Dal 1940, numerosi educatori hanno raffinato ed espanso l'approccio del Bauhaus, da Moholy-Nagy e Gyorgy Kepes al New Bauhaus a Chicago; da Johannes Itten, Max Bill e Gui Bonsiepe at the Ulm School in Germania; da Emil Ruder e Armin Hofmann in Svizzera; dalle nuove tipografie di Wolfgang Weingart, Dan Friedman e Katherine McCoy in Svizzera e negli Stati Uniti.

Ognuno di questi insegnanti ed educatori rivoluzionari, ha articolato un approccio strutturale al design da distinti ed originali punti di vista.

The New Basics Designers alla Bauhaus, non solo credevano in un modo universale di descrivere la forma visiva, ma anche nel suo significato universale.

Reagendo contro questa convinzione, il postmodernismo ha screditato l'esperimento formale come componente primario del pensiero e del fare nelle arti visive. Lo studio formale è stato considerato contaminato dal suo legame con le ideologie universalistiche.

È necessario riconoscere la differenza tra descrizione e interpretazione, tra un potenziale linguaggio universale del fare e l'universalità del significato.

Oggi, i progettisti di software hanno realizzato l'obiettivo del Bauhaus di descrivere, ma senza interpretare, il linguaggio della visione di un mondo universale. I software organizzano i materiali visivi in menù di proprietà, parametri, filtri e così via, creando strumenti che sono universali nella loro ubiquità sociale, interdisciplinarietà e potere descrittivo. Photoshop, per esempio, è uno studio sistematico delle caratteristiche di un'immagine (il suo contrasto, le dimensioni, il modello di colore ecc.). InDesign esplora la strutturalità della tipografia, è una macchina che permette di avere un allineamento, una griglia ed una spaziatura perfetti. Ma anche con dei software perfetti ed un linguaggio universale perfetto, è compito dei progettisti produrre progetti rilevanti alla situazione, ad un contesto e ad un audience specifici per fornire messaggi significativi ed esperienze ricche. Ogni progettista utilizza gli strumenti e le strutture fondamentali del design dal proprio posto nel mondo.

Nonostante queste nuove tecnologie permettono ai designer di editare e ritoccare i propri lavori infinite volte, con un infinito accesso a risorse e materiali; questa maggiore libertà è limitata dalla richiesta di un'istruzione e manutenzione continue.

Questa curva di apprendimento ricorrente, spesso riduce la finestra creativa per lo sviluppo del concept e la sperimentazione formale.

Nel contesto universitario, gli studenti arrivano sempre più digitalmente equipaggiati.

Questo non è tuttavia sempre un beneficio per il pensiero creativo: troppo spesso, la tentazione di rivolgersi direttamente al computer preclude livelli più profondi di ricerca e ideazione, **impedendoci di arrivare in quella zona che si estende oltre i primi strati di pensiero ed esplorare le alternative più profonde e meno scontate.**

Persone, luoghi, pensieri e cose diventano familiari attraverso l'esposizione ripetuta. È quindi ovvio che le idee iniziali, come le prime ricerche fatte su Google, risultino superficiali e banali. Per arrivare in un territorio più interessante è necessario perseverare, setacciare, ordinare e assimilare soggetti e soluzioni, fino a quando non emerge una nuova idea da approfondire.

L'onnipresenza dei software di editing e progettazione insieme alla costante esposizione mediatica, ci spingono sempre di più verso soluzioni semplici ed efficaci, immediate e già sperimentate da terzi. Questo limita alcuni passi che dovrebbero essere fondamentali in un processo creativo, primo tra tutti il momento del gioco. Manca quindi una fase di sperimentazione libera che, come analizzato in precedenza, è fondamentale per trovare soluzioni innovative e non standard. Sperimentando abbiamo l'opportunità di sbagliare e provare tecniche, materiali e soluzioni originali senza paura di giudizio, una fase quindi di esperienza diretta altamente istruttiva che porta allo sviluppo di un repertorio personale di possibilità uniche e distinte tra loro utili in progetti presenti e futuri.

Per "esperimento" intendiamo il processo di esame di una forma, di un materiale o di un processo in modo metodico ma aperto.

Sperimentare è isolare gli elementi di un'operazione, limitando alcune variabili per studiarne meglio altre. Un esperimento vuole porre una domanda o mettere alla prova un'ipotesi la cui risposta non è nota in anticipo [28].

Durante la fase creativa la ricerca dell'ispirazione è un fattore fondamentale per la riuscita di un progetto.

Questa può derivare da molti fattori, e questi derivano spesso dall'esperienza di ogni designer.

Due sono i principali elementi che influiscono su questa fase: l'osservazione e la sperimentazione stessa.

Nell'epoca odierna, con l'avvento dei social network, trovare ispirazione per un progetto è facilissimo.

In pochi secondi otteniamo una grande quantità di lavori che provano a rispondere allo stesso problema in modo differente.

A questo proposito la fashion designer **Clare Waight Keller**, osserva:

“C'è stato un tempo in cui l'ispirazione di uno stilista veniva da un viaggio nel Rajasthan, nel Serengeti o forse nelle steppe russe, insieme al feedback degli acquirenti e del cliente occasionale. Adesso è più probabile che si tratti di un viaggio veloce attraverso alcuni siti online. Una moodboard che avrebbe richiesto alcune settimane di solida ricerca ora può essere assemblata in un pomeriggio su Instagram.”

Questo approccio, utilizzato in uno studio per lavori commerciali per i clienti, è sicuramente più **proficuo**, in tempi minori si ottengono risultati maggiori.

Nel campo del design, partire dall'ispirazione e dall'osservazione è molto efficace.

Anna Dora, graphic designer e tipografa, in un'intervista che abbiamo avuto il piacere di sostenere con lei, ci racconta che nel suo processo per i progetti commerciali **parte sempre da una prima fase di ricerca, per essere sicura di avere dei riferimenti utili alla risoluzione del problema.**

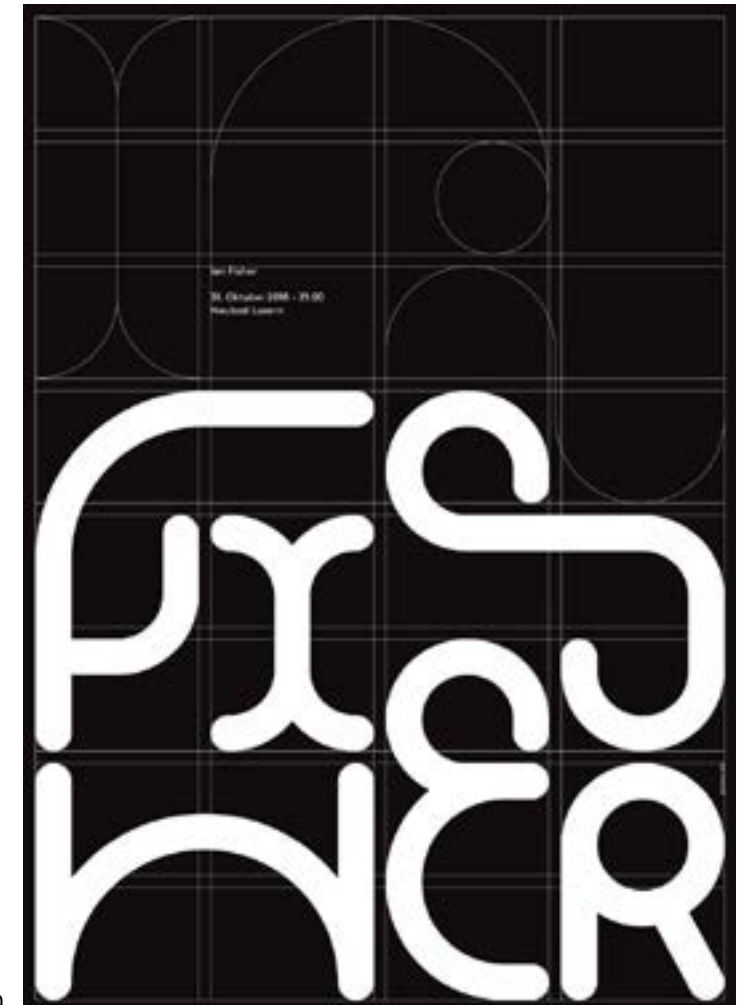
Sostiene infatti che l'innovazione non possa avvenire senza prima una fase di ispirazione legata ad una ricerca di progetti altrui.

La sua teoria è che non esiste nessun designer o artista che abbia creato un progetto da zero:

“Cerco sempre qualche tipo di riferimento. Faccio sempre qualche tipo di ricerca. Quando si lavora ad un progetto nel design o nell'arte si può trovare qualcosa che dia l'ispirazione. È una sorta di circolo continuo e di materiale visivo che l'umanità sta creando. Nulla viene creato da 0 a 100. Si tratta sempre di creare qualcosa di diverso da qualcosa di esistente e anche questo fa parte della sperimentazione. Quindi, per quanto riguarda la sperimentazione, provo sempre cose che ho già provato in precedenza e che so che funzionano bene e le cambio solo un po'”.



19



20

Gianluca Alla, allo stesso modo, sostiene che nel suo processo creativo per raggiungere un risultato, parte sempre dalla ricerca, e che senza non si può arrivare ad una soluzione:

“Non c'è secondo me la lampadina, il colpo di genio. Viene tutto da una **ricerca e da una metodologia** che è più o meno sempre la stessa, c'è una grande ricerca dietro a quello che è il brief e poi quella che può essere l'intuizione finale arriva però da una serie di strade intraprese di ricerca iniziata che portano poi le strade che convergono tutte in un'unica direzione. Fa parte del processo di ricerca.”

Gianluca Alla e Anna Dora propongono una visione molto incentrata sul cliente e per questo motivo riconoscono l'utilità e l'efficienza delle ricerche svolte sui social. Non sono tuttavia ignari anche dei limiti dei nuovi motori di ricerca sostenendo quindi che debbano appartenere solo al primo momento puramente esplorativo del brief.

I social media sono quindi un punto di partenza, una piattaforma di lancio più semplice da cui iniziare le ricerche ma i cui risultati devono poi essere contestualizzati e riadattati in base al progetto finale. Copiare è solo l'inizio.

“Se stai solo copiando qualcosa che già esiste, non ti porterà comunque da nessuna parte.” (Anna Dora)

È quindi evidente che, secondo alcuni professionisti, non sia possibile sperimentare per i progetti commissionati dai clienti: **la fase di ispirazione ed il processo creativo vengono ottimizzati, la fase di ricerca è massimizzata dalle ricerche sui social** e la sperimentazione resta un esercizio da portare avanti sottoforma di progetti personali.

Gianluca Alla, ad esempio, sostiene che, nonostante non sperimenti durante i progetti dedicati ai clienti, tutto ciò che produce nel suo tempo libero riesce poi a riutilizzarlo. Le sperimentazioni non avvengono quindi all'interno del processo creativo stesso ma trovano un'utilità nel progetto finale come un kit personale di strumenti e conoscenze apprese.



21



22

A questo proposito, bisogna sottolineare che non per tutti i progettisti si intendono solo i social network come fonte di ispirazione.

Infatti, tutti i designer prendono ispirazione per qualsiasi lavoro da diversi fattori, che possono essere interni o esterni al design e all'arte.

Leal ci racconta:

“Penso che l'ispirazione non sia data solo dai musei e dai libri, ma possa provenire da ogni dove.

Amo viaggiare: un viaggio per me è come un modo per fare ricerca per il mio repertorio.

Per esempio, ho viaggiato in Giappone e ho tenuto uno sketchbook costituito da tutte le annotazioni, disegni e collage di questo viaggio.

Questa è l'idea: perché, quando si viaggia, ci sono tutte queste carte, imballaggi, ricette... Prendo tutti questi materiali e li trasformo in un quaderno di schizzi, e questa è una ricerca per me, perché se ho un possibile progetto, riprendo il quaderno alla ricerca di idee.

Credo che questo sketchbook sia come un seme: ci sono molti semi di idee qui, e posso prendere un seme e far sbocciare un fiore.”

Anche Joe Boyd ci racconta quali sono le sue maggiori fonti d'ispirazione, e tutte queste sono al di fuori dei social:

“La maggior parte della mia ispirazione non viene probabilmente dall'ascolto della musica, dalla visione di film e dalla lettura di libri.

La maggior parte non viene dall'osservazione di altre opere d'arte. Direi che la maggior parte della mia ispirazione proviene da altri ambiti e dalla mia esperienza di vita, dalle cose che mi accadono, dai luoghi che visito...”

“L'ispirazione è letteralmente dappertutto, ed è quello che cerco di far capire nel mio lavoro usando questi materiali strani: puoi guardare in giro per casa e trovare cose da usare nella tua arte che possono ispirarti. Queste possono sembrare noiose alla maggior parte delle persone, ma in realtà hanno una forma o una consistenza che puoi usare nel tuo lavoro. Le cose che mi circondano sono la più grande ispirazione che ho.”

Sperimentare è un momento chiave del processo creativo a cui però non tutti i professionisti sono disposti a rinunciare.

A questo proposito Boyd conferma:

“Dico sempre alle persone che è meglio ignorare i trend e cercare di trovare la propria strada, cercare di trovare il proprio stile personale perché è molto difficile costruire una carriera significativa se fai solo lavori che assomigliano a tutti gli altri”.

Anche Leopoldo Leal sottolinea l'indispensabilità della fase del gioco e afferma come, anche per i progetti che gli vengono commissionati dai clienti, si organizza per riuscire a dedicare un momento alla sperimentazione, perché ritiene questo momento fondamentale nel processo.

Leal fa l'esempio di un ipotetico brief di un cliente:

“Si inizia con un briefing che il cliente ha dato: il mio packaging è per un cioccolato, i miei concorrenti sono questi, iniziamo a capire questo cliente e a creare dei limiti; dopodiché, se possibile, in questo programma si possono inserire uno o due giorni di sperimentazione libera.”

Secondo il designer è quindi possibile dedicare un momento alla sperimentazione in qualsiasi tipo di progetto, che questo sia più lungo o più corto. Dal momento in cui la sperimentazione è quindi importante a livello di creatività e di innovazione, vale la pena dedicargli un momento in qualsiasi progetto, e preferire un'ispirazione di questo tipo, attiva da parte del designer, rispetto ad una passiva, totalmente influenzata dai social network, che non porta né innovazione nel campo, né per il singolo designer che li utilizza.

Leopoldo Leal, durante l'intervista da noi sostenuta, a proposito della digitalizzazione e dell'utilizzo assiduo dei software sostiene che **qualsiasi strumento che viene utilizzato e esplorato a fondo inizierà a produrre sempre risultati più simili**. Così la stessa cosa può avvenire sui software digitali: se tutti utilizzano Photoshop e solo i software Adobe.

La risposta di questi progetti sarà del tutto simile.

“L'importanza di sperimentare sta nello scoprire cose nuove. Perché se facciamo esperimenti diversi, proveremo materiali diversi, metodi diversi e modi diversi di pensare. Se invece abbiamo un solo modo di fare le cose o lavoriamo con pochi materiali o strumenti, generiamo risposte a problemi diversi che tendono ad essere molto simili.”

Joe Boyd

“Io uso Photoshop e illustrator e altri prodotti di Adobe, ma inizio a fare a mano e dopo digitalizzo e metto nel computer. Dopodiché stampo e torno al computer e questo è il modo per non fare solo cose usando gli strumenti standard. Questa è la cosa interessante.”

In un'intervista con Eye On Design, il graphic designer **David Carson** sostiene:

“Se devi trovare la tua creatività tramite Google, probabilmente non sei molto creativo. Si tratta di essere attratti naturalmente da tutto ciò che ti circonda e di utilizzare in qualche modo tutto ciò che provi e vedi. Raggiungere dentro di te e trovare la tua unicità, deve guidare il tuo processo decisionale. Vedo spesso nelle agenzie che il primo passo per i designer è andare su Google e cercare idee.

Se devi farlo, non sei nel campo giusto. Chiunque può farlo.

Questo tipo di lavori verranno presto sostituiti, quando ci sarà un software in cui inserisci il brief e le linee guida e ti darà un mazzo pronto da presentare. Avrà caratteri tipografici oscuri e tutta quella roba, quindi eliminerà tutta una serie di designer. Hai bisogno di nervosismo, di essere personale e soggettivo, poiché coloro che non lo sono saranno presto sostituiti da questo tipo di programmi. Non sono sicuro che tu possa insegnare la creatività: hai quell'occhio o quella sensibilità, oppure no.” [29]

Coerentemente in un'altra intervista, riguardo i social media e le risorse di progettazione online, e di come queste abbiano influenzato il design grafico, Carson risponde:

“ha reso tutto meno sperimentale, meno memorabile, meno unico e meno efficace. Ha omogeneizzato il lavoro nel suo complesso e lo ha reso più facile da dimenticare, con un impatto minore” [30].

La fase di sperimentazione e quella di ispirazione sono molto connesse, ed esiste un effettivo dibattito su quale delle due nasca in principio e influenzi l'altra.

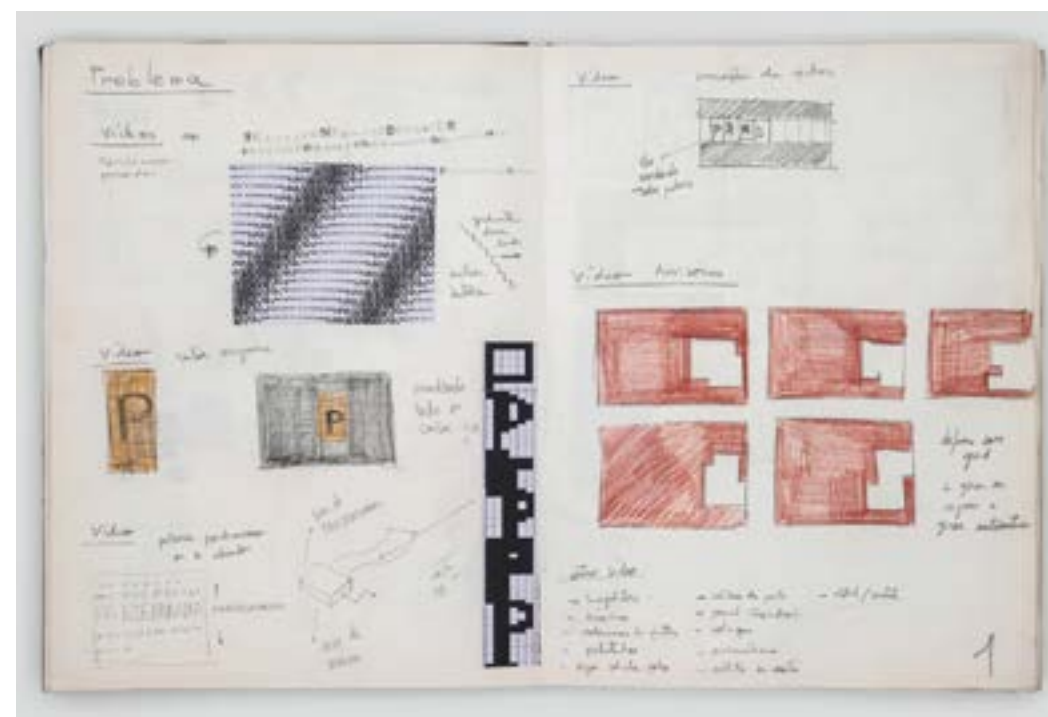
“ Quando si organizza un progetto, bisogna sempre pensare che il primo passo sia la creazione del brief, del problema, dei limiti. (...) La ricerca è utile in ogni momento e l'ispirazione non nasce se ci si siede e si aspetta la scintilla. È impossibile. Il nostro processo di ispirazione può essere paragonato ad un treno: quando il treno è fermo, non succede nulla, ma quando il treno inizia a muoversi ha bisogno di molta energia: funziona così per noi. All'inizio di un progetto, non sappiamo da dove cominciare. È dopo esserci riscaldati attraverso la sperimentazione che si hanno molte idee e si creano delle connessioni. ”

Leopoldo Leal



23

24



/Progetto
1. Approccio progettuale

“ *Perché non si tratta solo della consegna finale, ma anche del processo. Senza questo processo è molto, molto difficile parlare del progetto e il mio approccio è sempre quello di documentare il processo.* **”**

Approccio progettuale

Alla luce delle ricerche svolte, ci siamo posti due domande: quanto siamo stati limitati nella nostra creatività dai social media e dalle tecniche più standard ma tuttavia efficaci insegnateci durante il nostro corso di studi? Quanto un approccio più sperimentale che non incorre nella paura del fallimento potrebbe effettivamente apportare delle migliorie ai nostri progetti?

Il Politecnico di Torino applica al mondo del design uno sguardo scientifico e razionale, incentiva l'innovazione tramite degli studi tecnici che guardano sia alla storia sia alle nuove tecnologie. Seppure questo sguardo permette una panoramica completa agli studenti sulle scienze che perfezionano ogni giorno il mondo del design, molti studenti riportano che l'ambiente e l'approccio del Politecnico, vincolato a una scienza specifica e studiata, non stimoli uno studio libero e personale che possa aiutare a sviluppare un proprio punto di vista senza temere il fallimento.

La pressione delle consegne finali e l'attenzione data al prodotto concluso e alla sua massima funzionalità ed efficacia, diventano spesso l'obiettivo al centro del mirino e ci distraggono così da tutto quello che vi orbita intorno: il processo di ricerca resta così nel teorico, spesso legato ad una attenta raccolta di dati e casi studio. Gli studenti si improntano su un'indagine efficiente, che possa ottimizzare i tempi e massimizzare i risultati.

La fase di ricerca pratica e quindi di esperienza diretta tramite un'esplorazione fluida e libera da inibizione, viene così dimenticata e messa in secondo piano. Eppure, è proprio quella fase una delle più accrescenti e sorprendenti nonostante il risultato ultimo del progetto.

Sono in molti i professionisti che **spronano e analizzano l'importanza dell'elemento giocoso nel processo creativo**. L'innovazione e l'inaspettato nascono per l'appunto da un metodo che deve essere esso stesso innovativo e inaspettato.

I preconcetti culturali e razionali che guidano al risultato più proficuo e vantaggioso devono quindi essere bilanciati da uno sforzo creativo quasi ludico che vuole porsi domande le cui risposte non sono già ovvie.

La libertà è importante, ma lo è ancora di più, come in ogni gioco, quando è intrappolata in vincoli e regole inaspettate. È allora che riusciamo a superare ciò che è intuitivo e scontato ed arrivare al nuovo. A sabotare definitivamente alcune fasi del processo creativo sono sicuramente i social media.

La tentazione di rivolgersi direttamente al computer preclude livelli più profondi di ricerca e ideazione, impedendoci in definitiva di arrivare in quella zona che si estende oltre i primi strati di pensiero ed esplorare le alternative più profonde e meno scontate. Ogni cosa diventa familiare dopo un'esposizione ripetuta: le idee iniziali, come le prime ricerche fatte su Google, risultano superficiali e banali. Per arrivare in un territorio più interessante è necessario **perseverare, setacciare, ordinare e assimilare soggetti e soluzioni, fino a quando non emerge una nuova idea da approfondire**. Si crea un circolo vizioso di utilizzo e riutilizzo dello stesso seme, della stessa idea embrionale già stata a fondo sviluppata, provata e sperimentata da terzi. L'esperienza diretta, che spesso a causa dei social media si perde, è altamente istruttiva e formativa. Portando avanti una sperimentazione sistematica e personale riusciamo a capire e padroneggiare fino in fondo tecniche e strumenti. La varietà delle procedure progettuali sono spesso più importanti e formative del frutto finale del lavoro: l'importante è "il fare".

/Progetto

2. Casi studio

I casi studio che abbiamo scelto vogliono

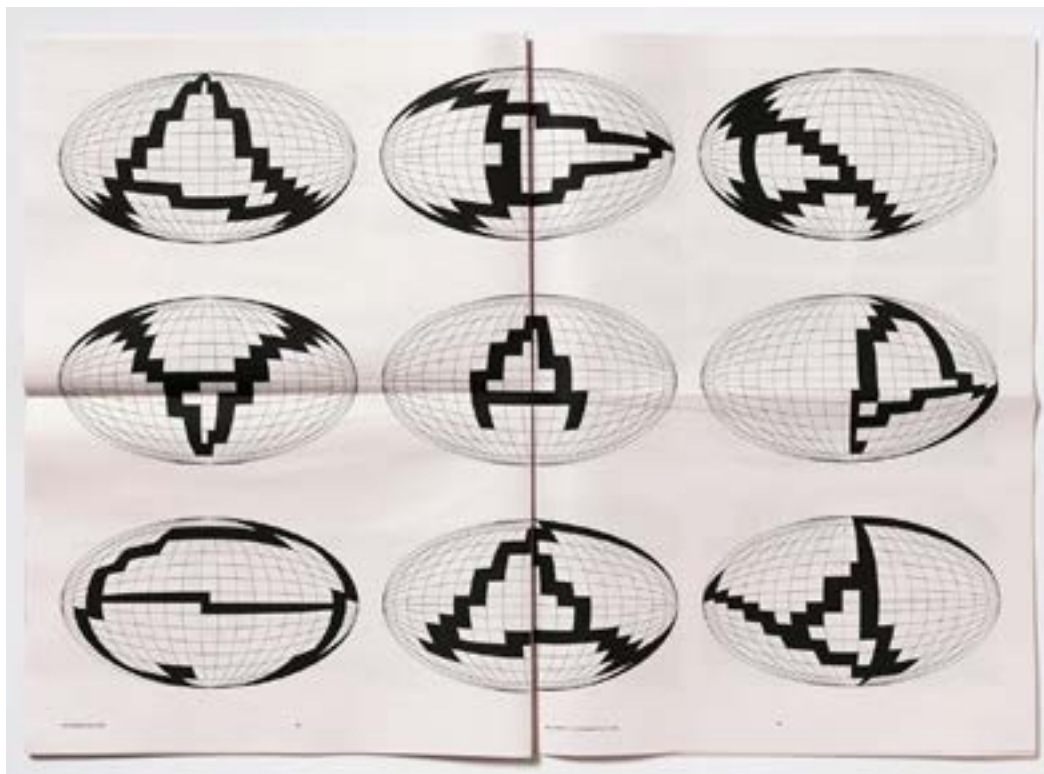
supportare e indagare alcuni aspetti fondamentali della nostra tesi.

Innanzitutto , abbiamo scelto di sottolineare nuovamente l'importanza delle **regole e dei limiti nelle sperimentazioni**: quelle stesse linee guida che sono ostacoli nella fase di ideazione, diventano poi le fondamenta di un pensiero innovativo e fuori dal comune.

Enfatizziamo poi ancora una volta il valore del **tempo, della costanza e della perseveranza** per arrivare a delle migliorie, ampliare le proprie conoscenze e la propria raccolta personale di vittorie e fallimenti, entrambi fondamentali nella crescita professionale di un designer.

Infine, il risultato che vorremmo dimostrare con le nostre ricerche: **la sperimentazione come strumento di crescita personale, per sfidare i propri limiti ed uscire dalla propria comfort zone** fino a raggiungere una propria identità ed una forma di **innovazione**, anche solo personale.

Le sperimentazioni sono un esercizio creativo che insegna, accresce e rivoluziona.



The Alphabetical Room

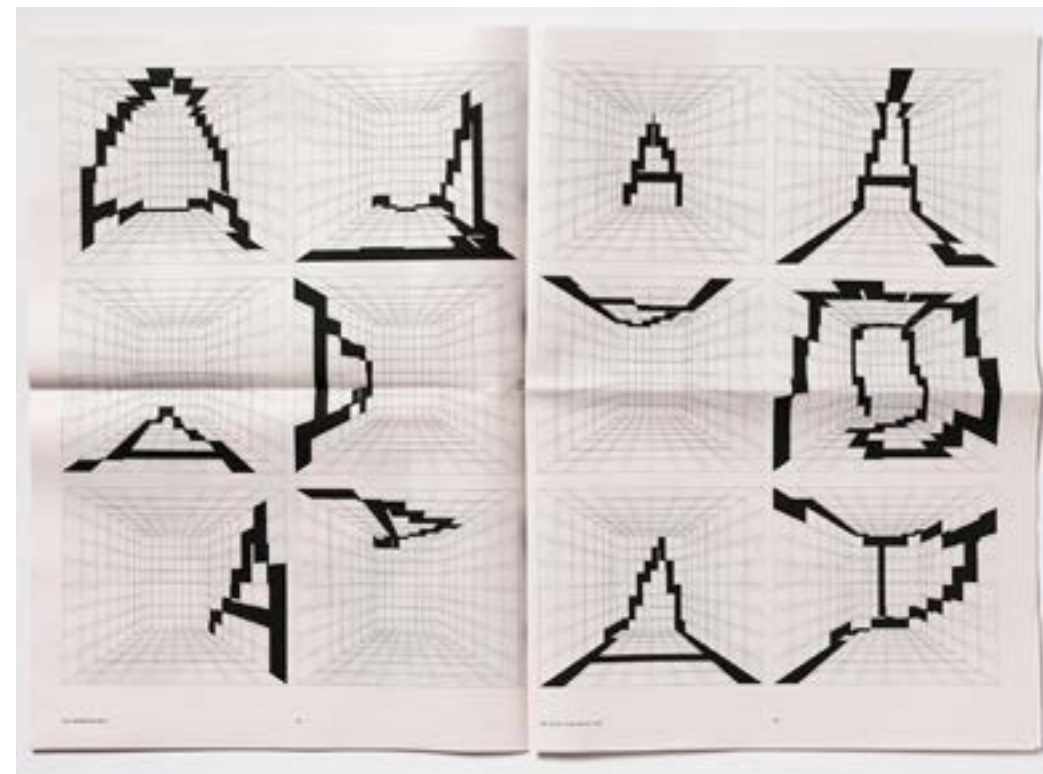
Il progetto "The Alphabetical Room" è un'esplorazione sistematica dei confini e dei limiti della scrittura all'interno di una griglia matematica tridimensionale rigorosamente calcolata nello spazio digitale piatto.

Liad Shadmi, designer tedesco, nel suo progetto sfrutta dei giochi visivi correlati a spazialità, struttura e griglie, creando delle illusioni ottiche.

Decide di partire dalla **griglia tridimensionale** che **Josef Müller Brockmann** propose nel 1961 in Grid System per aiutare progettisti e curatori di mostre a collocare informazioni e immagini all'interno di una stanza tridimensionale. Nel corso delle pagine, la prospettiva dell'osservatore cambia, così come la risoluzione delle griglie tridimensionali in cui sono visualizzate le ipotetiche forme delle lettere.

Shadmi, per la realizzazione delle lettere, utilizza uno strumento digitale che sottrae o aggiunge forme trascinando il mouse, per cui non si ha quindi il controllo completo sul risultato.

Non ci sono conclusioni concrete ma piuttosto speculazioni e sperimentazioni sulle possibilità che questo mezzo e questo spazio possono offrire a un designer, programmatore o artista visivo.

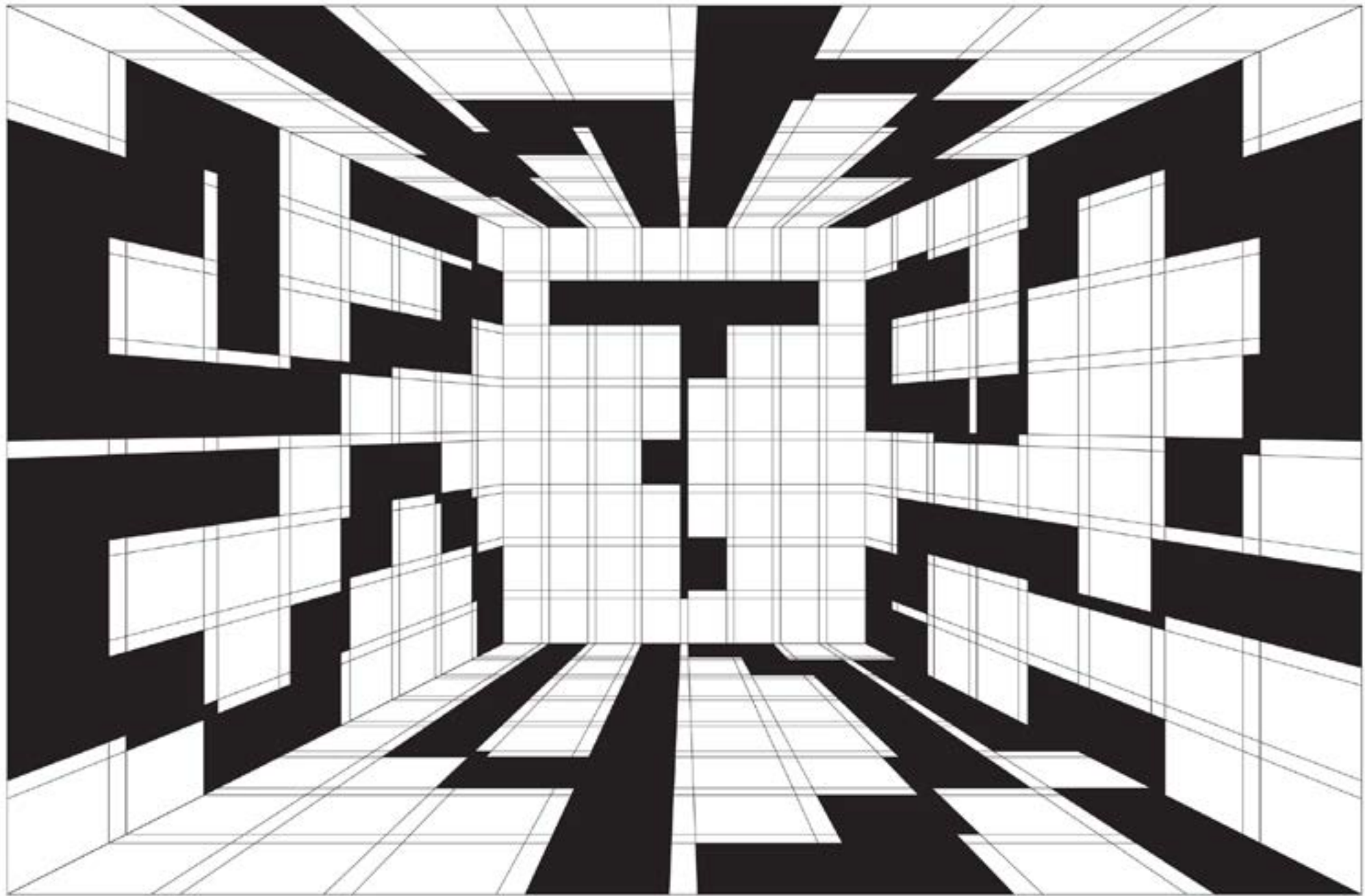


Potrebbe anche costituire un esempio di perdita di controllo e rappresentare la tensione creata tra gli aspetti incontrollati e casuali della progettazione digitale in contrasto con l'approccio metodologico e controllato della progettazione umanistica.

In questa sperimentazione, Liad Shadmi si occupa della creazione di un font derivato da una determinata griglia. Per fare questo decide di **porre alcuni criteri predefiniti alla sperimentazione**. Due di questi risultano particolarmente importanti per la nostra ricerca: la libertà dall'aspettativa e dal risultato e, in contrapposizione, i limiti e le regole precise che egli stesso ha imposto alla sua sperimentazione.

Shadmi, infatti, inizia le sue sperimentazioni senza un'idea precisa di dove queste lo condurranno:

non parte con un'aspettativa precisa sul progetto finale, ma prova invece tentativi diversi che lo porteranno alla creazione della soluzione migliore. Fin dall'inizio decide di non avere il controllo sul risultato finale, e così facendo dimostra quanto il prodotto possa essere **imprevedibile e sorprendente**.



Se Shadmi fosse partito con un'idea esatta di come il progetto sarebbe finito, non ci sarebbe stata novità e non ci sarebbe stato un vero e proprio successo. L'esito sarebbe stato scontato se non una semplice copia di altri progetti già visti. Inoltre, l'utilizzo di un determinato software garantisce maggiormente un risultato ignoto in partenza. Come dice il designer stesso: "Uno strumento è qualcosa su cui non si ha il pieno controllo e i risultati sono molto più interessanti". Nella sperimentazione portata avanti da Shadmi è fondamentale il rispetto dei limiti e delle regole che si è egli stesso imposto come linee guida: ha infatti posto alla base del suo esperimento una griglia tridimensionale entro la quale deve disegnare la lettera A. Per fare questo è obbligato ad uscire dagli schemi basilari che compongono la lettera A, per crearne altre versioni più o meno leggibili. Questo rispetto diligente dei limiti e degli spazi gli permette di arrivare ad un risultato concreto, evita le infinite possibilità che si potrebbero creare altrimenti, e che non porterebbero a niente di innovativo. Così facendo Shadmi si assicura di uscire dagli schemi alla ricerca di qualcosa di nuovo [31].

Conditional Design

Il **Conditional Design** è un metodo di approccio al design formulato da un gruppo formato di quattro graphic designer olandesi: Luna Maurer, Edo Paulus, Jonathan Puckey e Roel Wouters.

I quattro professionisti decidono di definire e provare tecniche di sperimentazione nel campo del design grafico.

Il Conditional Design definisce un suo preciso **manifesto**:

"A causa dell'influenza dei media e della tecnologia sul nostro mondo, le nostre vite sono sempre più caratterizzate dalla velocità e dal cambiamento costante. Viviamo in una società dinamica, basata sui dati, che stimola continuamente nuove forme di interazione umana e contesti sociali.

Invece di romanticizzare il passato, vogliamo adattare il nostro modo di lavorare affinché coincida con questi sviluppi e vogliamo che il nostro lavoro rifletta il qui e ora. Vogliamo abbracciare la complessità di questo paesaggio, offrirne una visione approfondita e mostrarne sia la bellezza che i difetti.

Il nostro lavoro si concentra sui processi

piuttosto che sui prodotti: cose che si adattano al loro ambiente, enfatizzano il cambiamento e mostrano la differenza.

Invece di operare secondo i termini di Graphic Design, Interaction Design, Media Art o Sound Design, vogliamo introdurre Conditional Design come un termine che si riferisce al nostro approccio piuttosto che ai media scelti. Conduciamo le nostre attività utilizzando i metodi di filosofi, ingegneri, inventori e mistici."



All'interno del loro manifesto, Luna Maurer, Edo Paulus, Jonathan Puckey e Roel Wouters definiscono tre aspetti fondamentali del loro metodo e sottolineano la loro importanza conferendo ad ognuno un ruolo: il materiale, il prodotto ed il motore.

“L'input è il nostro materiale”

Nel suo manifesto, il collettivo definisce l'importanza degli input, che coinvolgono la logica, attivano e influenzano il processo. Gli input devono derivare dall'esterno, ovvero da tutto ciò che ci circonda, la natura, la società e le sue interazioni umane.

“Il processo è il prodotto”

Il processo è fondamentale, definito come prodotto esso stesso. Sono 3 i fattori che subentrano per definire un buon processo: il tempo, la relazione e il cambiamento. Il processo influenza il progetto e proprio per questo l'apparente oggettività di quest'ultimo sfuma: il prodotto finale dipende strettamente dal designer che ne è stato autore e dal processo che ha messo in atto per arrivare alla sua forma finale e diventa allora estremamente soggettivo. Nasce una dipendenza tra il designer che sperimenta o che più generalmente progetta e le sue intenzioni.

“Il processo crea una formazione più che una forma”

“La logica è il motore”

Il Conditional Design definisce comunque dei binari che rendono un processo buono, prima tra tutti la logica che viene definita come il motore che porta avanti ogni lavoro e sperimentazione. Niente viene fatto casualmente ma è tutto piuttosto rigorosamente pensato. Un buon risultato non può essere prodotto del caso. La logica è uno strumento ed un metodo per individuare e poi enfatizzare l'inafferrabile ed è con la logica che si progettano le condizioni, e quindi le regole, che rendono più nitida la prospettiva del processo e stimolano il gioco all'interno dei limiti.

Le regole sono quindi nuovamente un aspetto cruciale delle sperimentazioni.

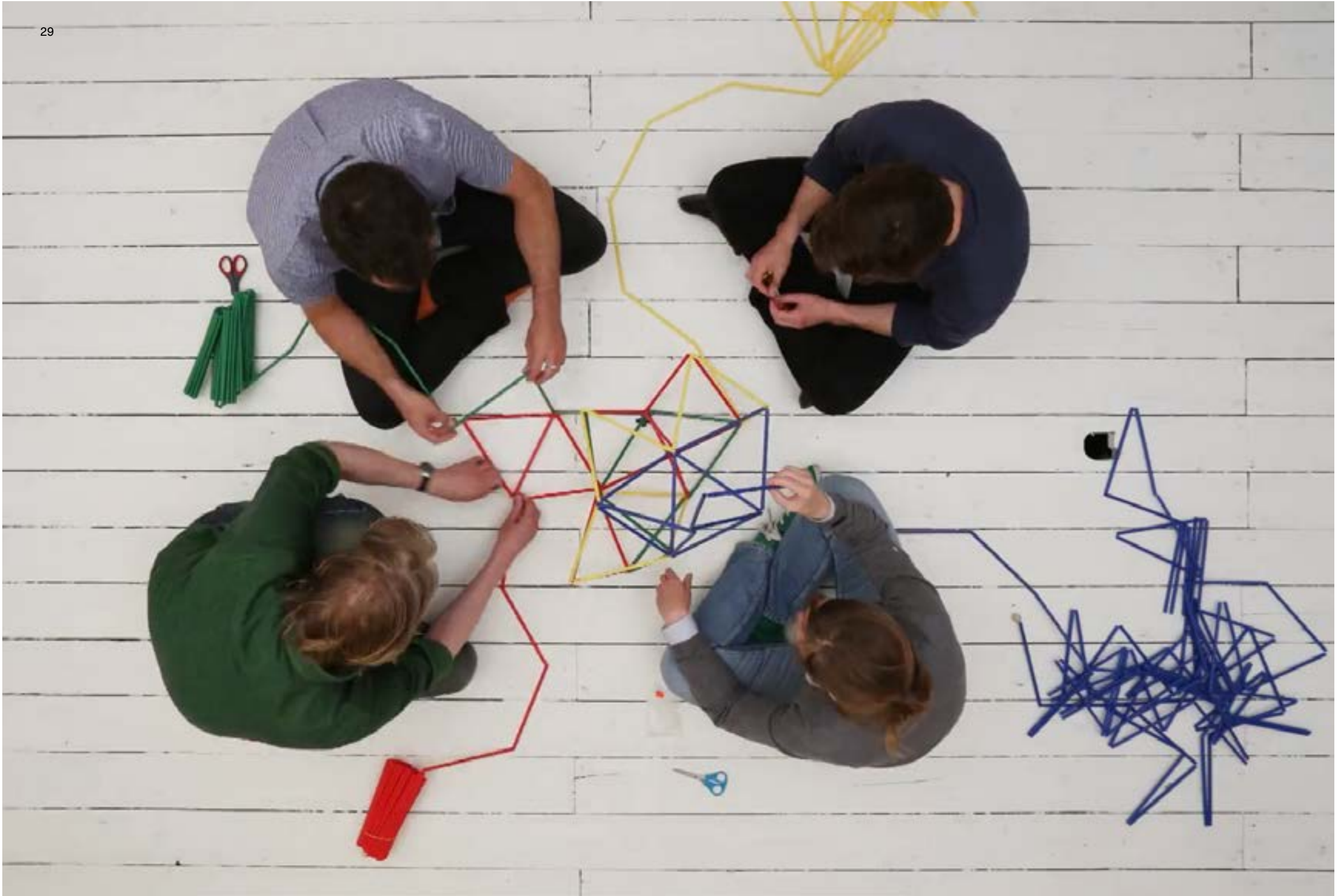
A partire da questo manifesto il Conditional Design definisce un metodo chiaro di lavoro e propone una **serie di sperimentazioni, definibili quasi di esercizi, per aiutare altri designer ad ottenere gli stessi risultati.**

Queste sperimentazioni sono spiegate all'interno di un book che vuole dimostrare come ogni designer partecipa al progetto è indispensabile e condiziona in modo diverso il risultato finale. L'obiettivo ultimo è quello di ispirare e provocare i professionisti del mondo creativo, spingendoli così a mettersi in gioco ed uscire dalla propria comfort zone con metodi diversi.

Il Conditional Design è per noi nello specifico un ottimo esempio di quanto la sperimentazione possa diventare uno strumento eccellente per migliorare a livello personale, sfidando i propri limiti e portando in qualche modo ad una vera e propria forma di innovazione individuale.

Gli autori hanno deciso di pubblicare il loro libro “Conditional Design, A manifesto for artists and designers” proprio per diffondere quelli che ritengono, e che riteniamo anche noi, concetti fondamentali nell'ambito del design e per la buona riuscita di un progetto. Seguendo il loro esempio, il nostro progetto vorrebbe ispirare i giovani designer a sperimentare con lo scopo di migliorare, trovare una propria identità e raggiungere un qualcosa che possa essere, anche solo a livello personale, innovativo [32].



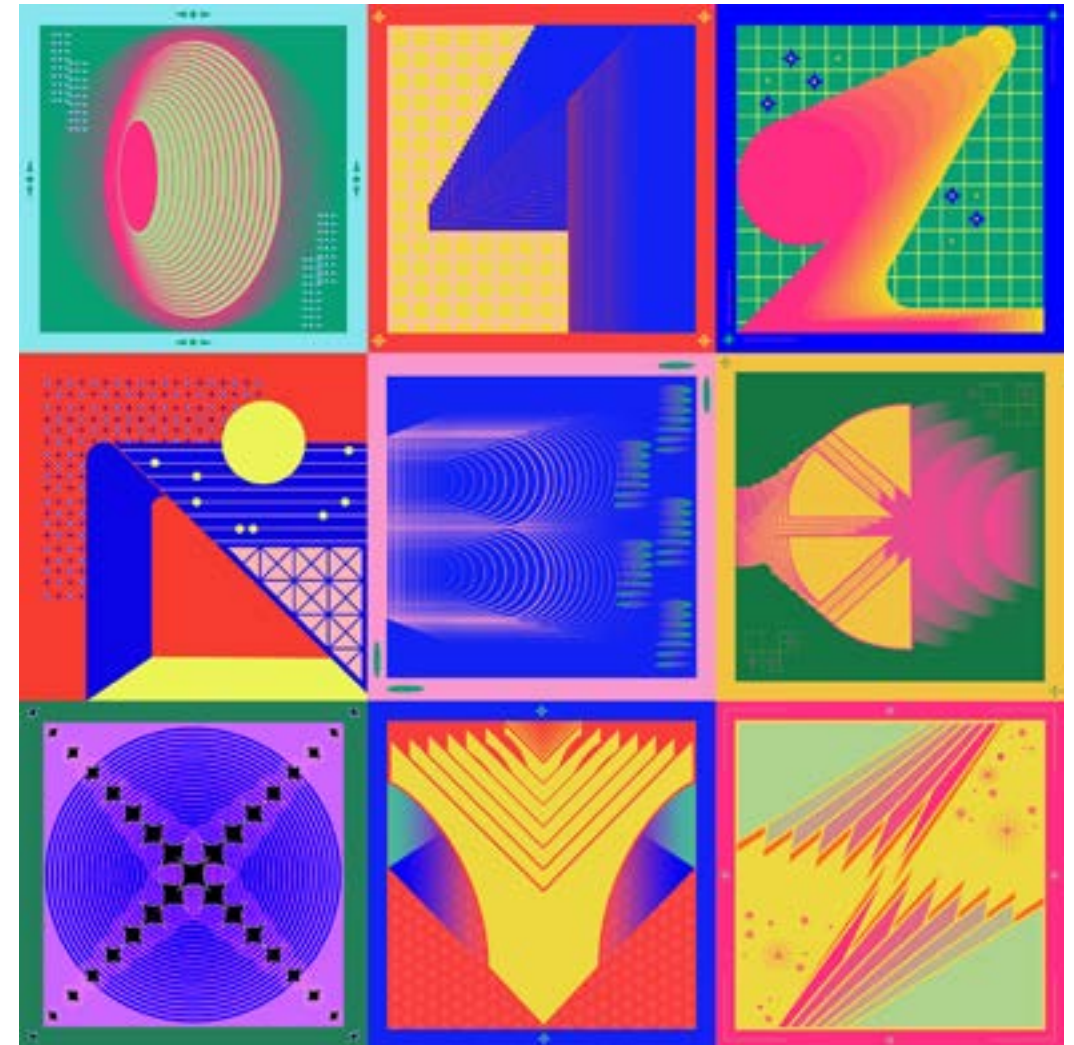


36 days of type.

36 days of type nasce come progetto personale da due graphic designer di Barcellona, che decisero di mettersi alla prova. La sfida consisteva nel **creare qualcosa di nuovo ogni giorno, sperimentando con tecniche e sistemi innovativi nel campo e nuovi nel loro stesso repertorio, con lo scopo di migliorare e di ampliare il loro sguardo nel mondo del design.** Nello specifico Nina Sans e Rafa Goicoechea si concentrano sul mondo della tipografia, creando ogni giorno uno dei glifi base che compongono l'alfabeto latino, per 36 giorni consecutivi.

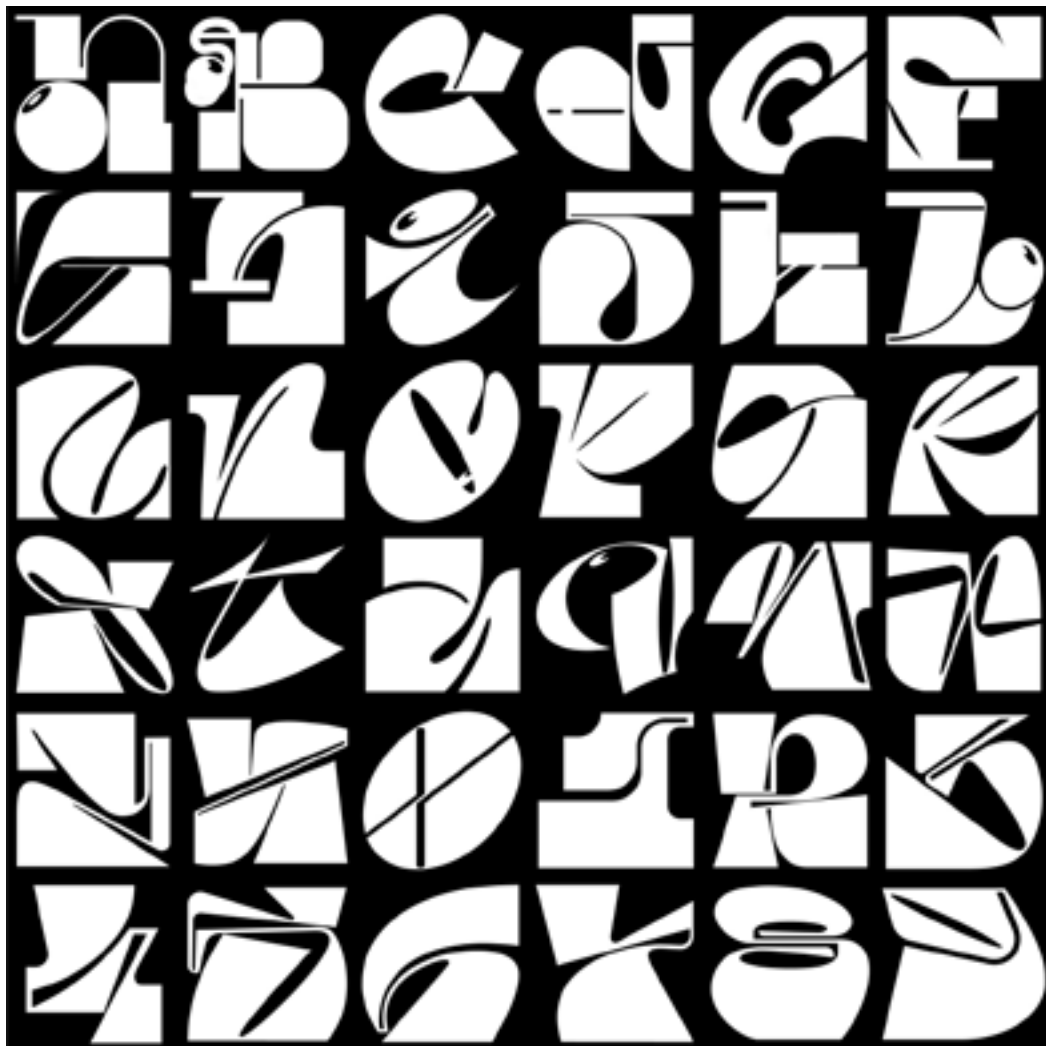
Da questa idea nasce l'intero progetto, che ad oggi diventa universale attraverso i social e ha lo scopo di coinvolgere artisti e designer, sfidando anch'essi nel creare un font ogni giorno per 36 giorni, e condividendolo poi su instagram.

31



32

Lo scopo di questo progetto è sperimentare e migliorare le proprie capacità di progettazione per creare una raccolta diversificata di lettere e numeri, avvicinandosi a ciascuna forma di lettera in uno stile diverso ed esplorandone la forma e la struttura uniche. Il progetto cerca di spingere ogni designer a provare qualcosa di nuovo, per dimostrare che questo possa essere utile a tutti per sviluppare un nuovo stile e nuove tecniche.



33

/Progetto
3. Target

Il progetto 36 days of type è un ottimo caso studio che dimostra l'**utilità del tempo** come fattore fondamentale del miglioramento. Solo facendo e sperimentando ogni giorno si può pensare di trovare qualcosa di nuovo e di riuscire maggiormente nei progetti, anche se commissionati, grazie anche all'ampia bacheca che si costruisce giorno dopo giorno provando e fallendo [33].

Il progetto nasce da una necessità che noi in principio abbiamo percepito. Come studenti di una facoltà di design, abbiamo sempre sentito il bisogno di provare e sperimentare tutto ciò che ci è stato insegnato teoricamente, per mettere in pratica e testare su noi stessi ciò che ci ha sempre appassionato. Inoltre l'utilità di provare, oltre a studiare, è in ogni campo fondamentale, perché i concetti siano meglio appresi e immagazzinati, e perché vengano tratti dalla memoria a lungo termine. Il target di questo progetto siamo quindi noi autori della tesi stessa, in primis, per testare su noi stessi la validità della sperimentazione, con il desiderio e l'ambizione di migliorare, e di provare tecniche e stili che abbiamo visto e studiato negli anni.

Ma noi non siamo sufficienti: subentrano, quindi, anche tutti coloro che sono come noi. Ci rivolgiamo ai **giovani designer**, entrati da poco in questo campo, e che hanno quindi voglia di fare e di conoscere, e tempo per mettere in pratica; ma allo stesso tempo che non hanno molti preconconcetti e non hanno un grande repertorio affinato. Questo progetto è dedicato a coloro che sentono il desiderio e la **necessità di mettersi in gioco, e di imparare cose nuove**. È dedicato a chi, quando lavora ad un progetto, non si accontenta della prima idea a cui pensa, o della prima ispirazione che compare sui social, ma invece ricerca a fondo nuove possibilità e modi di percepire il proprio lavoro.

Inoltre, volendo dimostrare che la sperimentazione è effettivamente utile, vorremmo fare in modo che il target si espanda anche a coloro che sperimentano e che provano di meno. Vogliamo rivolgerci a coloro che preferiscono servirsi dei social come instagram, pinterest e behance, per farsi ispirare e che sono soddisfatti da queste prime ricerche. Siamo pienamente convinti dell'utilità dei social media per tenersi aggiornati e per conoscere le novità e i lavori di altri designer, più o meno professionisti, e per imparare e farsi ispirare dai migliori. Siamo però altrettanto convinti che queste ricerche non bastino.

Siamo però altrettanto convinti che queste ricerche non bastino. Per portare avanti e assicurare un futuro al nostro campo, e per evitare che il nostro mestiere venga presto sostituito dall'intelligenza artificiale, dobbiamo continuare ad innovarci e trovare sempre nuove soluzioni ai problemi. Non possiamo quindi accontentarci di ciò che fanno gli altri, semplicemente copiando ed imitando i professionisti.

Vogliamo coinvolgere quindi anche questa fetta di giovani designer, cercando di ispirarli a mettersi alla prova e a cercare sempre qualcosa di nuovo.

Abbiamo quindi intervistato alcuni giovani designer e, più generalmente, studenti o appassionati in ambiti artistici, per cercare di capire se anche loro sentono il bisogno di sperimentare, se siano a conoscenza della validità di questa metodologia e quanto invece si lasciano plasmare dai social come prima e unica fonte per la creazione di un progetto. Abbiamo diffuso un questionario e ottenuto 70 risposte.

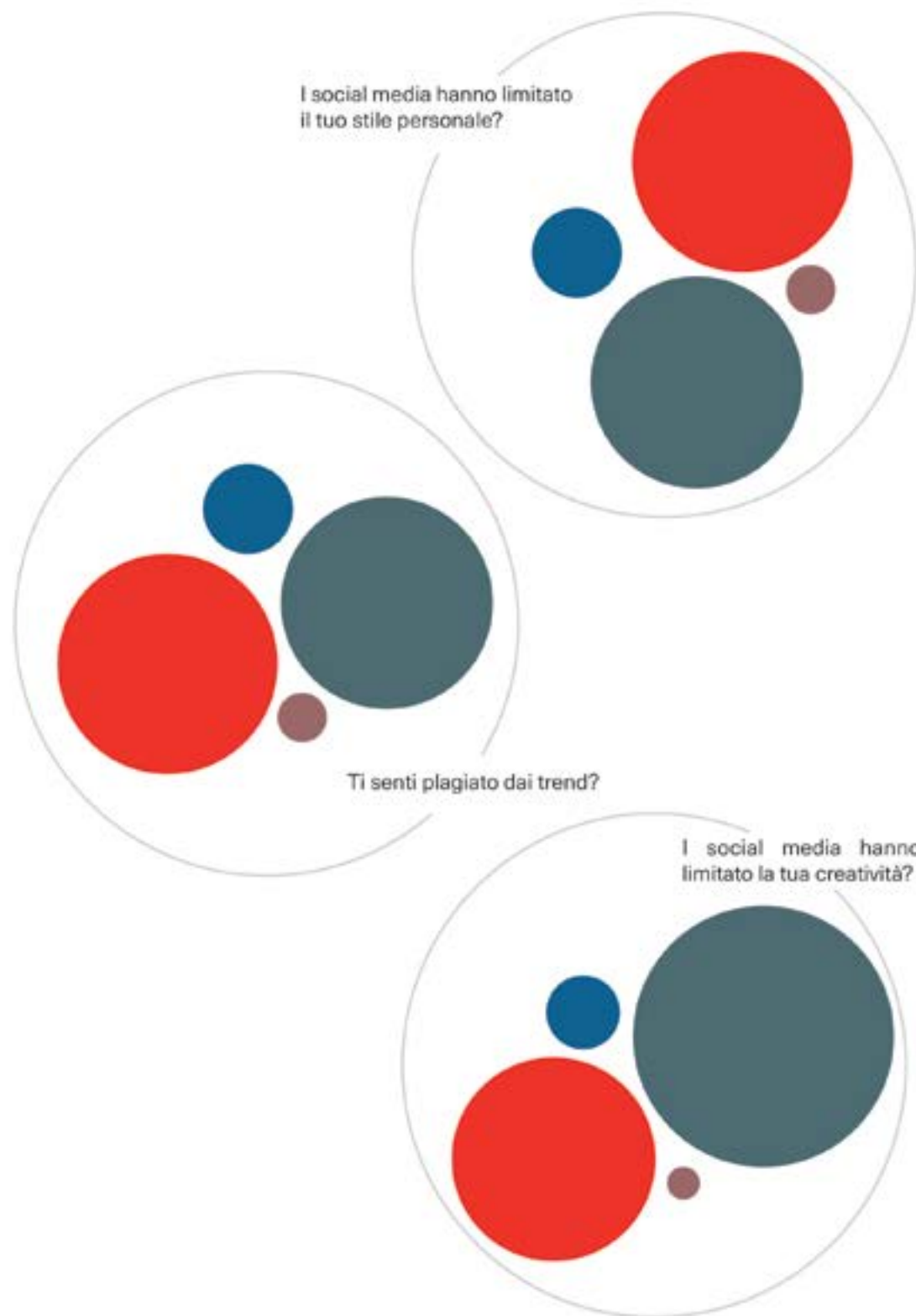
Il 96,6% delle persone che hanno risposto al sondaggio hanno tra i 18 e i 30 anni e studiano o hanno studiato in campi artistici, come design per la comunicazione o per il prodotto, architettura, arte, cinema o musica.

L'88,5% delle persone dichiara di utilizzare sempre o spesso i social media come fonte d'ispirazione, e solo il 15% non si sente per niente plagiato da questi. L'8,6 % sente che i trend sui social media hanno molto influenzato e influenzano molto i lavori di cui si occupano, il 38,6% si sente abbastanza limitata e il 37,1% si sente poco limitata dai trend. Si possono notare risultati molto simili alle due domande successive in cui abbiamo chiesto ai rispondenti se percepiscono la loro creatività come limitata e se sentono limitato lo sviluppo di un loro stile personale a causa dei social.

Ci siamo quindi interrogati sulla possibilità che le persone non percepiscano l'influenza dei social sullo stile che decidono di adottare nei progetti, e sulla metodologia con cui affrontano un brief.

TARGET

Studenti e giovani designer
18-30 anni



Sembra infatti inverosimile che il 90% dei rispondenti pensa che il modo di prendere ispirazione sia cambiato a causa dei social media e dell'88,5% delle persone che li utilizzano come fonte d'ispirazione, poi solo meno della metà di questa si lasci influenzare in qualche modo.

Per quanto riguarda invece le domande sulla sperimentazione si può osservare che l'87,1% dei rispondenti pensa che la sperimentazione sia importante per la riuscita di un progetto, e il 95,7% pensa che sia fondamentale per innovare nel proprio campo e per sviluppare la propria creatività. Ci sembra anche fondamentale sottolineare che il 94,3% degli studenti che affermano che il proprio corso di studi non abbia permesso loro di sperimentare, implementerebbero la sperimentazione nella loro facoltà.

Infine il 98,6% dei rispondenti reputa che vedere come hanno sperimentato le altre persone possa essere a loro stessi utile.

Sulla base di questi dati, e in particolare dell'ultimo, abbiamo deciso di confermare il nostro target, con la speranza e lo scopo di riuscire a spingere anche coloro che non hanno mai sperimentato a provare a loro volta questa metodologia per ottenere uno sguardo diverso nel momento in cui devono affrontare un progetto.

/Progetto 4. Concept

Sulla base delle ricerche svolte, e delle analisi dei casi studio e del target, abbiamo proceduto definendo meglio il nostro progetto, delineato in una sorta di messa in prova della nostra ipotesi: per testare le nostre ricerche e affermare l'importanza effettiva delle sperimentazioni in ambito educativo, abbiamo voluto intraprendere un vero e proprio **percorso formativo** da autodidatti e metterci in gioco. Il progetto ha quindi lo scopo primo di **testare in prima persona il valore e l'utilità delle sperimentazioni**.

Nello specifico si compone in **30 sperimentazioni portate avanti in 30 giorni**. Le sperimentazioni consistono nello scattare una foto ogni giorno, stamparla, e da questa trovare e ricavare ogni giorno delle lettere, che insieme vanno a formare la parola **"Rapsodia"**.

Definendo in maniera molto precisa dei limiti di processo, si vuole quindi mettere in luce i metodi con cui questi vengono affrontati ogni giorno, che nello scorrere del tempo sono sempre più particolari e distintivi. Infatti, andando avanti ogni giorno con le sperimentazioni, si sente la **necessità di trovare nuove soluzioni** al problema che rimane sempre lo stesso.

Linee guida

Grazie alle ricerche, abbiamo compreso alcune **importanti caratteristiche** che ogni sperimentazione dovrebbe porsi.

Innanzitutto l'importanza di **fissare in anticipo delle regole ristrette da seguire**. Queste sono infatti parecchio utili per restringere il campo di lavoro, per evitare di uscire troppo dagli schemi, ma allo stesso tempo garantiscono di esplorare tutte le possibilità, che se no non verrebbero neanche ricercate.

Abbiamo quindi ragionato a fondo per definire dei limiti alle sperimentazioni che potessero essere alla nostra portata ma che, allo stesso tempo, potessero **rappresentare una sfida per le nostre capacità**. Si parte quindi da una foto ogni giorno.

Questa foto viene scattata da noi con un obiettivo 28-70mm. I soggetti delle foto sono variegati e non connessi tra di loro.

Dal momento che noi due, autori della tesi, siamo stabili a Torino, la maggior parte delle foto sono scattate al panorama torinese. Prima tra le regole è quindi la necessità di avere queste **foto stampate**. Ogni giorno, le foto vengono mescolate e scelte da coperte. In questo modo c'è la possibilità che la foto scelta sia stata scattata dall'altro e non è quindi possibile fare previsioni sul lettering in origine.

Sulle fotografie si può lavorare solo in analogico, attraverso l'utilizzo di colori, tempere, carta lucida, carta carbone, scotch ecc. Le lettere devono essere trovate all'interno della foto, nelle forme e nei materiali più precisamente nelle sue forme presenti, ricalcando, tagliando e riadattandole, oppure mantenendo le linee guida delle geometrie del soggetto, organizzandole diversamente. È possibile anche giocare con le texture che gli oggetti presentati nelle foto possono creare nella realtà. Tutte le modifiche alla foto e tutte le tecniche che vengono utilizzate per estrarre le lettere, devono essere in analogico. **L'utilizzo del computer deve essere quasi inesistente**, l'unico strumento digitale che abbiamo deciso di utilizzare è la fotocopiatrice, per rendere più veloci alcuni processi che non sono fondamentali al risultato.

Ogni 6 giorni abbiamo scelto un lettering che potesse essere ancora esplorato e abbiamo deciso di farci un poster. In questo modo vogliamo dare un'applicazione più pratica ai lettering.

Ci sembra anche necessario sottolineare che **l'utilizzo dei social per prendere ispirazione non è consentito**.

Al di fuori di queste regole, tutto ciò che è nelle nostre conoscenze o che vogliamo testare, può essere messo in pratica. Questa libertà è d'altra parte altrettanto importante per permettere ad ogni possibilità di essere esplorata.

Allo stesso modo all'inizio di ogni giornata è utile **non porsi un obiettivo da perseguire**, ma al contrario lasciare che ogni strada possa essere sondata, senza cercare una soluzione precisa. In questo modo non ci si pone un obiettivo prefissato, ma si permette alla mente di vagare liberamente e perciò si può sicuramente rimanere più sorpresi del risultato finale.

Durante le nostre ricerche abbiamo compreso l'importanza del processo, che nella sperimentazione, e quindi nel nostro caso, diventa più rilevante del progetto finale, cioè dei lettering. Per questo motivo abbiamo ritenuto fondamentale tenere uno sketchbook che illustrasse le varie fasi compiute ogni giorno per l'arrivo al prodotto finale. Anche questo sketchbook è analogico, e ne esiste dunque una sola copia.

La durata

Nel corso delle nostre ricerche abbiamo potuto evincere l'importanza della durata delle sperimentazioni: spesso, è solo da una sperimentazione con limiti stretti e portata avanti nel tempo con costanza che si esce effettivamente da quelle che sono le soluzioni più ovvie. Solo con l'esercizio prolungato si riesce a scavare negli strati più profondi della nostra creatività ed esplorare vie inaspettate, analizzare ogni possibilità e sperimentare liberamente in tutte le fasi e con ogni strumento. Il tempo è inoltre fondamentale per mostrare e notare un cambiamento, che sia minimo o personale. Il progetto ha quindi una durata specifica e predeterminata: **abbiamo deciso di lavorare 30 giorni consecutivi**. In ognuno di questi giorni vengono mantenute le stesse regole che ci siamo imposti al primo giorno; la parola, le foto stampate e le tecniche prevalentemente analogiche a esclusione eccezionale della stampante e dello scanner. Siamo stati allora obbligati a esplorare ogni approccio e metodologia e sviluppare uno sguardo sempre più critico e profondo sui nostri strumenti. L'obiettivo ultimo non cambia mai: trovare un lettering da una fotografia.

La parola

Abbiamo deciso di limitare la nostra sperimentazione ad una sola parola invece che all'intero alfabeto; in questo modo abbiamo avuto la possibilità ed il tempo di lavorare sul processo e sulla sua evoluzione.

La parola scelta per questo esperimento è

“Rapsodia”:

“Composizione musicale a movimento unico che esplora più sezioni a flusso libero che non si relazionano necessariamente l'una con l'altra.”

“Riunione di passi o di pensieri di vari autori.”

“Risultato della giustapposizione di più frammenti.”

[34] - [35]

Crediamo che questa parola rappresenti in qualche modo la nostra tesi: la parte progettuale è infatti stata pensata e attuata da due autori diversi, con conoscenze, preferenze, educazioni e caratteri diversi che influenzano quindi il processo creativo nel suo intero.

Altro aspetto fondamentale che è stato preso in considerazione per la scelta della parola è stata la necessità di coprire il maggior numero di lettere graficamente diverse. La parola Rapsodia ci è quindi sembrata valida anche a questo scopo.

Inoltre le rapsodie spesso includono l'improvvisazione, e possono essere altamente emotive.

Allo stesso modo il periodo passato a sperimentare è stato anche caratterizzato da molta improvvisazione, per provare a trovare sempre nuove strade per affrontare la fotografia giornaliera. Anche l'emotività è stata un tratto particolare del periodo passato a sperimentare.

Per completare ogni giorno una parola con una metodologia diversa, è stato necessario passare parecchio tempo insieme e concentrati.

Abbiamo affrontato parecchi momenti di alti e bassi: rispettivamente quando la fotografia aveva parecchia potenzialità e le possibilità erano svariate e particolari, e i momenti in cui le strade affrontabili non erano particolari o molto coinvolgenti.

***/Progetto
5. Rapsodia***

05 Regole fondamentali per rendere la sperimentazione formativa:

01
02
03
04
05

La sperimentazione deve essere libera dai pregiudizi, dalla paura del fallimento e da preconcezioni culturali.

La sperimentazione deve durare nel tempo.

La sperimentazione deve essere dettata da limiti stabiliti in precedenza.

La sperimentazione non deve partire da alcuna aspettativa. Non c'è un obiettivo specifico, solo un campo di attuazione delle sperimentazioni.

La sperimentazione non deve comprendere in nessuna fase un confronto con i social media.

formativa

la sperimentazione

per rendere

fondamentali
indispensabili

le regole

Lettering

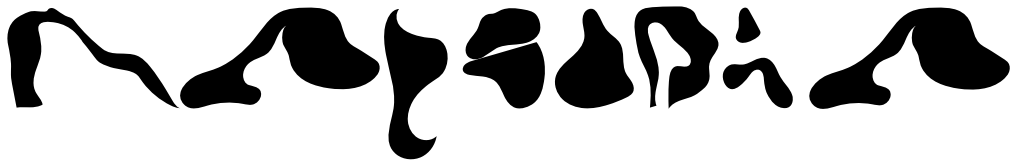
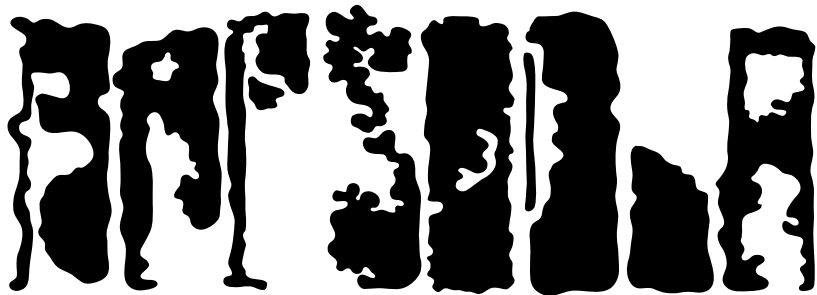
Nelle prossime pagine si susseguiranno i lettering fatti durante i 30 giorni.
In alto si possono osservare le foto di partenza e in basso il lettering finale.
Tra un giorno e l'altro sono presenti delle foto da noi scattate durante il processo di estrazione del lettering, quando questo è stato particolarmente interessante.



RepSodac



RepSodac







חופים



חופים

Poster 1
G5 - 09.01

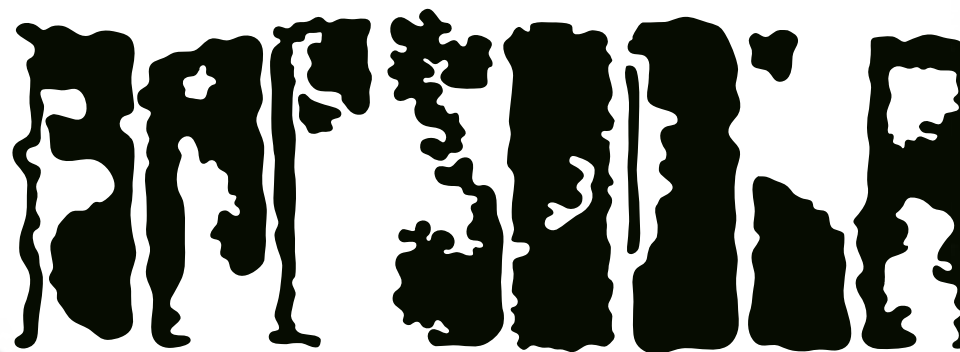
Per il primo poster abbiamo scelto il lettering del giorno 2, derivato da una foto del muschio in una grata.

Per la sperimentazione abbiamo deciso di sperimentare con il materiale presente nella foto, provando ad utilizzarlo nella realtà. Lo scopo era quello di poter percepire il muschio in 3D.

Per quanto riguarda il tema del poster, essendo il primo, ci siamo concentrati sul significato della parola "Rapsodia", che abbiamo accostato al significato della parola "Muschio" e delle sue connotazioni nelle diverse culture.

Simbolo di pazienza e crescita graduale

*strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato
strato dopo strato*



Rhapsodia s. f. [dal gr. ῥαψωδία]:

Composizione musicale ad un solo movimento di carattere molto libero e variegato.

Riunione di passi o di pensieri di vari autori.

Risultato della giustapposizione di più frammenti.

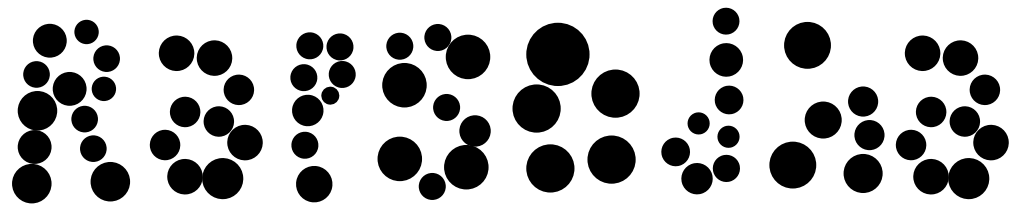
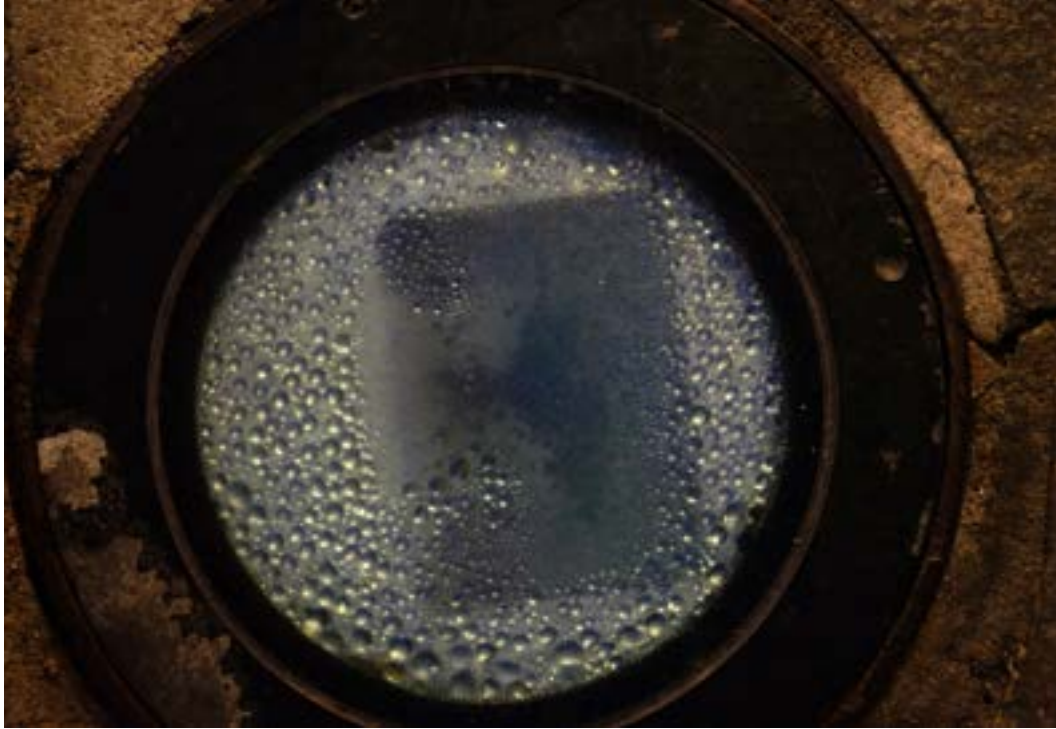


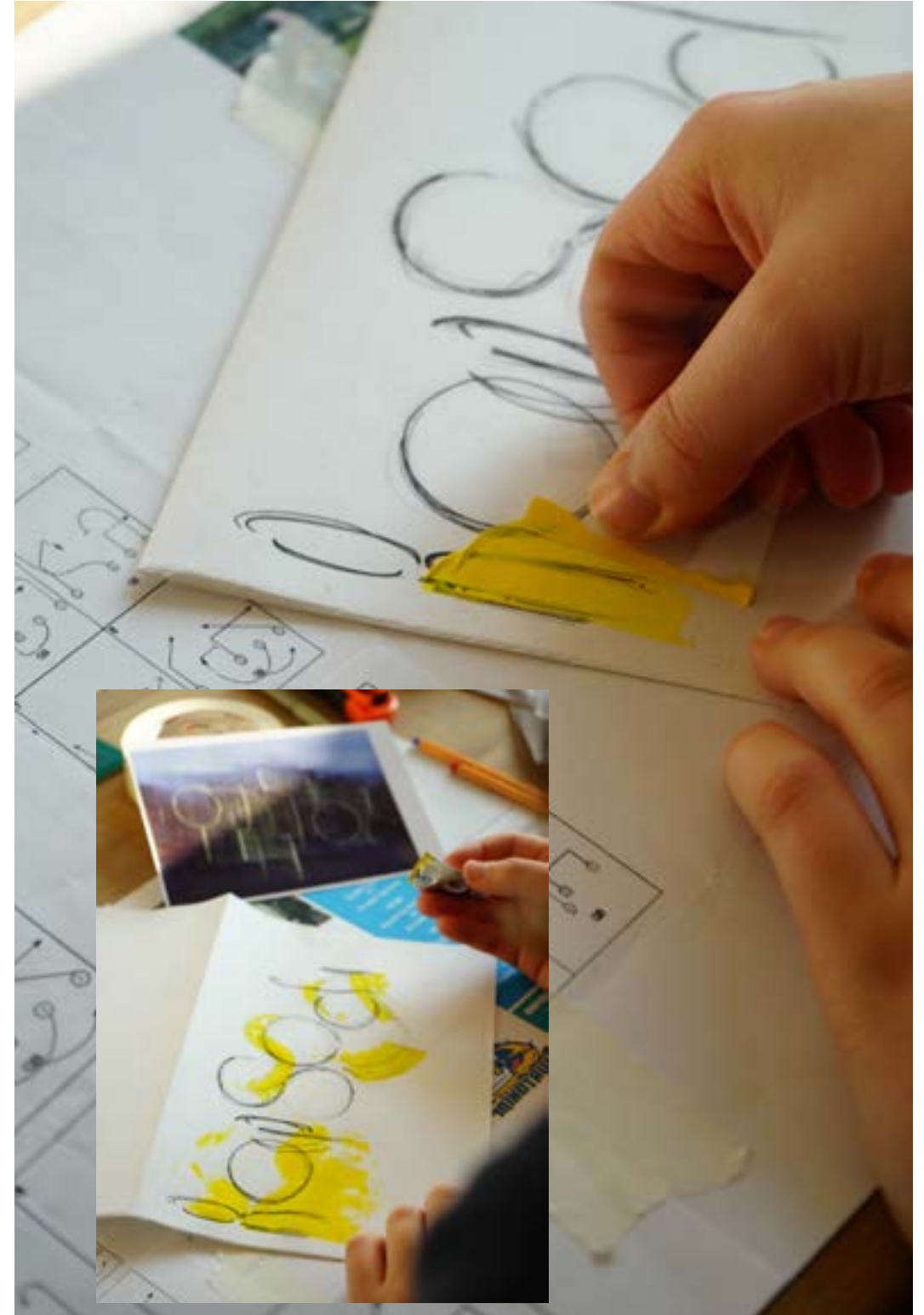
Simbolo di eternità e resilienza

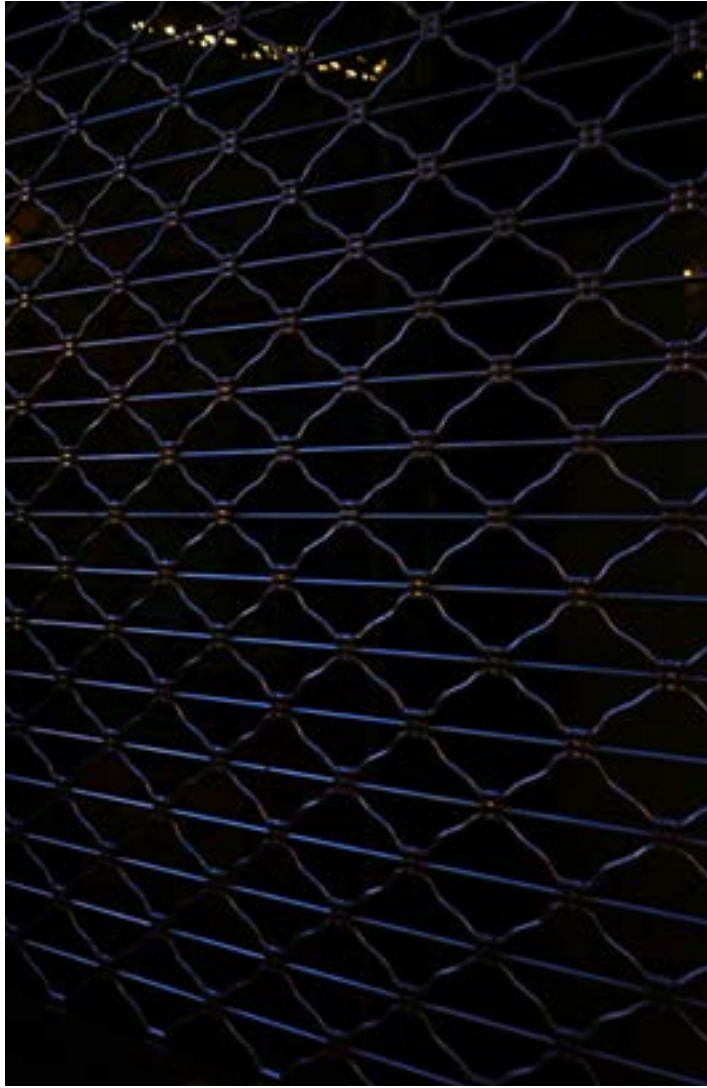
maneggiare con cura.

FRAGILE









rapsoedia



rapsoedia



Нафδζδία





Poster 2
G10 - 15.01

Per il secondo poster abbiamo scelto il lettering del giorno 6, derivato da una foto di una luce incassata nel pavimento in cui era presente della condensa. Per il lettering abbiamo scansionato delle gocce d'acqua dalle quali siamo partiti per approfondire i possibili metodi di utilizzo di questo liquido. Dopo aver ottenuto un risultato funzionale con questo metodo, ci siamo chiesti quale fosse un modo per rappresentarla direttamente su carta senza utilizzare nessun tipo di tecnologia, neanche lo scanner.

Abbiamo allora sperimentato con alcuni colori e l'elemento della bolla che rilascia sulla carta le sue forme senza bagnarla.

Un elemento che è uscito dalle sperimentazioni è la schiuma, che abbiamo deciso di riprendere come tema protagonista del poster.

TOSSICI
ATOSSICI

Z. planct. n.
Fit. planct. n.
Alghe Diat. m-ee
Batteri
Funghi
Protoz. i.

St. L.M.A. in scopa di materiali organici decomposti

La sostanza insubstanzialmente non costituisce un pericolo per l'uomo.

OSTEOPOSS OVATA

Icn. carboni
Toni. attivi, sintetici
Pesticidi
Erbicidi
Fit. culture micr. algali tossiche

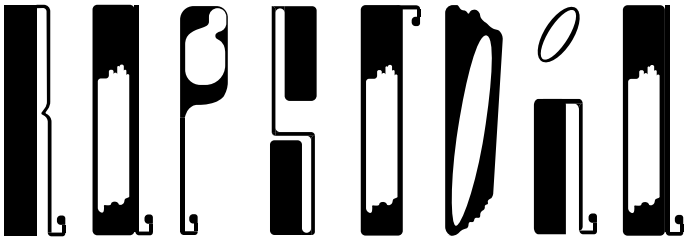
TOSSICI
ATOSSICI

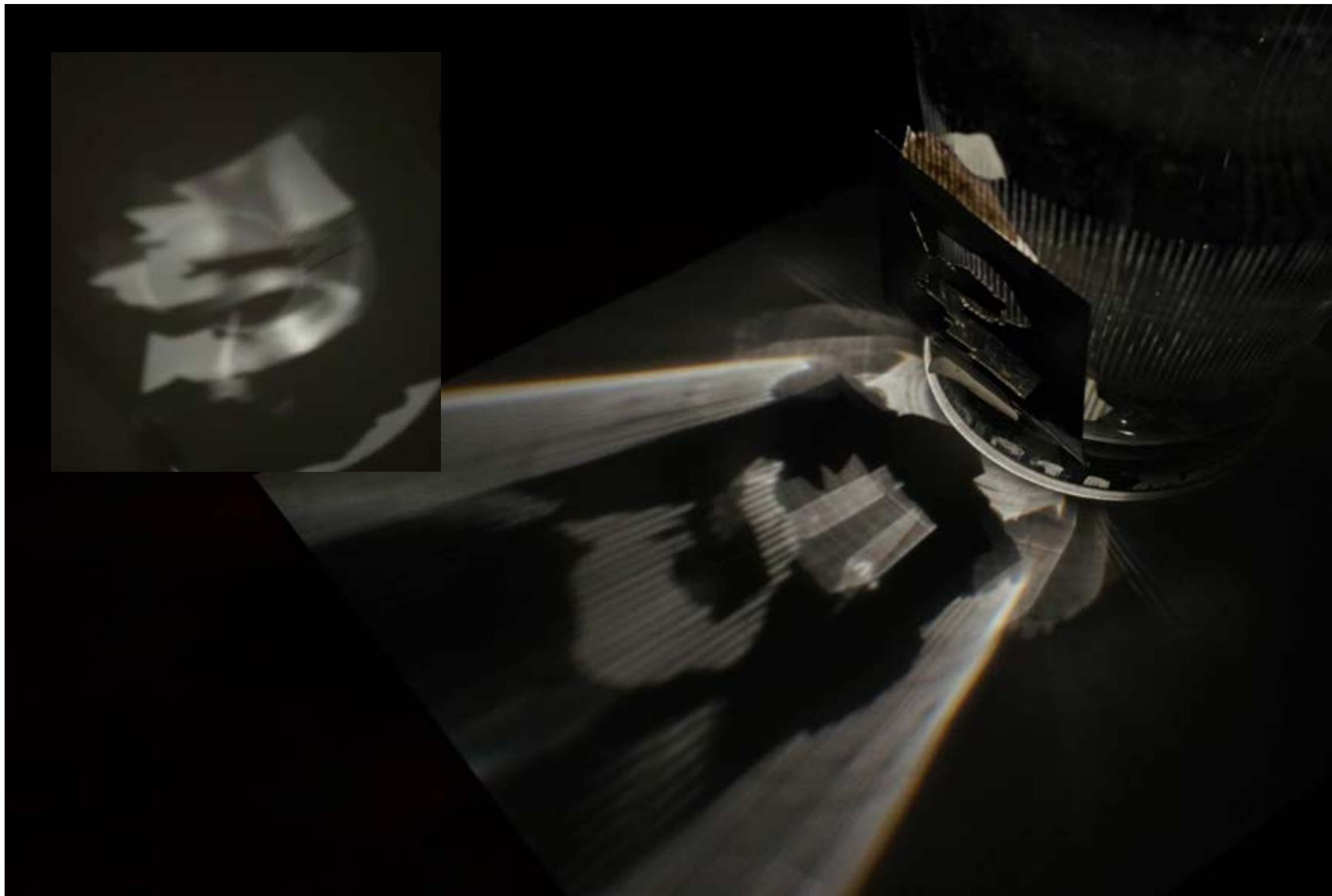


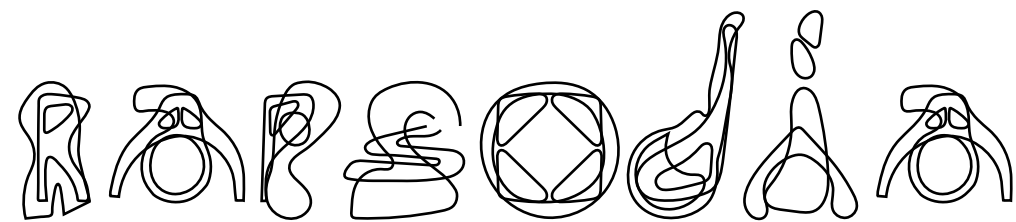


ハルモス・ノア

ハルモス・ノア





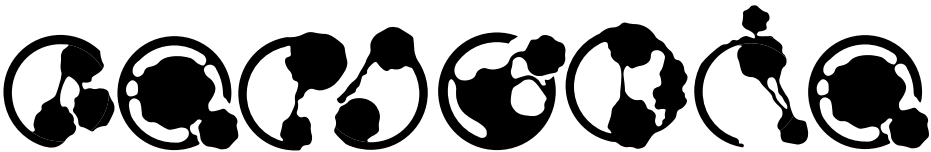
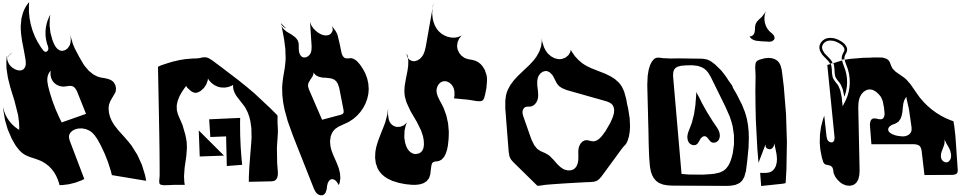


ROPSODIA

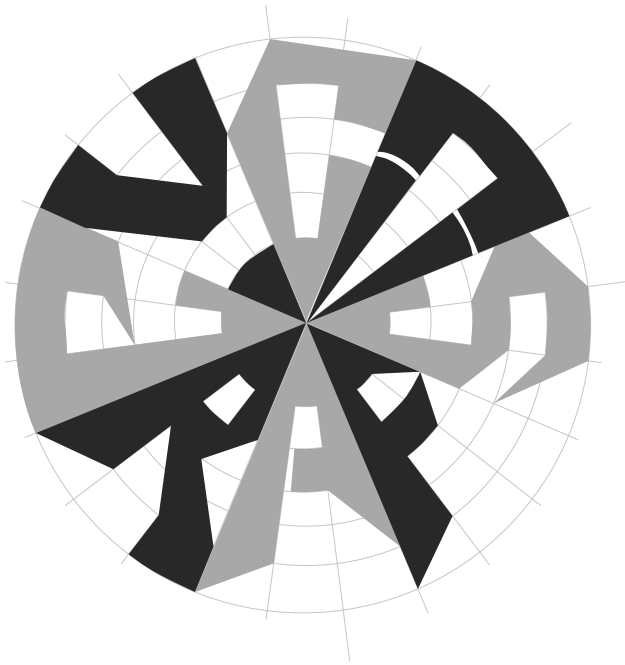


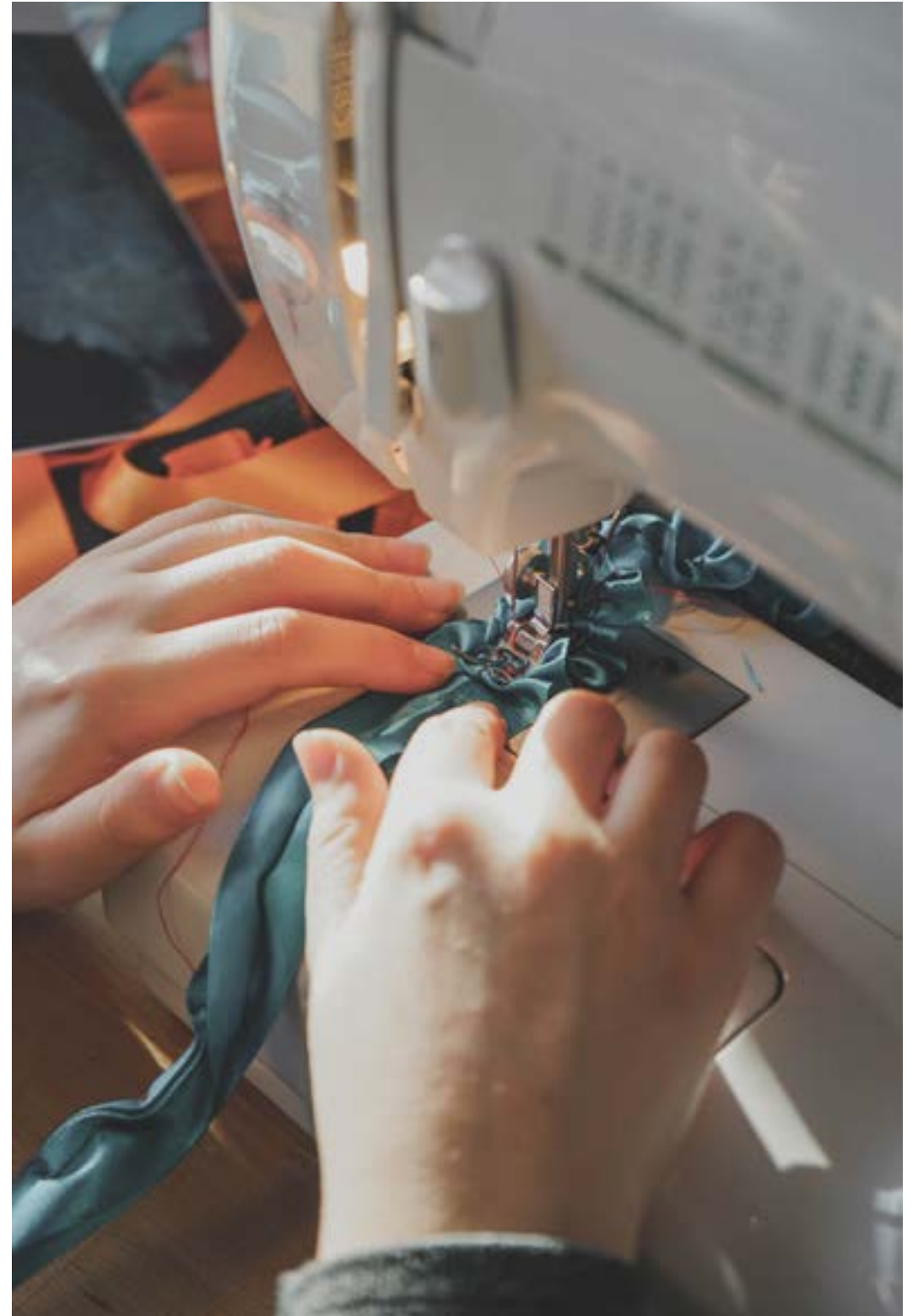












Poster 3
G17 - 22.01

Per il terzo poster abbiamo scelto il lettering del giorno 15, derivato da una foto di una pizza. Dopo aver esplorato le potenzialità dei materiali dei primi due poster, abbiamo voluto metterci alla prova con le stesse modalità anche per il terzo. Poichè il lettering è nato dall'idea della mozzarella sciolta e del cornicione, abbiamo deciso di ricreare le lettere stesse su pizze reali. Inoltre, essendo il protagonista del lettering una pizza, abbiamo deciso di immaginarci una brand identity per questo alimento, dal menù, allo slogan finale e ad un possibile manifesto pubblicitario.

Sixteen Tons
Radicchio, gorgonzola,
cipolla caramellata

●●●● 18.000L

Paranza
Acciughe, capperi

●●●● 10.000L

Il cielo sopra Berlino
Prosciutto

●●●● 15.000L

Culture mi culture
Stracchino, rucola

●●●● 17.000L

Instagrammo
Olive tagliasche, zucca,
scaglie di Grana, burrata

●●●● 25.000L

Dubbi non ho
Doppia mozzarella

●●●● 14.000L

Vogl Sul A Te
Ittica - Tonno, cipolla

●●●● 14.000L

Brividi
Ananas

●●●● 17.000L



Sixteen Tons
Radicchio, gorgonzola,
cipolla caramellata

●●●● 18.000L

Paranza
Acciughe, capperi

●●●● 10.000L

Il cielo sopra Berlino
Prosciutto

●●●● 15.000L

Culture mi culture
Stracchino, rucola

●●●● 17.000L

Instagrammo
Olive tagliasche, zucca,
scaglie di Grana, burrata

●●●● 25.000L

Dubbi non ho
Doppia mozzarella

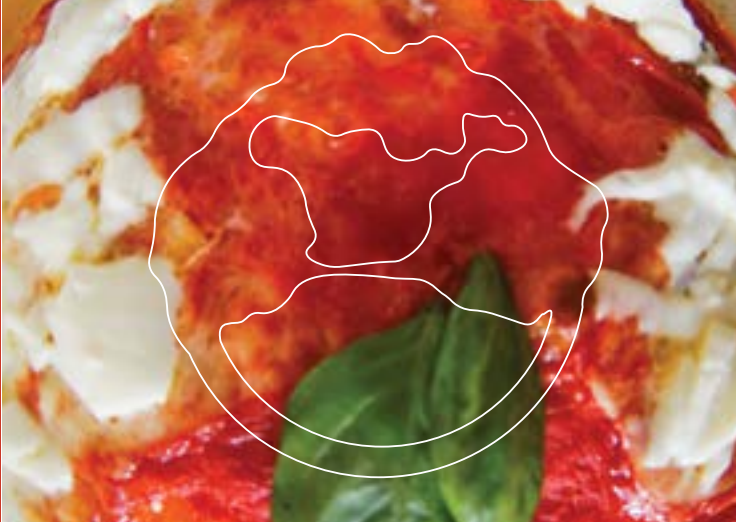
●●●● 14.000L

Vogl Sul A Te
Ittica - Tonno, cipolla

●●●● 14.000L

Brividi
Ananas

●●●● 17.000L



**“PIZZERIA FISHEYE,
THE BEST PIZZA FOR
FISHES WHO CAN’T
DIGEST MILK”**



Sixteen Tons
Radicchio, gorgonzola,
cipolla caramellata

●●●● 18.000L

Paranza
Acciughe, capperi

●●●● 10.000L

Il cielo sopra Berlino
Prosciutto

●●●● 15.000L

Culture mi culture
Stracchino, rucola

●●●● 17.000L

Instagrammo
Olive tagliasche, zucca,
scaglie di Grana, burrata

●●●● 25.000L

Dubbi non ho
Doppia mozzarella

●●●● 14.000L

Vogl Sul A Te
Ittica - Tonno, cipolla

●●●● 14.000L

Brividi
Ananas

●●●● 17.000L



Sixteen Tons
Radicchio, gorgonzola,
cipolla caramellata

●●●● 18.000L

Paranza
Acciughe, capperi

●●●● 10.000L

Il cielo sopra Berlino
Prosciutto

●●●● 15.000L

Culture mi culture
Stracchino, rucola

●●●● 17.000L

Instagrammo
Olive tagliasche, zucca,
scaglie di Grana, burrata

●●●● 25.000L

Dubbi non ho
Doppia mozzarella

●●●● 14.000L

Vogl Sul A Te
Ittica - Tonno, cipolla

●●●● 14.000L

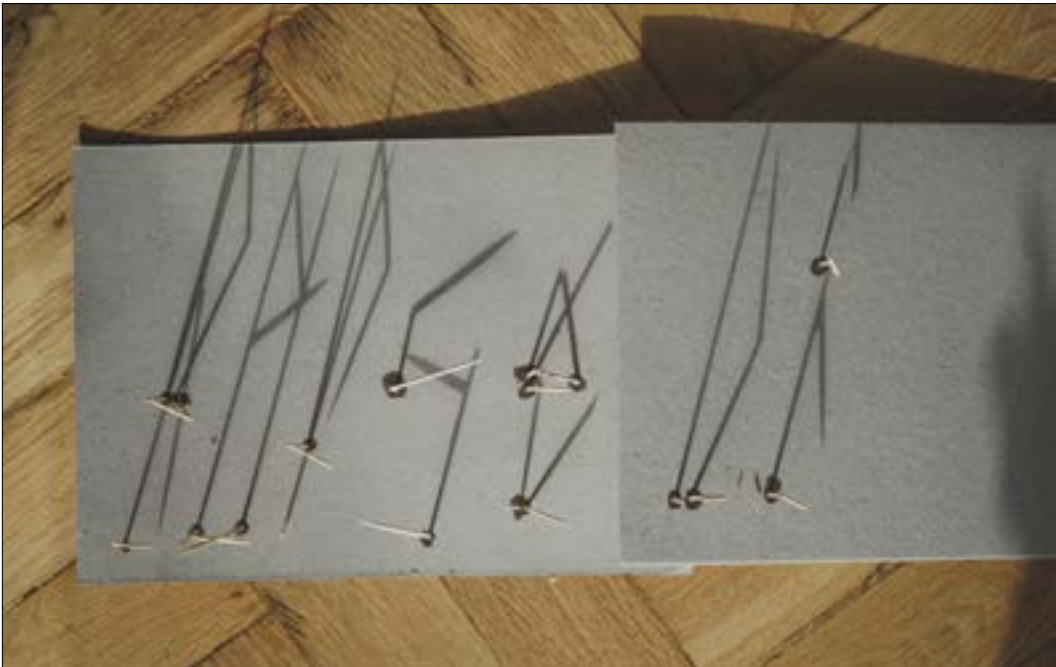
Brividi
Ananas

●●●● 17.000L



К#А#С#В#А

top Soda





rapsooia

rapsooia



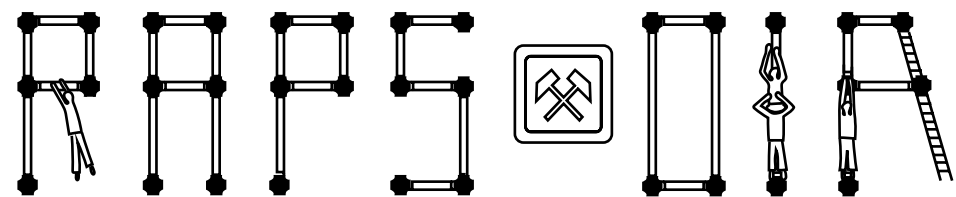


Rapsodia



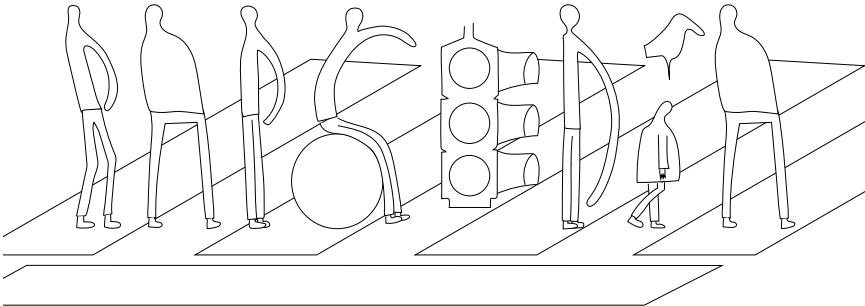
Harmonia





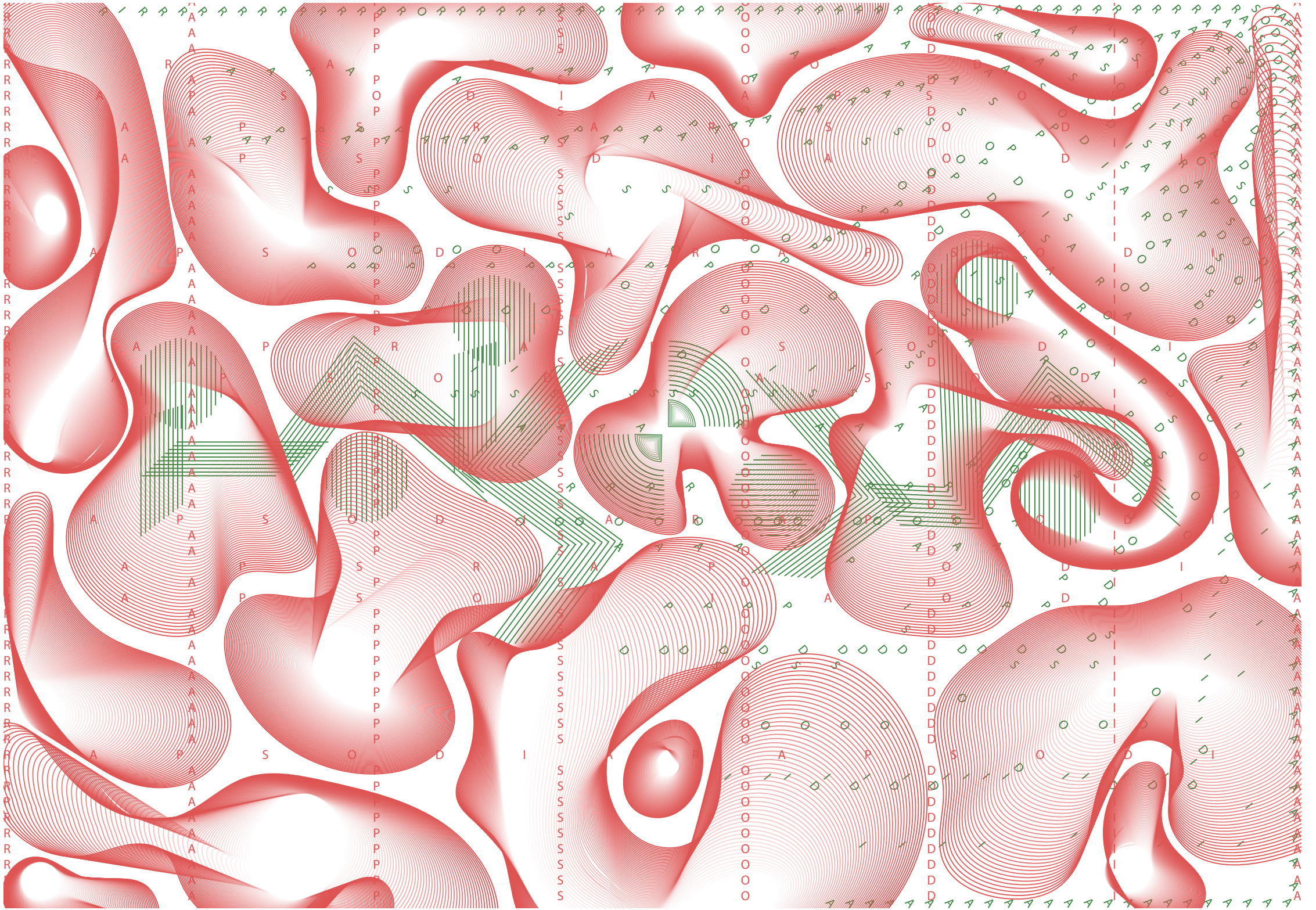


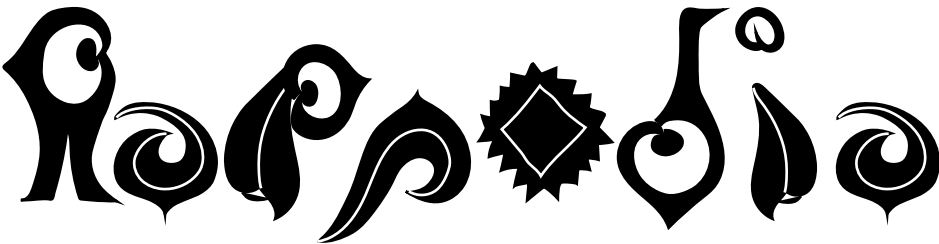
RESOUL



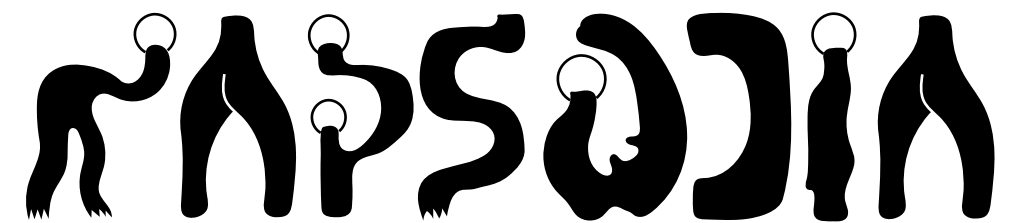
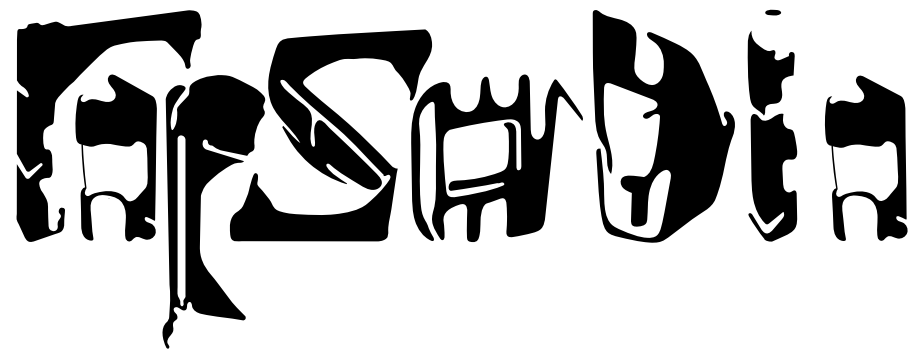
Poster 4
G24 - 29.01

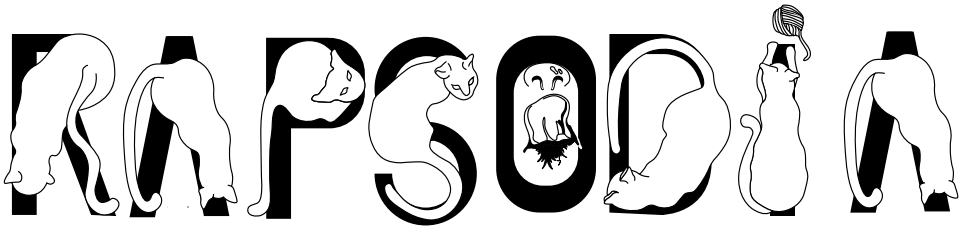
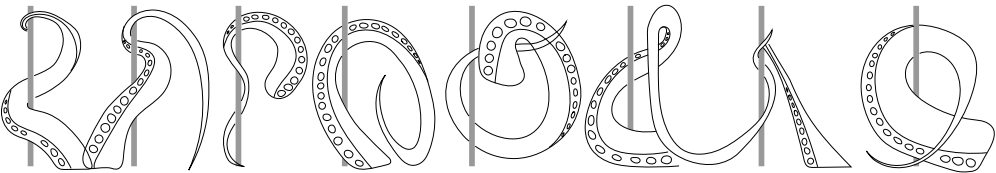
Per il quarto poster abbiamo scelto il lettering del giorno 20, derivato da una foto di un murales. La caratteristica più interessante di questo lettering era la ripetizione delle linee, che nonostante l'illeggibilità lo rendeva quasi ipnotico. Abbiamo quindi deciso di utilizzare queste due parole chiave, l'illeggibilità e l'ipnosi per creare un poster che vuole essere quasi magico. L'intersezione di linee che rende il poster illeggibile scompare in un secondo, grazie ad uno studio dei colori mirato.













Fast Forward

BaySola





RAZVIZIA

REPORT



Poster 5
G30 - 04.02

Per il quinto e ultimo poster abbiamo scelto il lettering del giorno 26, derivato da una foto di un imballaggio di polistirolo destinato alla spazzatura. Abbiamo voluto richiamare il tema dell'inquinamento e del riciclo, riutilizzando alcuni scarti che abbiamo prodotto durante il nostro mese di sperimentazioni. Non solo a livello concettuale ma anche a livello visivo, questo poster vuole richiamare una discarica. È quindi confusionario, con sovrapposizioni forti e disconnesse di forme e colori, e con la scritta rapsodia modellata in 3d che vuole abbracciare tutti i pezzi scartati ma fondamentali nel nostro processo creativo prodotti fino all'ultimo giorno.





Sketchbook

Poichè durante tutta la tesi abbiamo compreso e sottolineato l'importanza del processo, talvolta anche maggiore rispetto a quello del risultato, abbiamo tenuto durante tutto il periodo di sperimentazione uno sketchbook a testa, che testimoniassse i processi giornalieri. Nelle pagine successive abbiamo riportato alcune delle pagine che secondo noi sono state più significative.

AMOR



25 MAR
PIET

10.12

1587

Italia



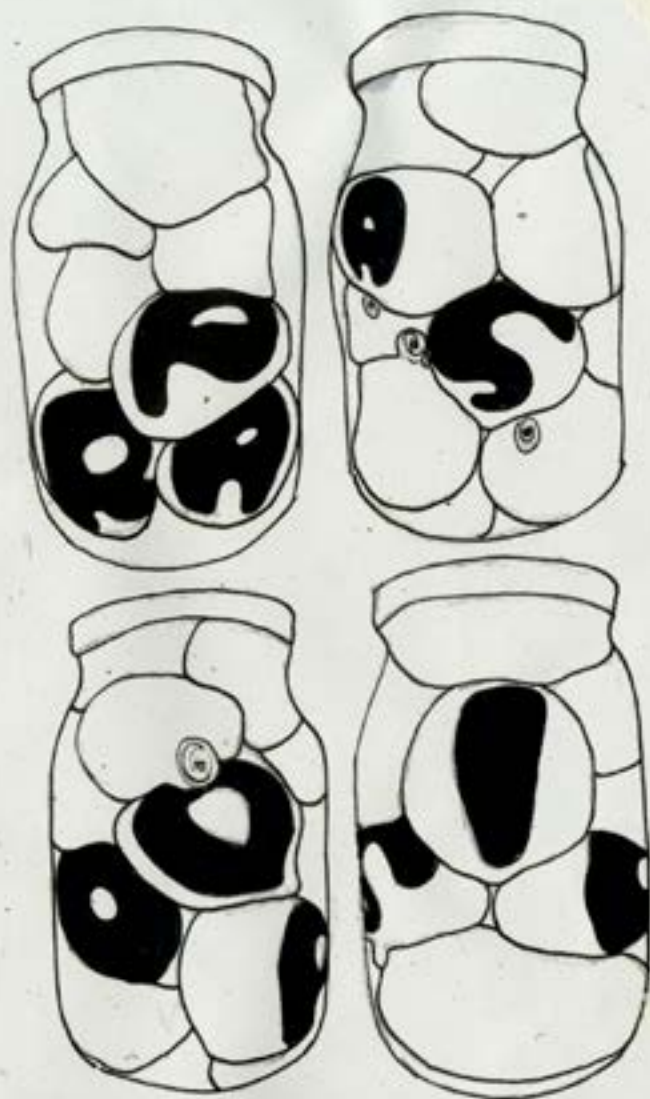


p/d



cellule non dette perché
poco leggibili
ricavate usando forme troppo
liberamente



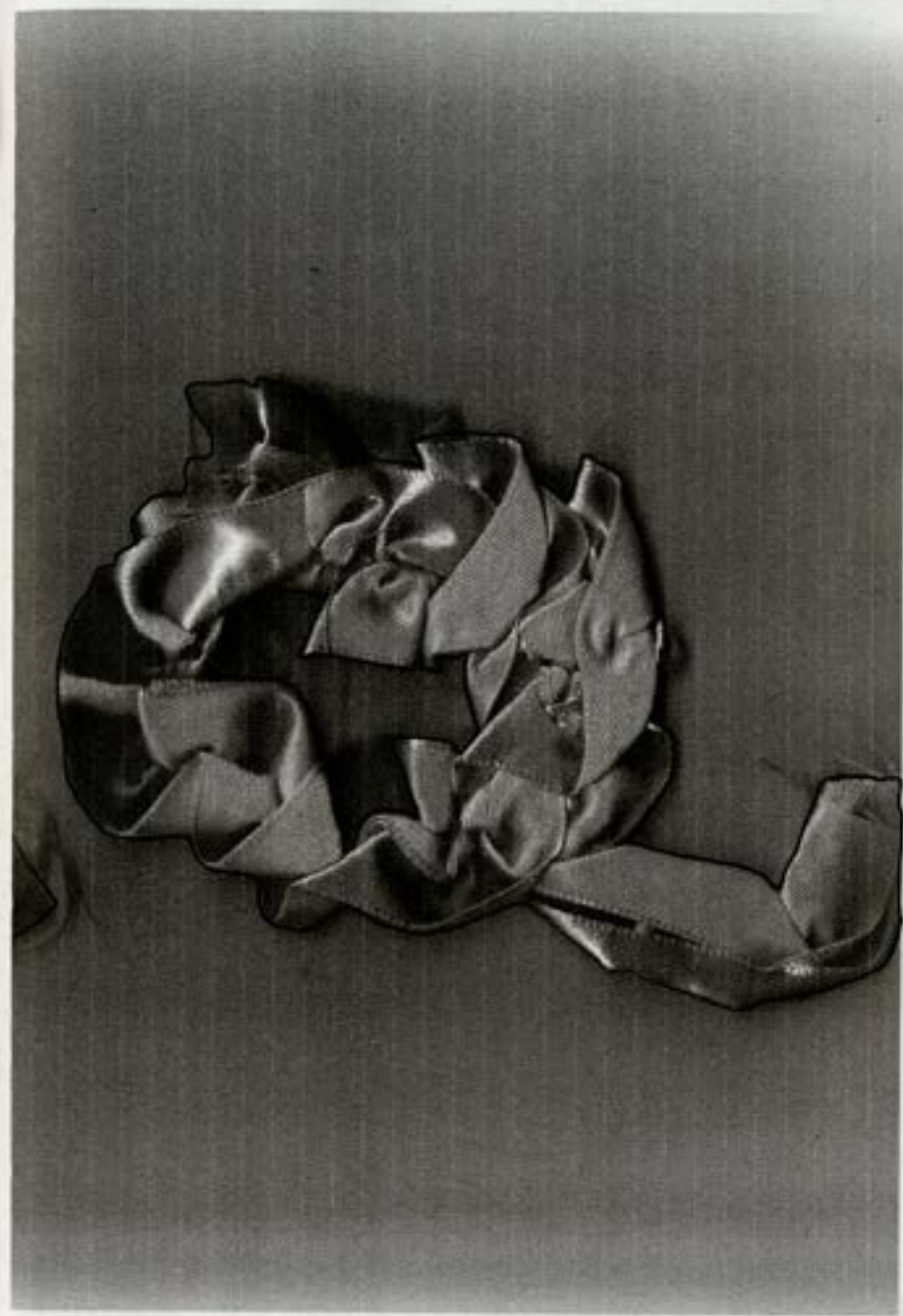


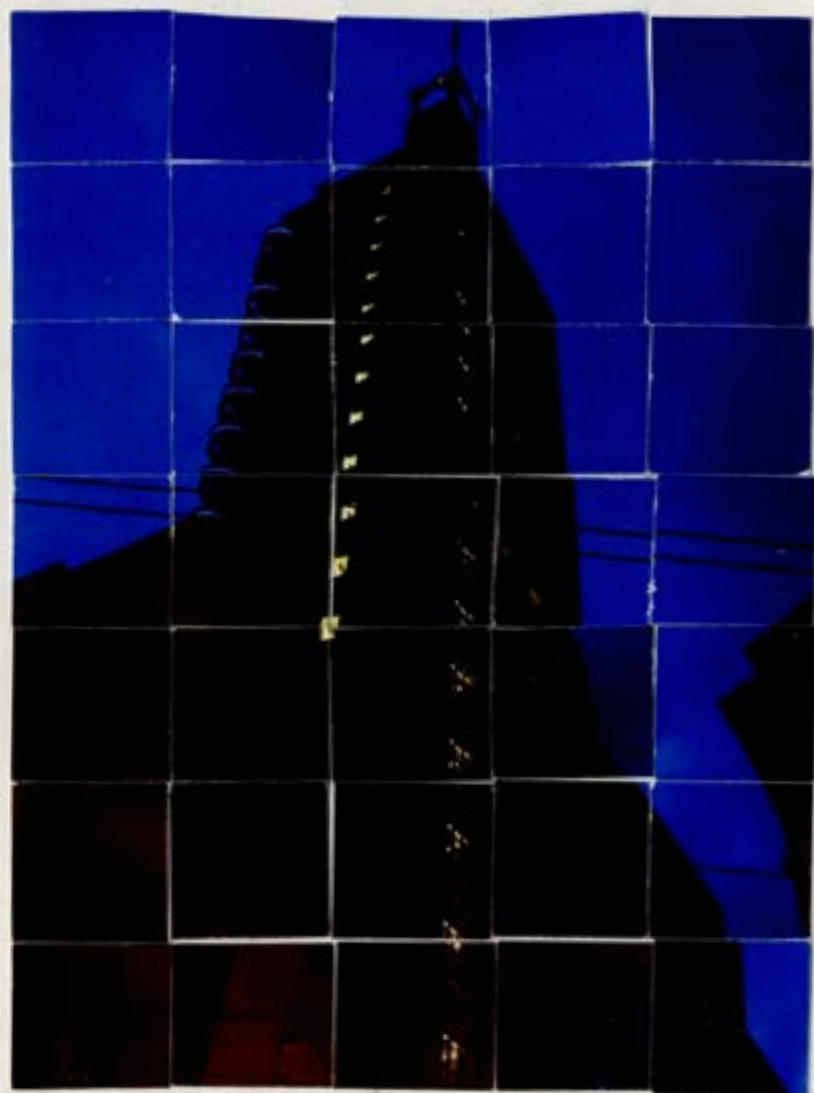




↓ luce attraverso gli stencil

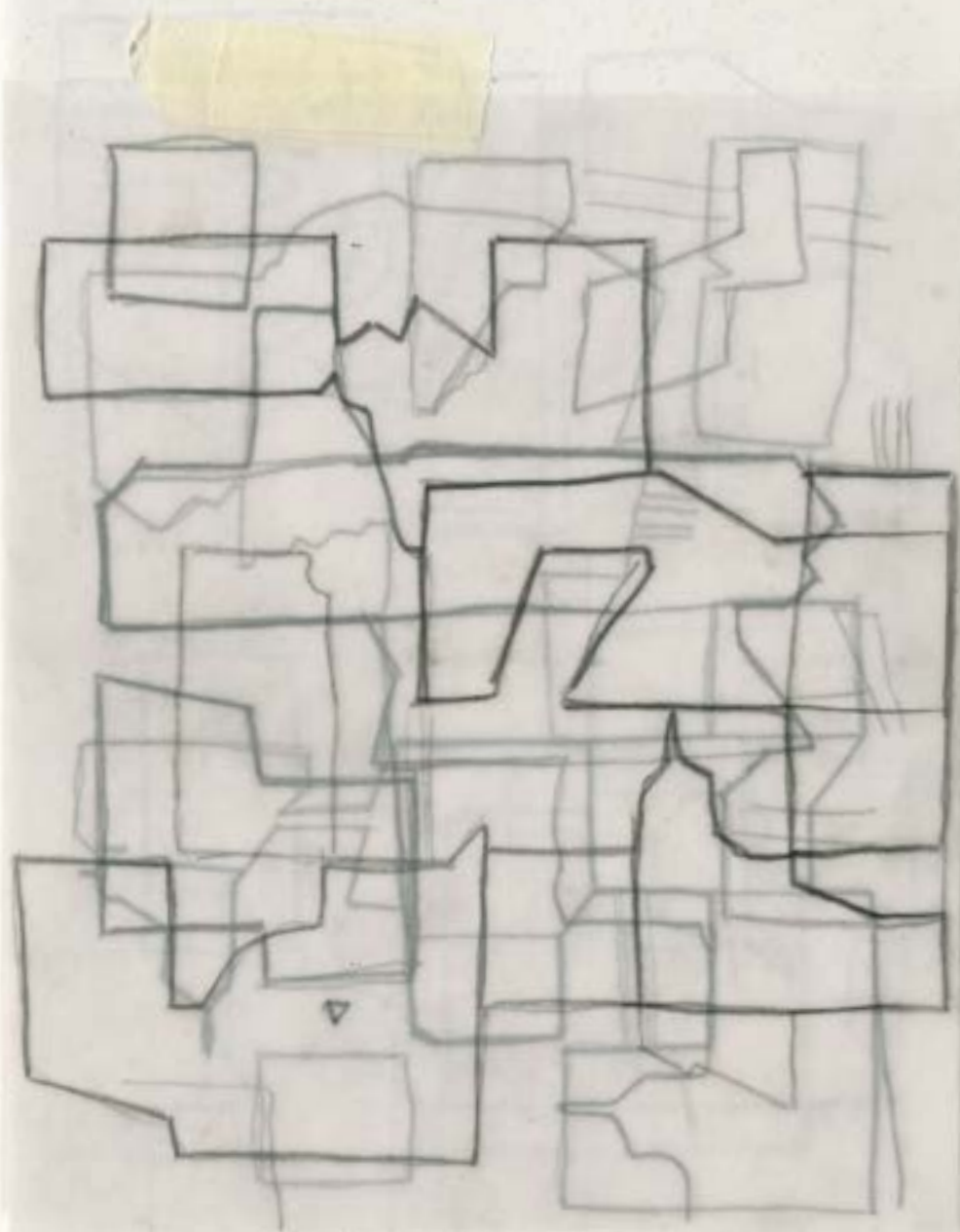
→ stencil





GIORNO 7

12-04-24



Forme ricavate dai quadrati
sordinati

Giorno 29, 3/2/2024





permetto
del cielo in
cui vengono
inscritte le
linee dei
palazzi.

Da questo si
ricava poi
il font





RAPSODIA

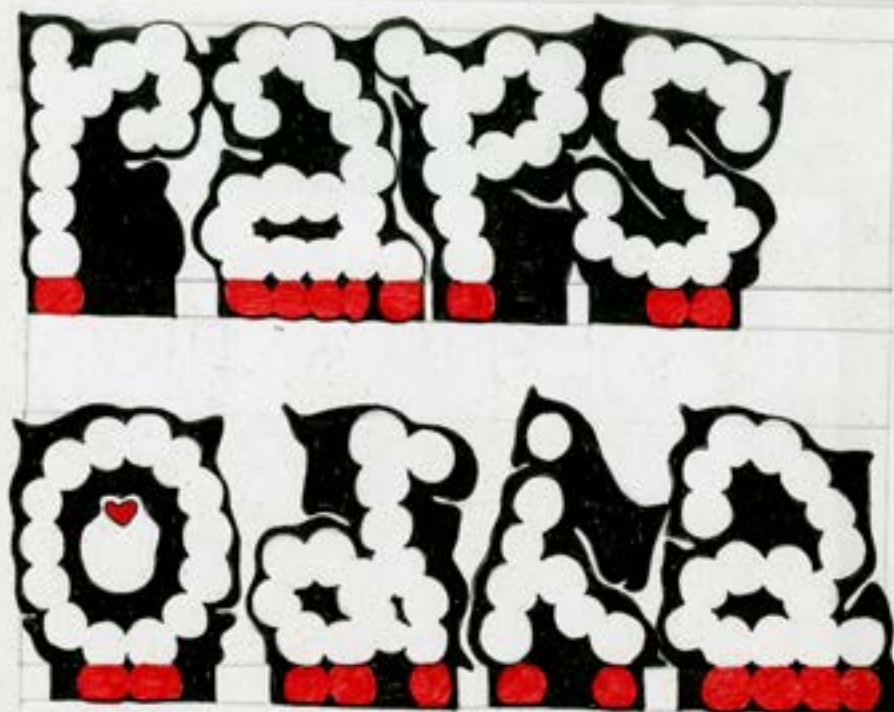
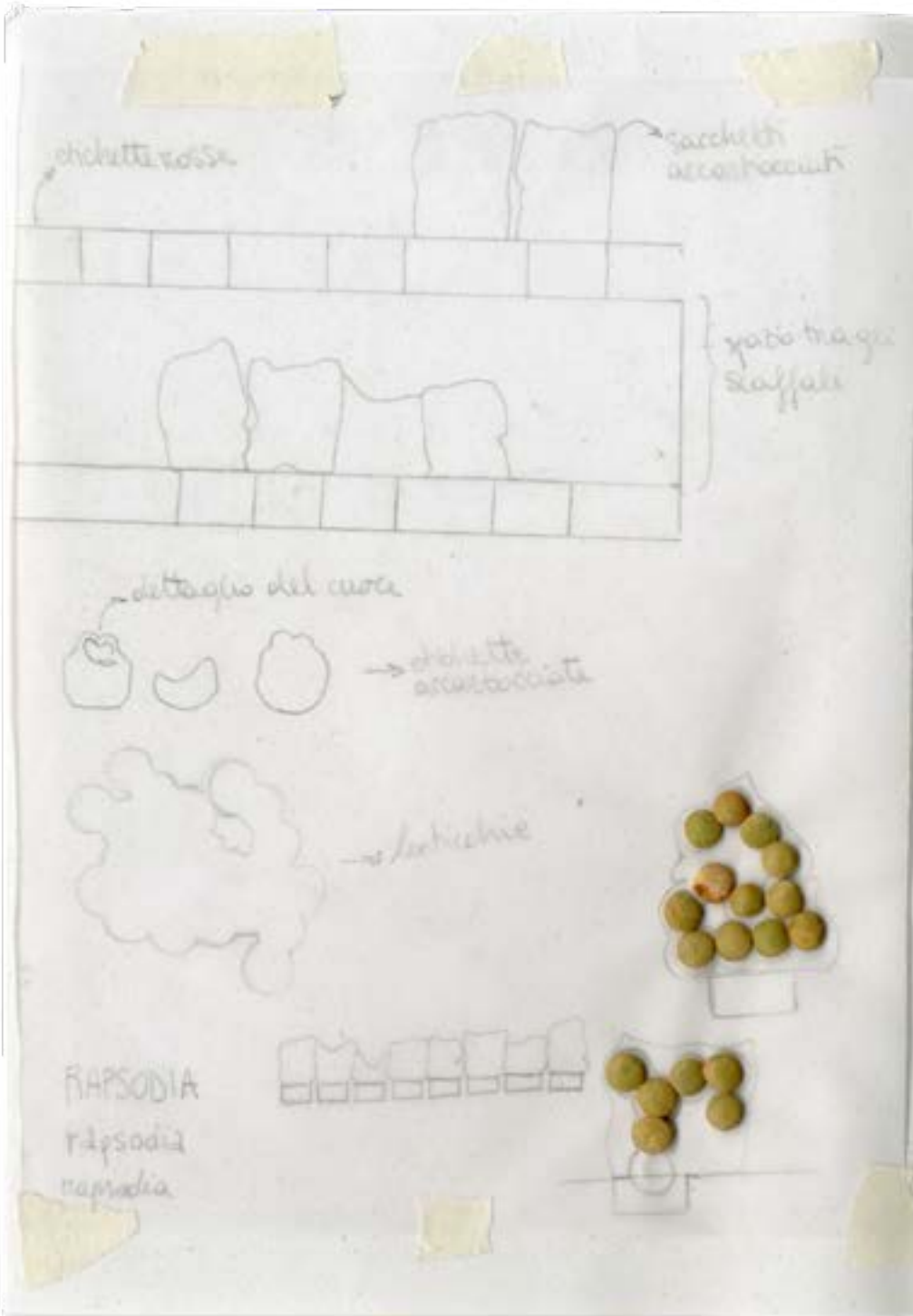
deve bruciare





GIORNO 26

31-01-24



Analisi dei legumi presenti nella foto





GIORNO 27

1-02-24



dettere ricostituite da un pannello
molto

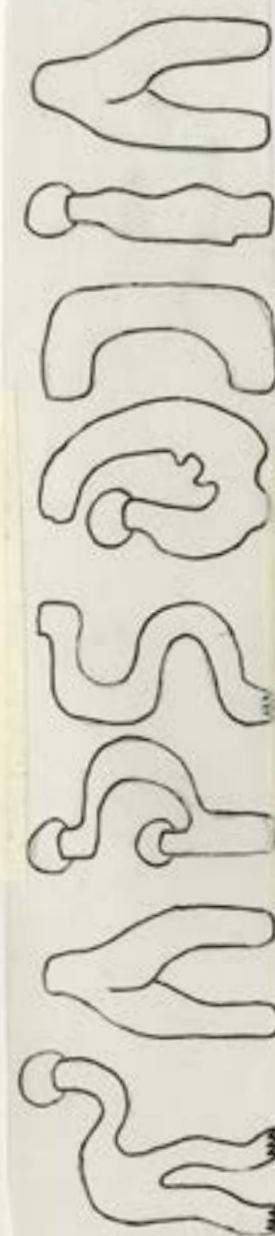
Mosaico

Studio dei movimenti della luce:



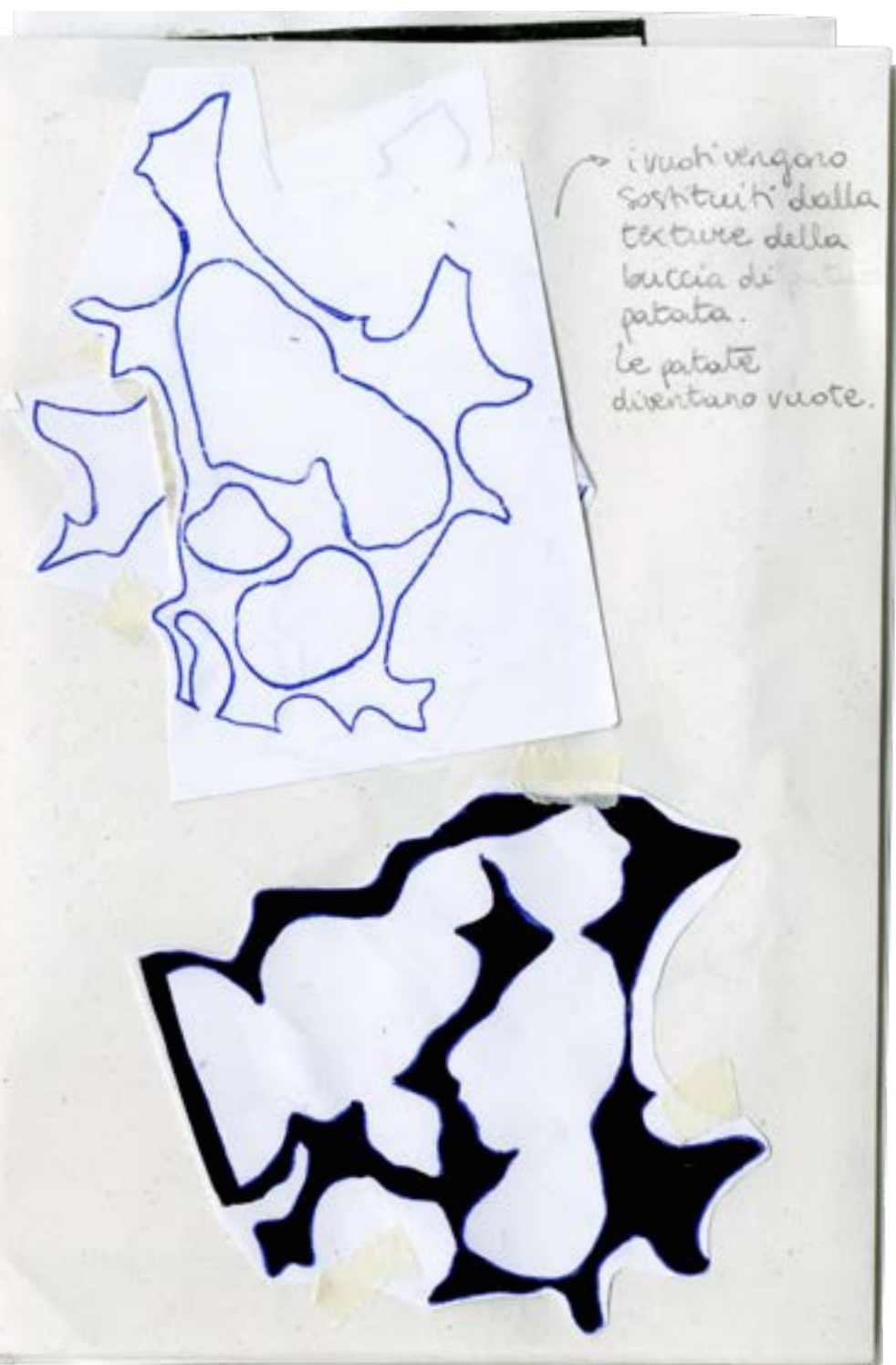


studio
delle forme
tipiche
usate
dall'artista
del poster





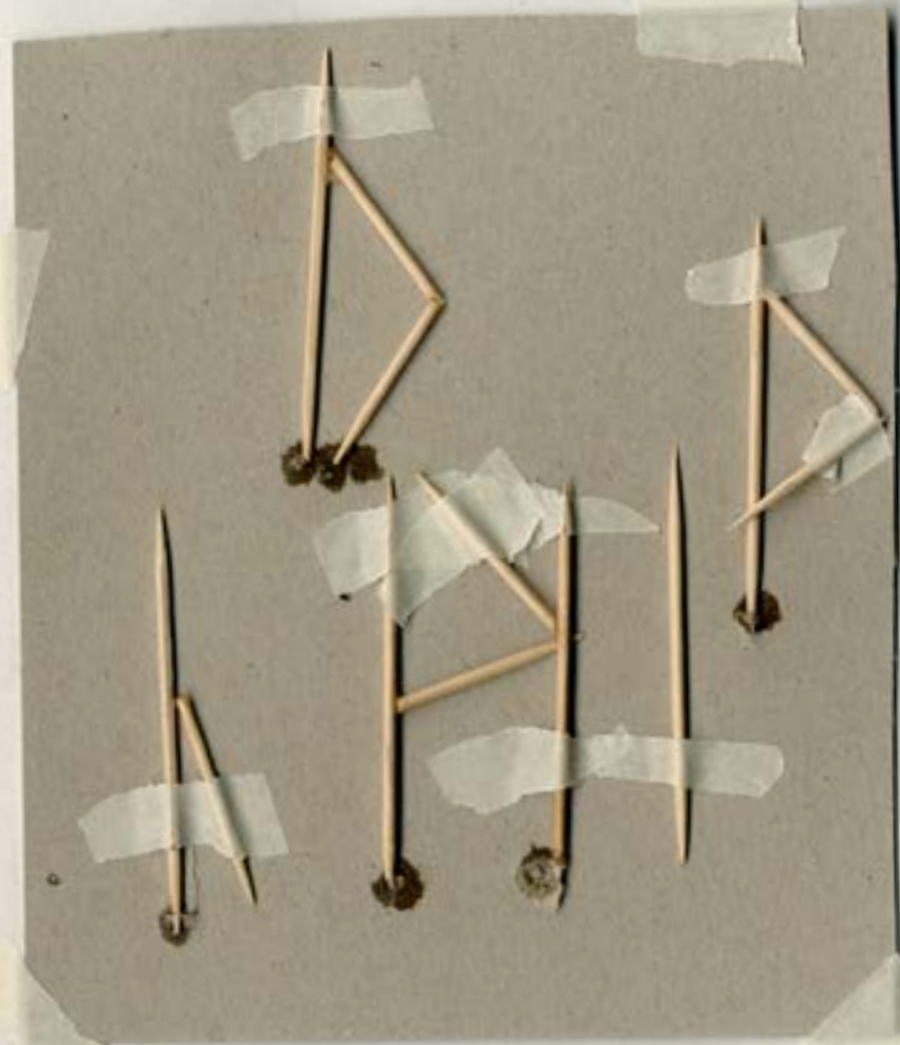
stampa:
buccia di patata
su stencil



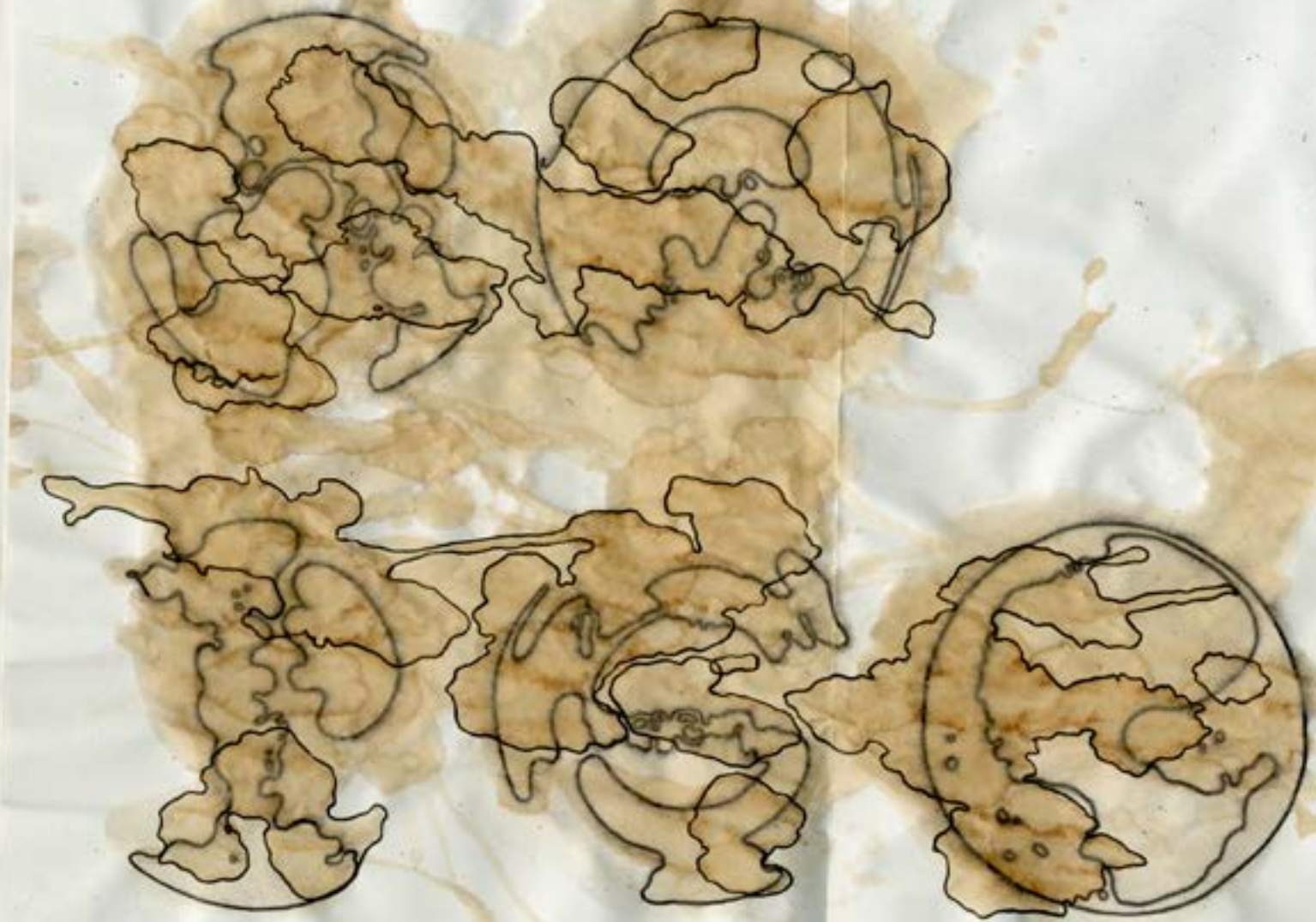
i vuoti vengono
sostituiti dalla
texture della
buccia di
patata.
Le patate
diventano vuote.



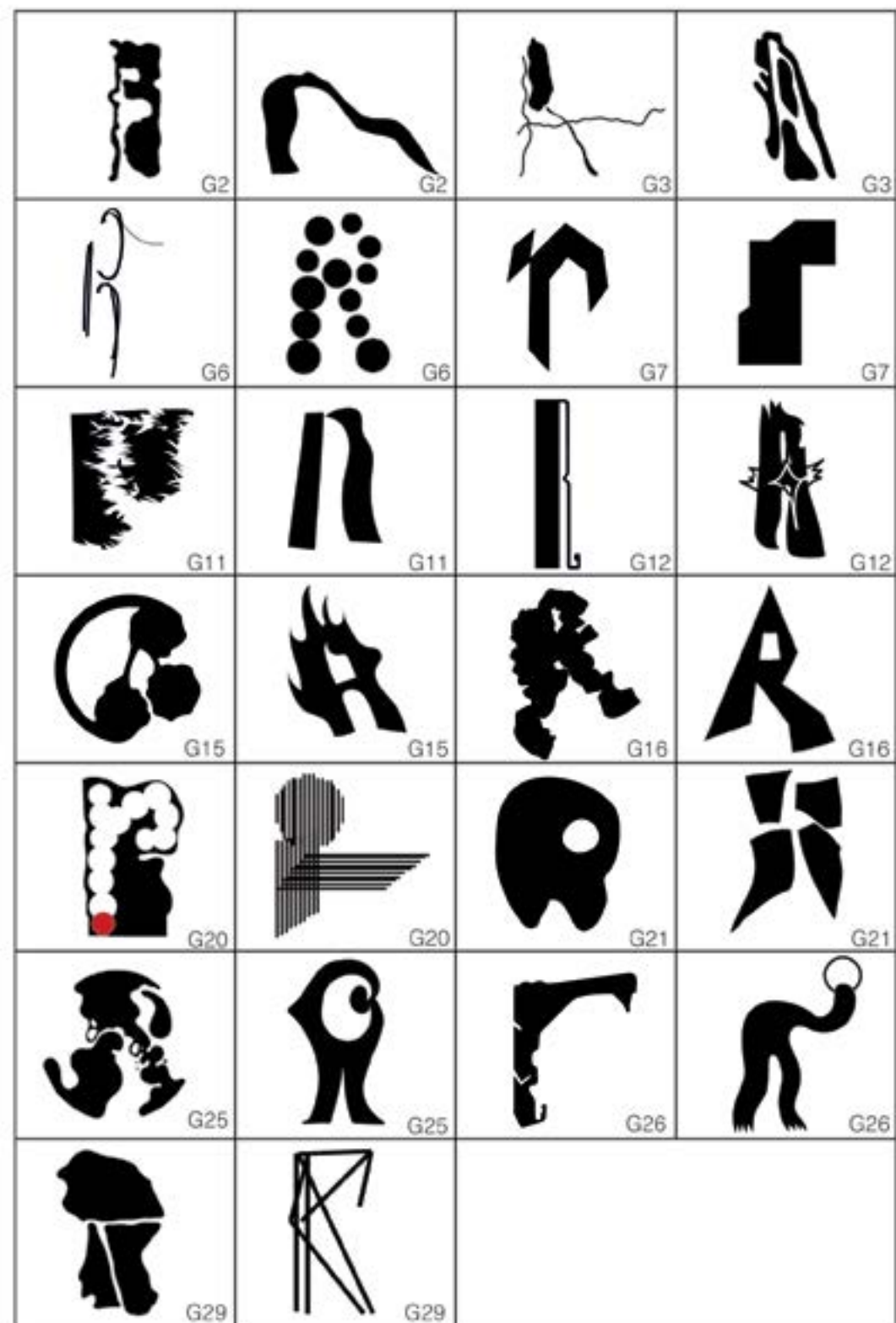
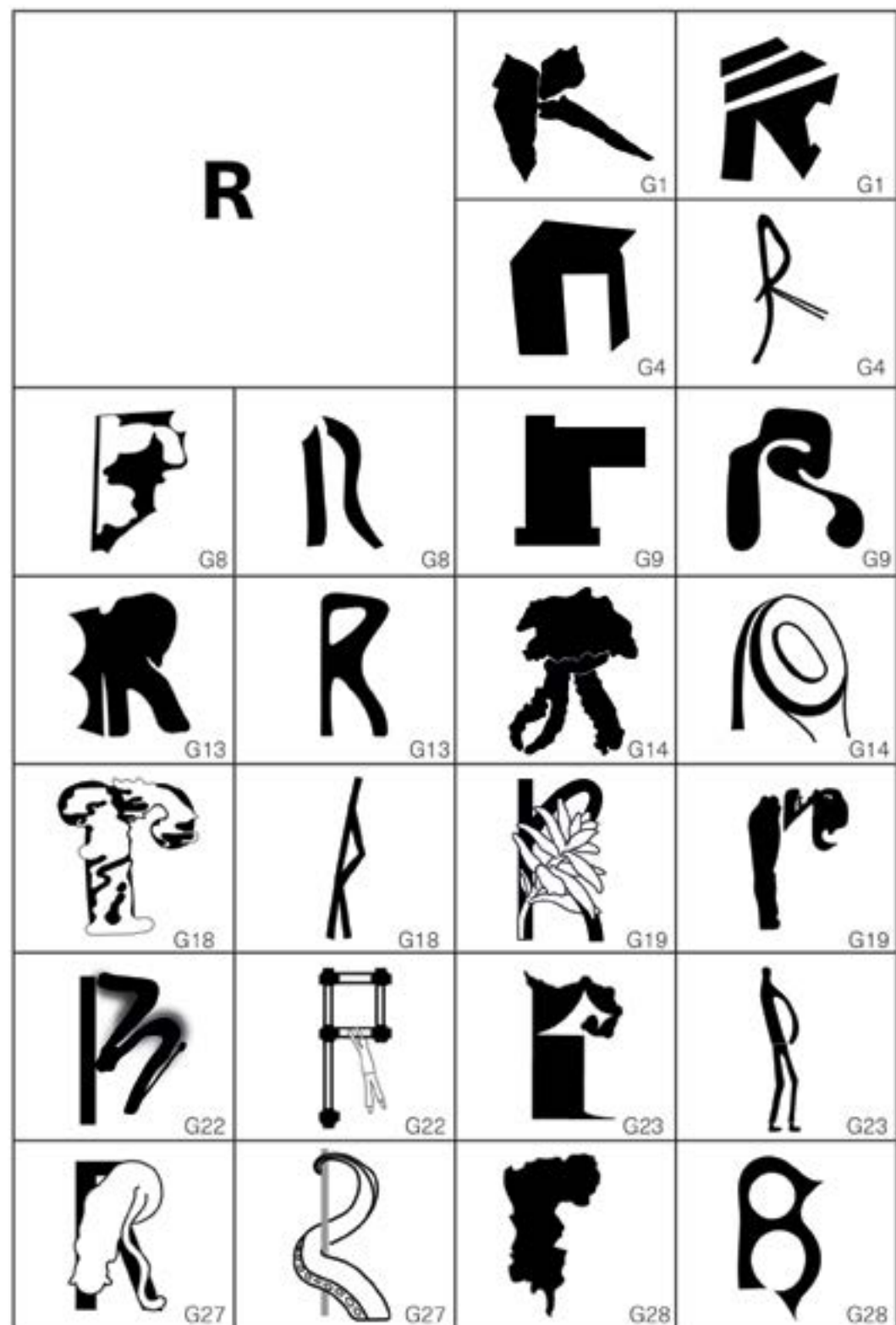
GIORNO 18
23-01

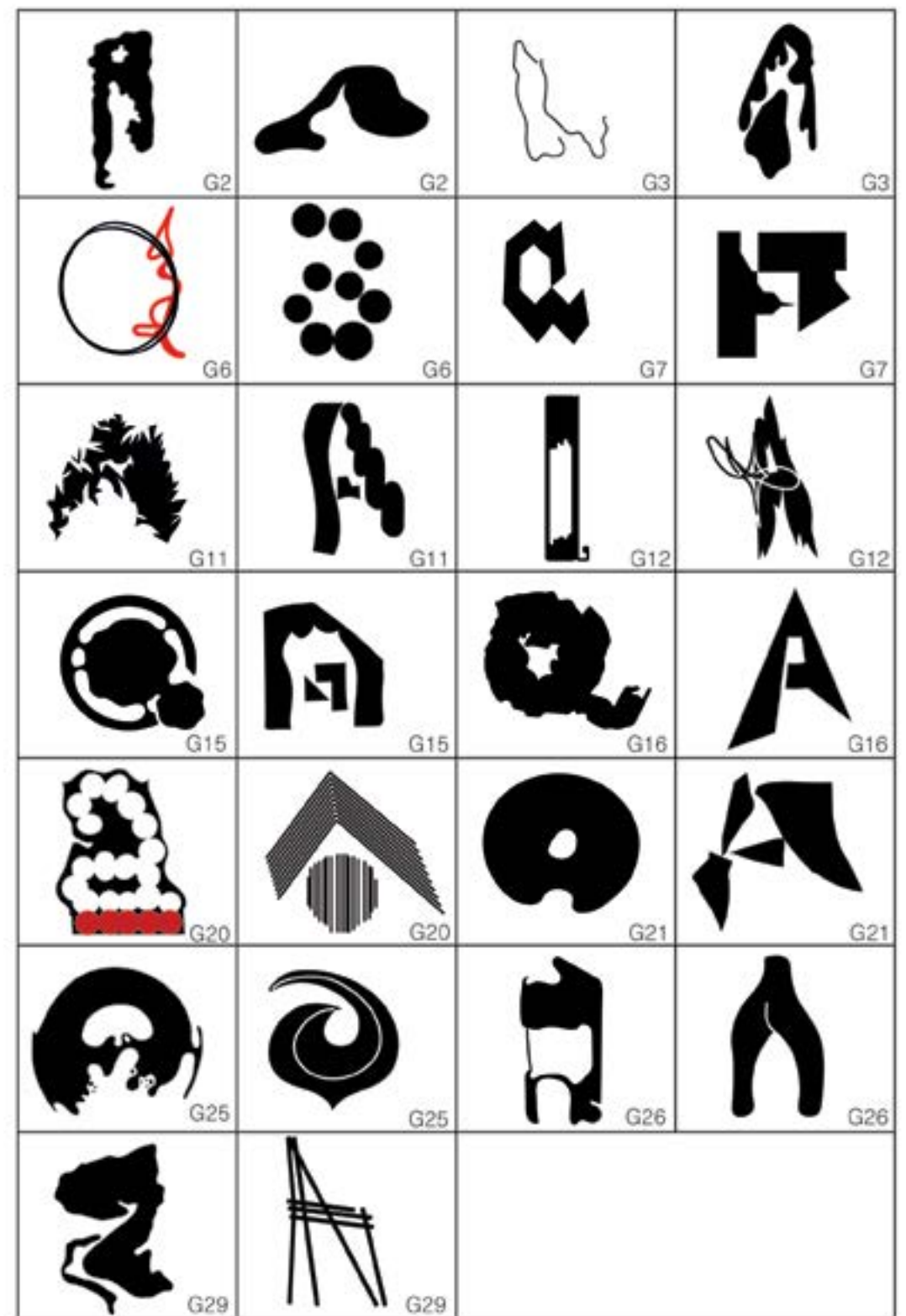
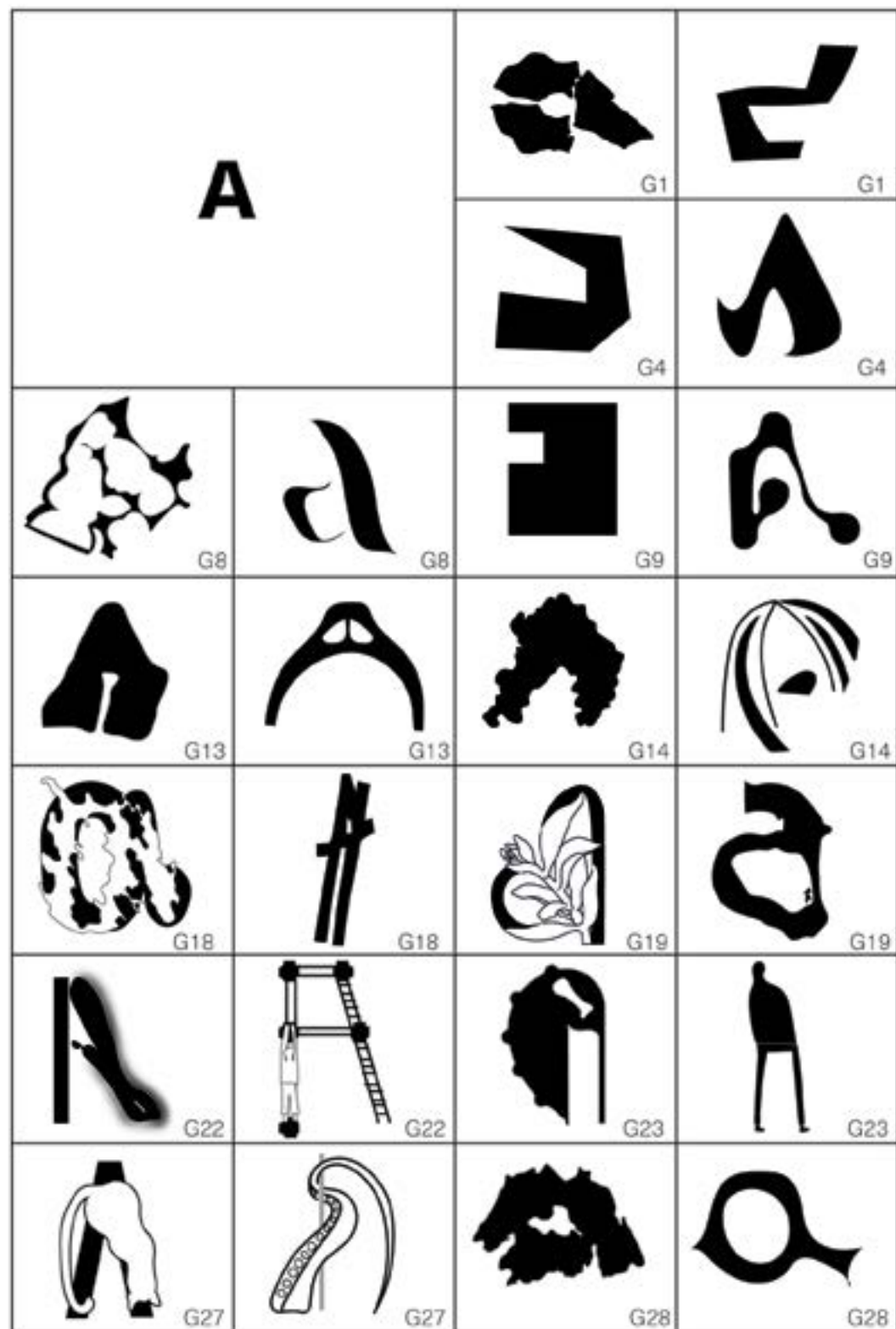


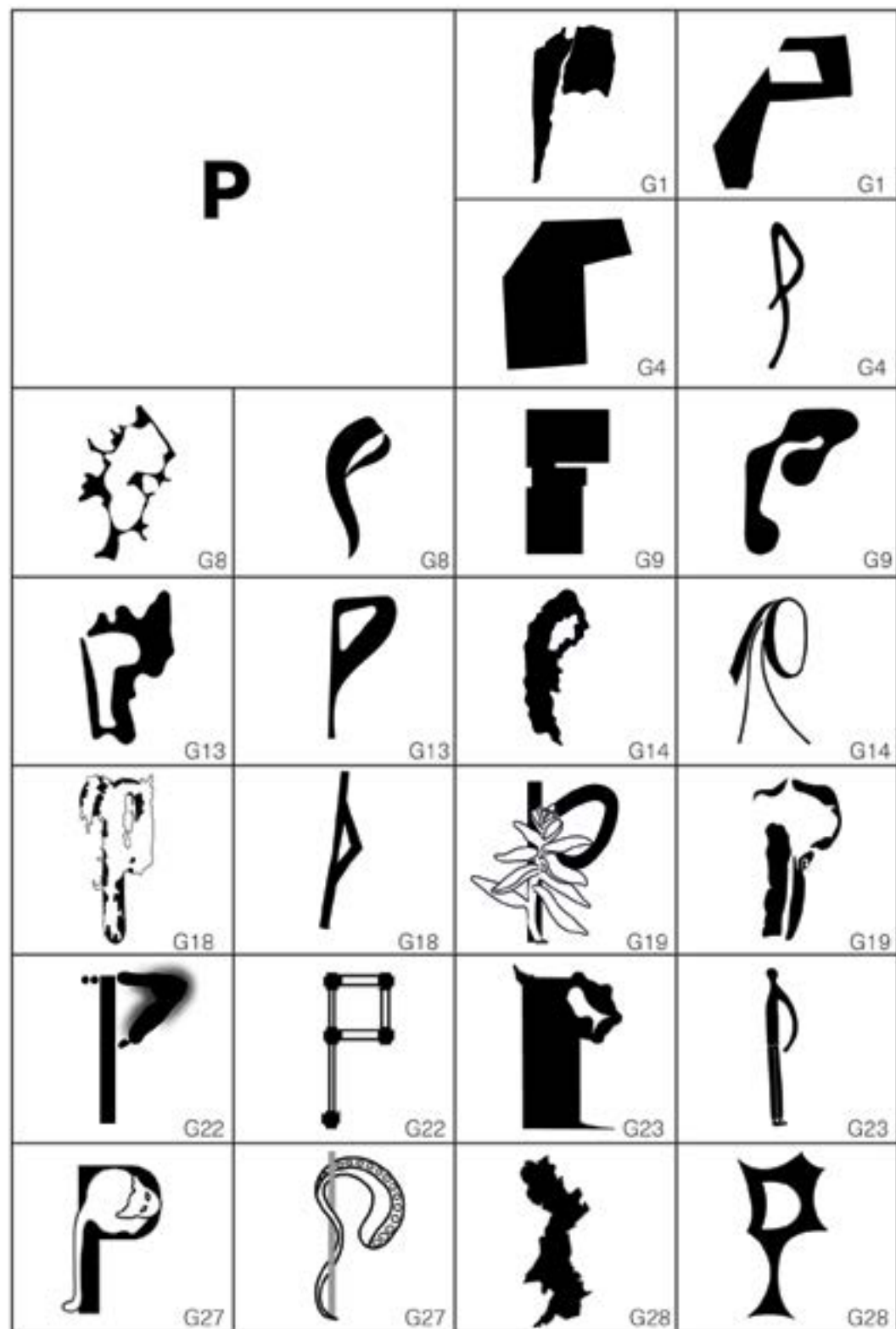
stuzzichini come calcolatori
e le loro ombre a formare
le lettere

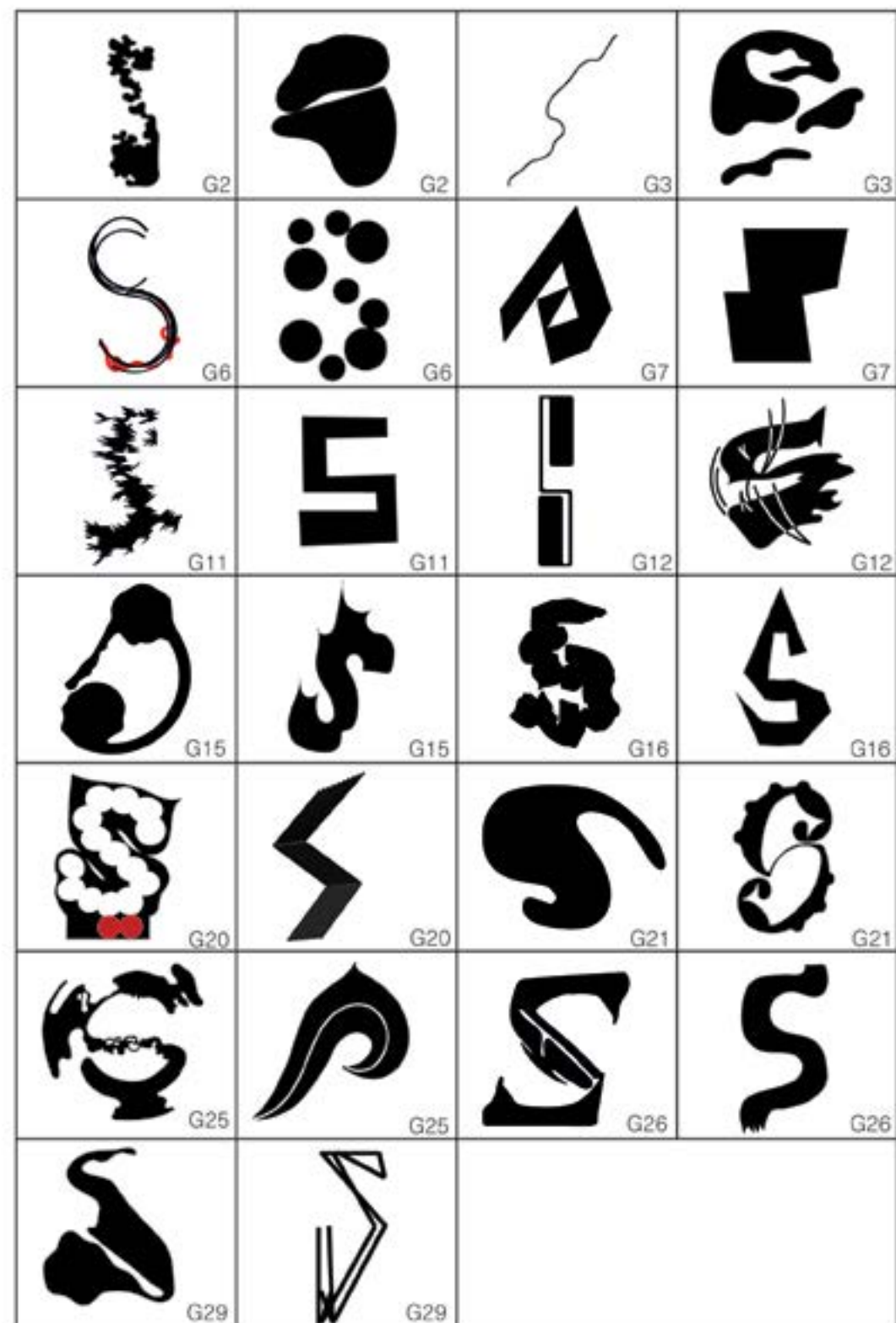
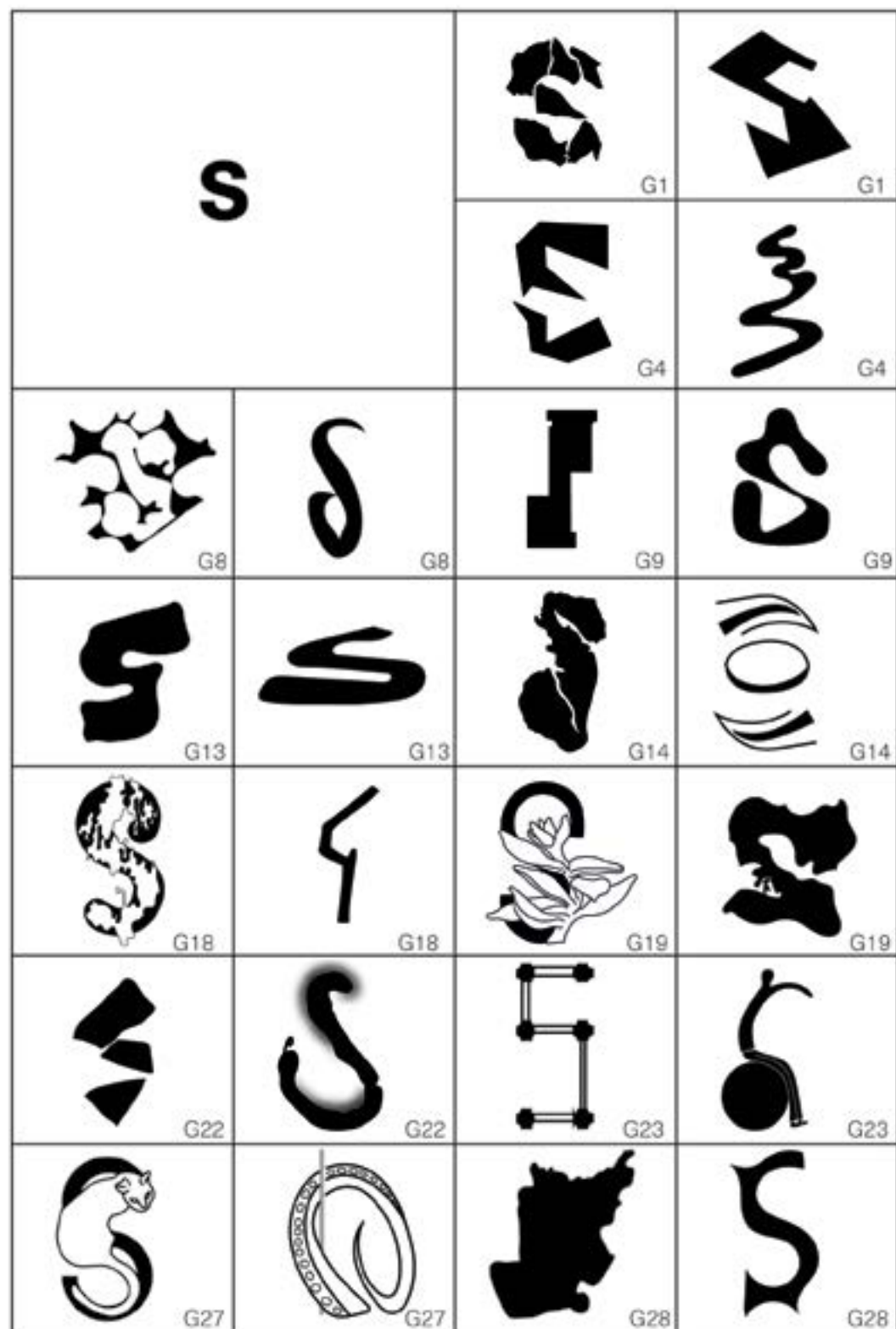


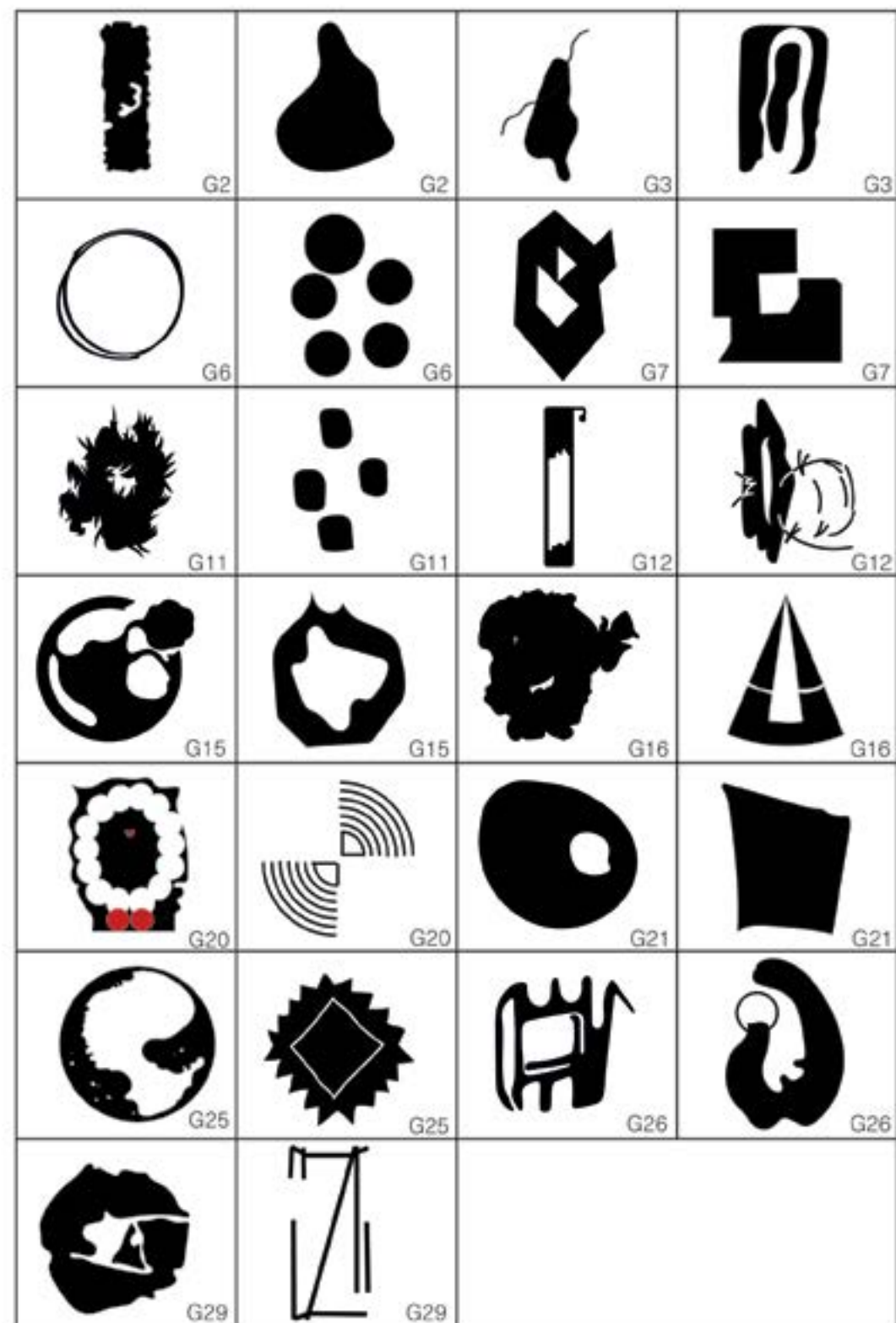
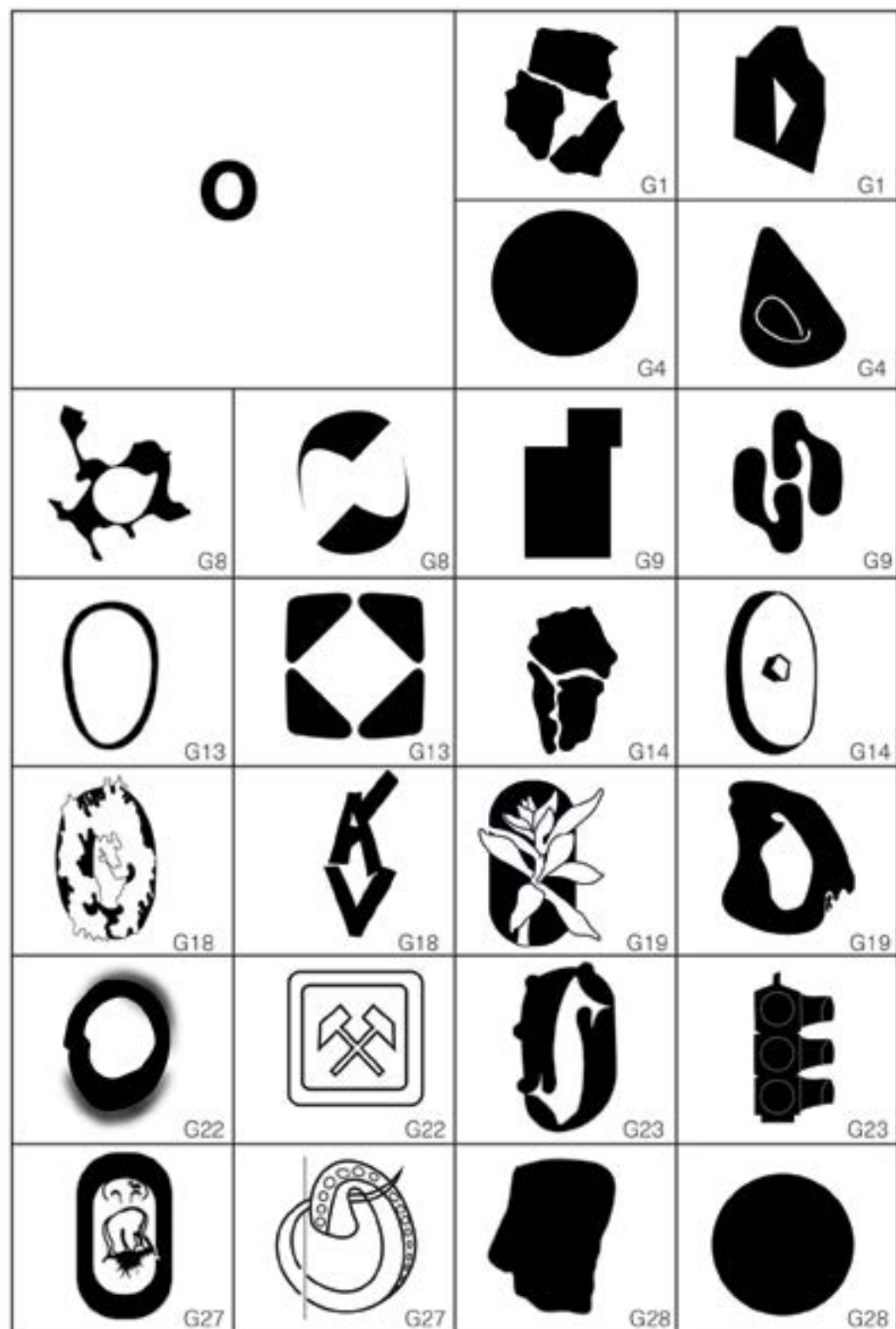
Nelle pagine successive abbiamo riportato tutte i lettering raggruppati per lettere per dare una visione generale del lavoro finito.

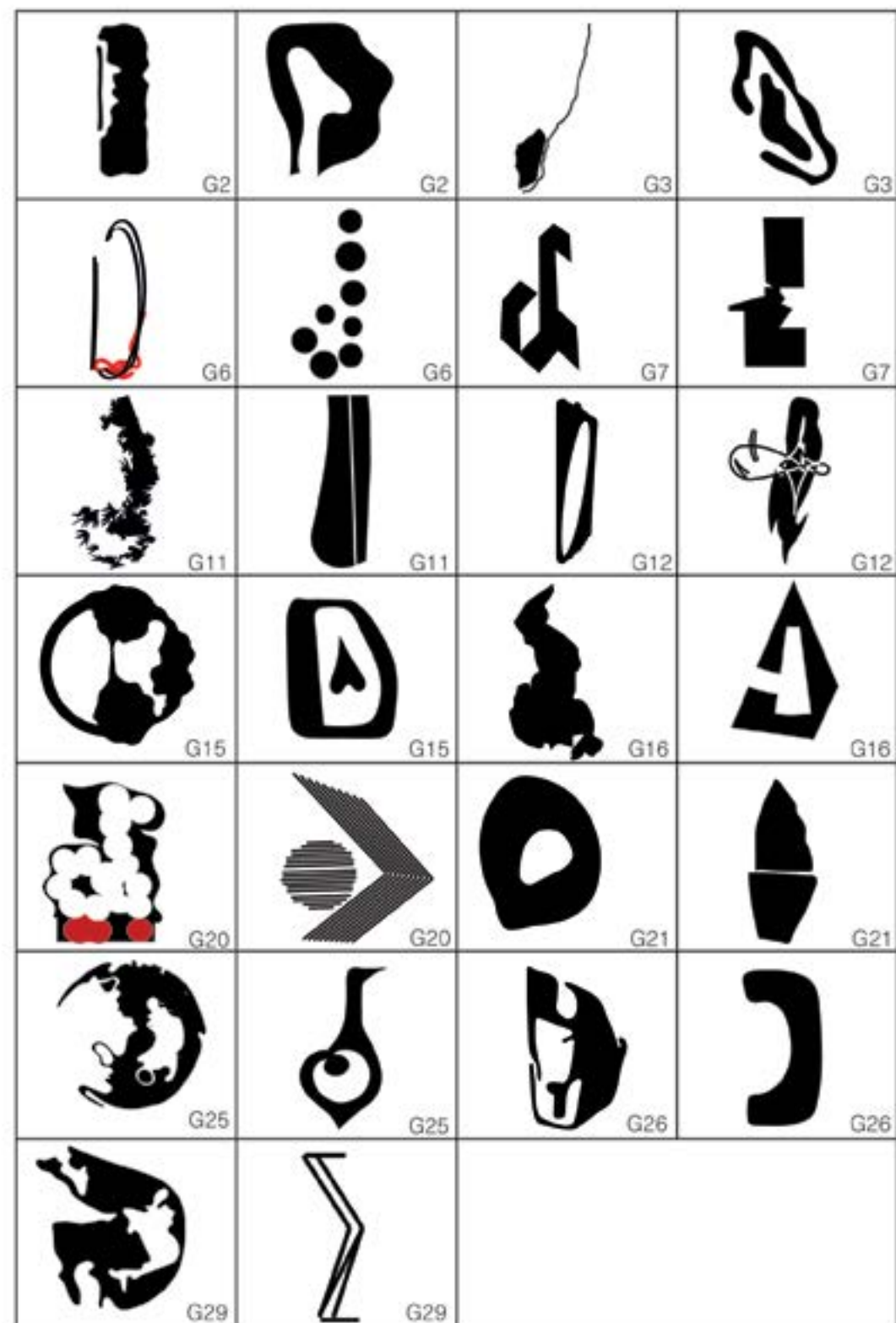
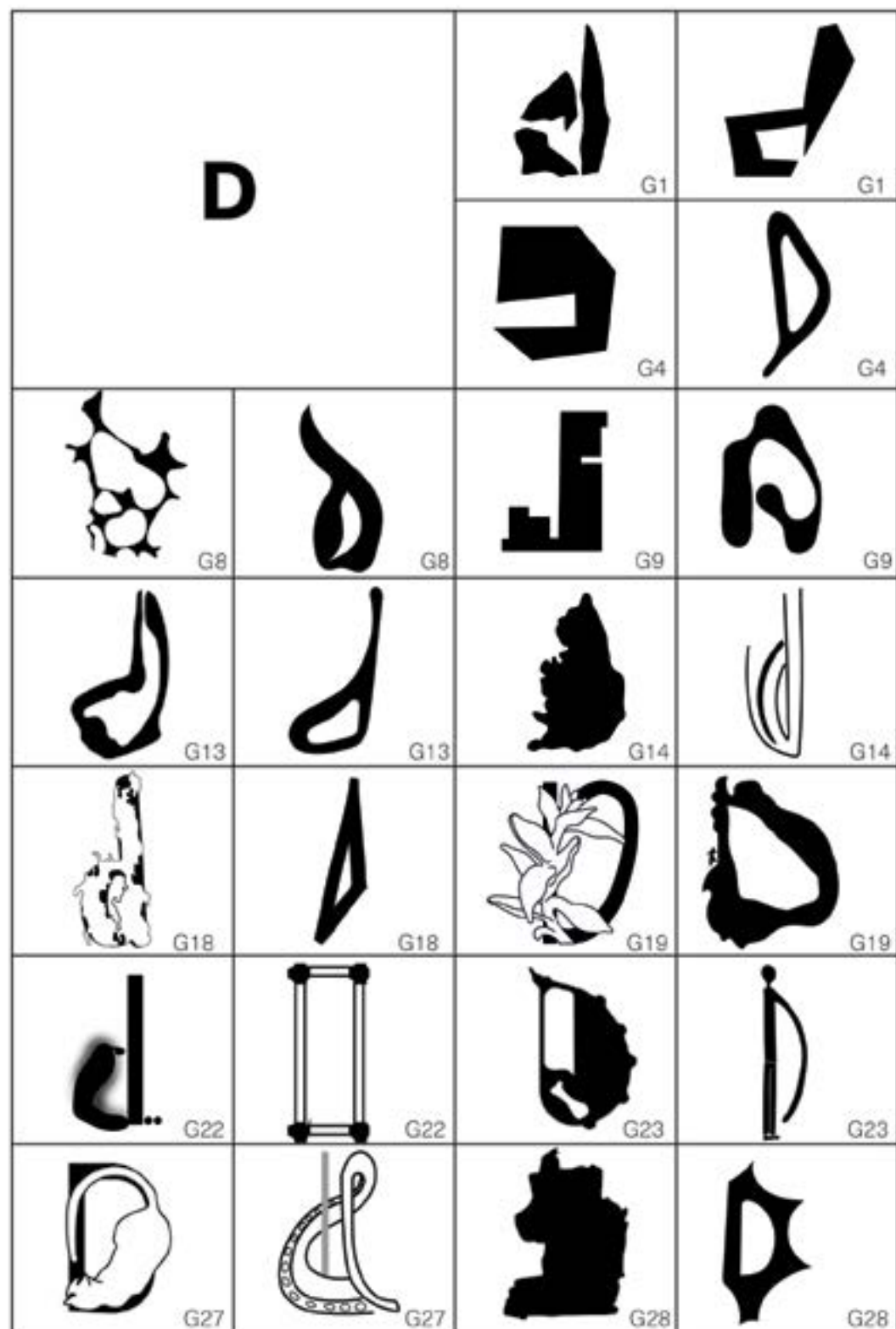


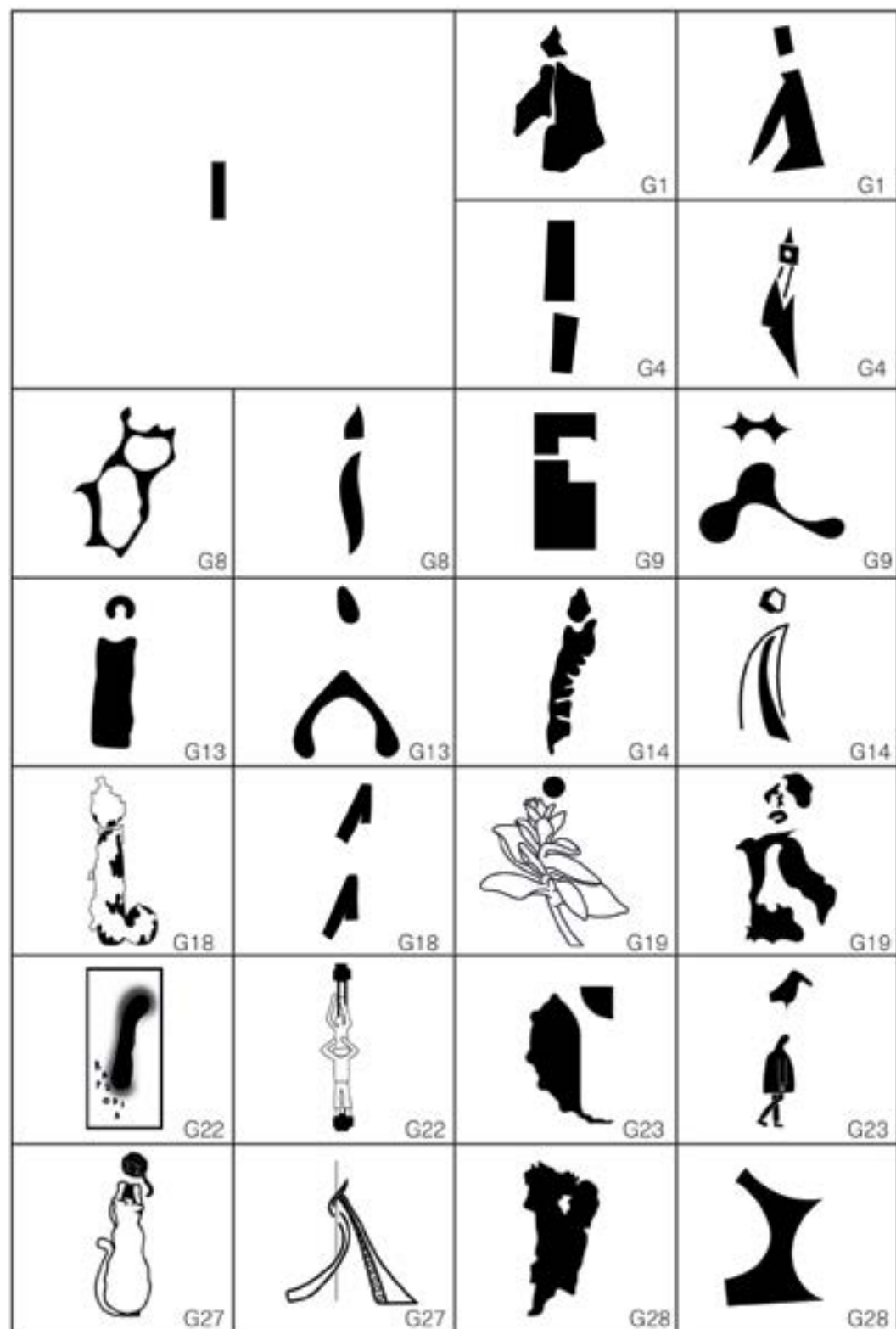












Flyer

A conclusione del nostro progetto, compresa l'importanza della sperimentazione abbiamo pensato ad un modo per invogliare gli studenti a mettersi alla prova come noi.

Abbiamo allora progettato un flyer dal linguaggio ironico e provocatorio, in cui sono stati evidenziati alcuni dei punti salienti della nostra tesi: l'importanza della sperimentazione a livello educativo, le regole fondamentali perche sia formativa e infine una spiegazione del nostro progetto per invogliare gli indecisi che non sanno da che parte iniziare.

Un QR code riporta alla nostra tesi per chi volesse approfondire l'argomento.

Infine abbiamo pensato ad un poster integrato per ridurre gli sprechi evitando che venga buttato via: gli studenti possono così conservare un ricordo del progetto Rapsodia e lasciarsi ispirare senza mai perdere le regole più importanti.

Conclusioni

Alla fine di questo lungo processo formativo che ci ha accompagnati per mesi, possiamo sicuramente dedurre alcune conclusioni sull'esperienza in sé e sulla parola e l'utilità della sperimentazione. Innanzitutto, dopo aver lavorato e studiato a lungo su questo difficile concetto, sentiamo il bisogno di **ridefinirlo** alla luce di tutte le sperimentazioni e delle ricerche compiute. Molti professionisti danno una loro interpretazione della parola, focalizzandosi su alcune sfumature di queste. Vorremmo quindi provare anche noi a definirla per come l'abbiamo percepita in questo tempo, con una definizione specifica per il campo di cui ci occupiamo: la comunicazione visiva.

Crediamo che la sperimentazione voglia dire uscire dai preconetti, dalle regole insegnateci e mettersi alla prova. Significa giocare con ciò che ci circonda, esplorare le possibilità degli strumenti a nostra disposizione a fondo e “fare” il più possibile.

Durante questo processo, che **non è mai semplice e lineare**, è importante ricordare che **fallire è normale**, non bisogna averne paura, ma anzi sforzare la nostra mente a scandagliare e sondare ogni possibilità e produrre il più possibile. Proprio in questo modo si può pensare di crescere e di arrivare all'innovazione, cioè al creare e provare qualcosa di nuovo, per se stessi, per gli altri e per il campo in cui si lavora.

Sicuramente, noi possiamo sostenere che grazie al nostro mese di sperimentazioni abbiamo provato, pensato e imparato tecniche che altrimenti non avremmo avuto la possibilità di mettere alla prova. Per valutare l'utilità di questo periodo bisogna tenere a mente il **distacco fatto dai social media**. Durante i 30 giorni infatti, l'ispirazione doveva solo nascere dalla nostra fantasia, dalla nostra esperienza o dal nostro repertorio. L'ispirazione non poteva derivare dai social: solo in questo modo si poteva essere sicuri di andare oltre i propri limiti. Altro **distacco** molto importante è stato quello **dal PC**. Tutto ciò che abbiamo sperimentato è stato fatto in analogico e questo ci ha permesso di dover utilizzare e sporcare le nostre mani, con tecniche che non sono più così diffuse nel campo del design grafico a causa dei computer.

Quindi, per evitare di ripetere la stessa sperimentazione ogni giorno, abbiamo dovuto pensare e ideare con la nostra mente e fantasia nuovi metodi per affrontare la fotografia pescata. Nei primi giorni sicuramente le tecniche sperimentate non erano delle più innovative: ripassare le forme e cercare in queste le lettere presenti. Già dal terzo giorno si può invece notare un tentativo (forse anche un po' fallimentare) di ritrovare le forme delle lettere nei buchi lasciati dalle sagome nere. Proseguendo si può notare l'utilizzo di forme prese dalla foto, ma che vengono mescolate e riutilizzate (G4). Si può vedere anche l'utilizzo dell'elemento presente nella foto in 3d: le goccioline d'acqua condensate diventano gocce d'acqua scannerizzate (G6); l'opera in vetro "La Totalità" di Costas Varotsos, diventa uno stencil applicato su un vetro attraverso il quale viene fatta passare della luce (G12).

Si può notare ogni giorno un progresso, inteso anche come intellettuale, nel cercare nuovi modi di affrontare il problema. Si passa dal ricalco, all'utilizzo delle forme (G7), del fuoco (G15), delle ombre (G18), ad una ricerca più stilistica di un lettering visibilmente più curato. Gli step affrontati sono parecchi, e sicuramente possiamo affermare che **in nessun altro frangente ci saremmo sbilanciati così tanto ad andare oltre i nostri limiti e a provare effettivamente tecniche e attività particolari.**

Bisogna anche sicuramente sottolineare che questi 30 giorni non sono stati affrontati senza fatica.

A partire dalle foto, che spesso non sono state d'aiuto alla fantasia, ma anzi non ci hanno lasciato molte vie di sperimentazione particolare.

Sicuramente non è stato d'aiuto l'obbligo di stare tutti i giorni chiusi in casa per minimo 6 ore, seduti ad una scrivania, senza la possibilità di uscire nelle ore di luce o di fare attività fisica, e talvolta riducendo i contatti con gli altri amici per finire la sperimentazione della giornata.

Sicuramente non è stata d'aiuto l'ansia di dover finire il periodo di sperimentazioni e la consegna del resto della tesi in tempo per la sessione di laurea.

Questi fattori hanno contribuito a rendere questa esperienza più faticosa e stressante, arrivando a suscitare malumori e momenti di sconforto, e lasciandoci alla fine stanchi e talvolta abbattuti.

Allo stesso modo anche la convivenza prolungata e assidua è stata fattore di fatica, poiché nonostante l'amicizia consolidata, ci ha messo davanti al conoscere l'altra persona molto più nel dettaglio, imparando modi di fare, caratteristiche e abitudini. Nonostante questo, bisogna sottolineare che affrontare questo periodo in solitudine sarebbe senza dubbio stato più noioso e decisamente più faticoso. Per me, che tendo facilmente a farmi prendere dallo sconforto, sarebbe sicuramente stato ancora più stancante senza Chiara.

Alla luce quindi di tutti questi elementi che hanno reso i 30 giorni tali, possiamo confermare **l'utilità di questo processo.**

Aver provato qualcosa di nuovo, ed essere andati oltre tutto ciò che ci è stato insegnato e che ha fatto parte della nostra esperienza ha sicuramente costituito una sfida, che ha quindi portato alla creazione di un nuovo repertorio intellettuale che troverà utilizzo nelle nostre vite future da graphic designer, che saranno in uno studio o da freelance. Per questo motivo ci sentiamo di **consigliare a tutti un momento dedicato alla sperimentazione, che siano due o tre giorni all'inizio di un brief, o 2 settimane una volta all'anno.**

Soprattutto per gli **studenti** di design grafico, per la comunicazione, o per il prodotto del secondo o del terzo anno riteniamo che possa essere utile. C'è infatti bisogno di un minimo di esperienza e repertorio pregresso. Crediamo che un **periodo minimo utile possa essere di una settimana;** e che due settimane possano essere un periodo sufficiente. Riteniamo che sia un'esperienza da cui tutti potrebbero trarre qualcosa.

Per questo motivo abbiamo deciso di diffondere un **flyer** per provare a coinvolgere i giovani designer in questa esperienza, guidandoli passo per passo in questo processo formativo e in cui vogliamo sottolineare le regole imparate dai mesi di ricerca e dal mese di sperimentazione. Queste regole sono state ispirate dai professionisti e messe a punto da noi, che le abbiamo sentite e fatte nostre durante i 30 giorni.

Note

- [1] "Sperimentazione" definizione
- [2], [11] Huizinga J. - *"Homo Ludens"*
- [3] Stuart Brown - *Play is more than just fun*
- [4] Csikszentmihalyi M. - *"Flow"*
- [5] Keith Sawyer - *"Zig Zag"*
- [6], [8] Conferenza Design to Play - Conference Insights
- [7], [10] Tim Brown - *Tales of creativity and play* - 2008
- [9] Medium - *Design/Play*
- [12] *Paul Rand on the Play Instinct*
- [13] Ellen Lupton, *Graphic design thinking*
- [14] Purple Diary - *Brice Marden*
- [15] *Divergent Thinking*
- [16] *Wolfgang Weingart's typographic landscape*
- [17] *Weingart: Typography. My Way to Typography*
- [18] Medium - *Learning in the Bauhaus School*
- [19], [20] *Teaching Form Through Practice (Werklicher formunterricht)*
- [21], [23] *Bruno Munari e il suo "metodo"*
- [22], [30] Munari B. - *Da Cosa Nasce Cosa*
- [24] Munari B. - *Artista e Designer*
- [25] *interview with graphic designer David Carson*
- [26] "Innovazione" definizione
- [27] *Il ritorno della stampa a caratteri mobili*
- [28] Lupton E. - *Graphic Design: The New Basics*
- [29] David Carson Interview
- [31] The Alphabetical Room
- [32] Conditional design - Manifesto
- [33] 36 days of type
- [34] "Rapsodia" definizione
- [35] "Rapsodia" definizione

Bibliografia

Bibliografia e sitografia

- | | | |
|------|---|---|
| [1] | "Sperimentazione" definizione (consultato il: 12/2023) | https://www.treccani.it/vocabolario/sperimentare/ |
| [2] | Huizinga J. - <i>"Homo Ludens"</i> (consultato il: 12/2023) | http://www.edarcipelago.com/classici/classpdf/homoludens.pdf |
| [3] | Stuart Brown - <i>Play is more than just fun</i> - 2008 (consultato il: 12/2023) | https://www.ted.com/talks/stuart_brown_play_is_more_than_just_fun?subtitle=it |
| [4] | Csikszentmihalyi M. - <i>"Flow"</i> - Roi Edizioni - 1990 | |
| [5] | Keith Sawyer - <i>"Zig Zag"</i> (consultato il: 11/2023) | https://keithsawyer.com/zigzag/the-model/make.php |
| [6] | Conferenza Design to Play - Conference Insights (consultato il: 12/2023) | https://www.d2i.dk/wp-content/uploads/2014/09/DC13_Conference_Insights_digital_01.pdf |
| [7] | Tim Brown - <i>Tales of creativity and play</i> - 2008 (consultato il: 12/2023) | https://www.ted.com/talks/tim_brown_tales_of_creativity_and_play?subtitle=it |
| [8] | Medium - <i>Design/Play</i> (consultato il: 12/2023) | https://medium.com/@tomos.design/design-play-e7e90ce895e5 |
| [9] | <i>Paul Rand on the Play Instinct</i> (consultato il: 12/2023) | https://www.paulrand.design/life/interviews/1998-Paul-Rand-on-the-Play-Instinct.html |
| [10] | Ellen Lupton - <i>Graphic design thinking</i> - Princeton Architectural Press, 2011 | |
| [11] | Purple Diary - <i>Brice Marden</i> (consultato il: 12/2023) | https://purple.fr/magazine/fw-2012-issue-18/brice-marden/ |
| [12] | <i>Divergent Thinking</i> (consultato il: 01/2024) | https://www.interaction-design.org/literature/topics/divergent-thinking |
| [13] | <i>Wolfgang Weingart's typographic landscape</i> (consultato il: 11/2023) | https://keithtam.net/wp-content/uploads/2019/07/weingart_article_qa_keithtam.pdf |
| [14] | <i>Weingart: Typography. My Way to Typography</i> (consultato il: 11/2023) | https://www.neugraphic.com/weingart/weingart-text3.html |
| [15] | Medium - <i>Learning in the Bauhaus School</i> (consultato il: 11/2023) | https://uxplanet.org/learning-in-the-bauhaus-school-five-lessons-for-todays-designers-and-five-ways-the-web-still-is-64f2985ce811 |

[16]	<i>Teaching Form Through Practice (Werklicher formunterricht)</i> (consultato il: 12/2023)	https://www.albersfoundation.org/alberses/teaching/josef-albers/teaching-form-through-practice-werklicher-formunterricht
[17]	<i>Bruno Munari e il suo "metodo"</i> (consultato il: 01/2024)	https://collezionedatiffany.com/metodo-bruno-munari-2016/
[18]	Munari B. - <i>Da Cosa Nasce Cosa</i> - Laterza - 2017	
[19]	Munari B. - <i>Artista e Designer</i> - Laterza - 2017	
[20]	<i>interview with graphic designer David Carson</i> (consultato il: 11/2024)	https://www.designboom.com/design/interview-with-graphic-designer-david-carson-09-22-2013/
[21]	"Innovazione" definizione (consultato il: 02/2024)	https://www.treccani.it/vocabolario/innovazione/
[22]	<i>Il ritorno della stampa a caratteri mobili</i> (consultato il: 01/2024)	https://www.pixartprinting.it/blog/stampa-caratteri-mobili/
[23]	Lupton E. - <i>Graphic Design: The New Basics</i> - 2015 (consultato il: 12/2023)	https://issuu.com/felekanofkuIn/docs/ellen_lupton__jennifer_cole_phillip
[24]	David Carson Interview (consultato il: 10/2023)	https://eyeondesign.aiga.org/anti-grid-icon-david-carson-on-why-computers-make-you-lazy-and-indie-mag-design-needs-to-liven-up/
[25]	The Alphabetical Room (consultato il: 01/2024)	https://www.behance.net/gallery/151989635/The-Alphabetical-Room?tracking_source=search_projects&l=27
[26]	Conditional design - Manifesto (consultato il: 01/2024)	https://conditionaldesign.org/manifesto/
[27]	36 days of type (consultato il: 01/2024)	https://www.36daysoftype.com/
[28]	"Rapsodia" definizione (consultato il: 01/2024)	https://blog.landr.com/it/glossario-musicale-50-termini-musicali-oscuri-da-conoscere/
[29]	"Rapsodia" definizione (consultato il: 01/2024)	https://www.treccani.it/enciclopedia/rapsodia_(Enciclopedia-Italiana)/

Indice delle immagini

1	International Design Camp 2013 - Logo e grafiche
2	Boyd J. - Poster sperimentale
3	Leal L. - Tipografia sperimentale
4	Weingart W. - Esperimenti con la lettera "M"
5 - 6	Rand P. - Grafiche per IBM
7	Marden B. - Elevation
8	Marden B. - Red Rocks
9-10	Weingart W. - Esperimenti con la lettera "M"
11	Bayer H. - Poster per la scuola della Bauhaus
12	Albers J. tiene una lezione nella Bauhaus
13	Munari B. - Forchette parlanti
14	Munari B. - Macchine inutili
15	Carson D. - Pagina interna di un numero di RayGun
16	Carson D. - Copertina per la rivista danese Volkskrant
17	Kitching A. - Poster fatto con i caratteri mobili
18	Kitching A. - Artista che stampa un poster con i caratteri mobili
19	Dora A. - Bespoke Letters
20	Alla G. - Poster tipografico
21	Dora A. - Poster per la Helsinki Fashion Week
22	Alla G. - Poster tipografico
23	Leal L. - Esperimenti tipografici
24	Leal L. - Pagina di sketchbook
25 - 26 - 27	Shadmi L. - The alphabetical Room
28	Conditional Design - Workbook
29 - 30	Conditional Design - Sperimentazione
31	36 Days of Type - Logo
31 - 33	36 Days of Type - Lavori presentati

01Giorno

01Foto

01Font