

Salvatore Zingale

Gioco, dialogo, design

Una ricerca semiotica

© 2009 ATi Editore (Alta Tensione)
www.atieditore.it
prima edizione gennaio 2009
edizione riveduta e ampliata ottobre 2009
ISBN 978-88-89456-20-0

Grafica e impaginazione: studio gramma, www.gramma.it
Composizione tipografica: ITC New Baskerville e Cronos
Stampa: Digitalprint, Segrate (Milano)

Il libro continua, con discussioni e integrazioni, sul web:
<http://www.salvatorezingale.it/gdd>



Indice

<i>Premessa</i>	9
APERTURA	
Il design nel gioco semiotico	15
0.1. <i>Il lavoro semiotico</i>	15
0.2. <i>Il design e la comunicazione</i>	17
0.3. <i>La semiotica e l'ergonomia</i>	19
0.4. <i>Design, semiosi e comunicazione</i>	22
0.5. <i>Il design, uno stratagemma</i>	23
0.6. <i>L'artefatto, un ponte</i>	25
0.7. <i>Il design dialogico</i>	28
0.8. <i>Dal design al dialogo, dal dialogo al gioco</i>	29
GIOCO E DIALOGO	
1. La metafora del gioco	33
1.1. <i>Il gioco, un modello interpretante</i>	33
1.2. <i>Il gioco nell'interazione sociale</i>	35
1.3. <i>Il gioco fra sistema e processo</i>	36
1.4. <i>Il gioco fra rappresentazione e trasformazione</i>	39
1.5. <i>La classificazione dei giochi</i>	42
1.6. <i>Il gioco come sfida: quasi una narrazione</i>	44
1.6.1. <i>Primo momento: la relazione fra soggetti</i>	45
1.6.2. <i>Secondo momento: vincere una resistenza</i>	46
1.6.3. <i>Terzo momento: l'oggetto di mediazione</i>	46

Un grazie particolare a Massimo Bonfantini per avermi allenato alla dialogicità, e a Isao Hosoe per l'immagine in copertina, esempio di un design giocoso.

Dedico il libro ad Antonella, e lei sa perché.

1.7. <i>Lo spazio del gioco: il campo semiotico</i>	47
1.8. <i>Lottare, scegliere, fingere, provare</i>	48
1.10. <i>Gioco, lavoro, godimento</i>	52
1.11. <i>Giochi finiti e giochi infiniti: l'apertura nel gioco</i>	53
1.12. <i>Il gioco come spazio dialogico</i>	54
1.13. <i>Poe, gli scacchi, la dama e il whist</i>	58
1.14. <i>Peirce e il Gioco del Musement</i>	60
2. Dialogicità e dialettica	64
2.1. <i>La ragione dialogica</i>	64
2.2. <i>Bachtin: il dialogo come comprensione</i>	66
2.3. <i>Benveniste: la dialogicità nell'enunciazione</i>	68
2.4. <i>Indeterminatezza della dialogicità</i>	70
2.5. <i>Dialogo e dialettica</i>	71
2.6. <i>Dalla scrittura al dialogo</i>	74
2.7. <i>Il dialogo con se stessi</i>	76
2.8. <i>La dialogicità in Peirce</i>	77
3. I tre dialoghi e il campo dialogico	83
3.1. <i>I tre tipi di dialogo</i>	83
3.2. <i>Il contatto e il campo dialogico</i>	85
3.3. <i>La cooperazione dialogica</i>	87
3.4. <i>La simmetria imperfetta</i>	89
3.5. <i>Azioni e interazioni</i>	90
3.6. <i>La distanza indicale</i>	92
3.7. <i>Il discorrere e l'opera indeterminata</i>	93
3.8. <i>Eros e amicizia</i>	94
3.9. <i>L'ascolto e la tensione</i>	95
3.10. <i>La strategia</i>	96
3.11. <i>Dialogicità e invenzione</i>	97
3.12. <i>L'interazione attiva</i>	99
3.13. <i>La sensuosa soluzione</i>	100
DIALOGO E DESIGN	
4. Noi davanti agli oggetti	105
4.1. <i>Oggetti in relazione</i>	105
4.2. <i>Guardare un oggetto</i>	106
4.3. <i>Le affordance come vie del senso</i>	107

4.4. <i>Oltre la bellezza e l'utilità</i>	111
4.5. <i>Una visione antropocentrica</i>	114
4.6. <i>Usabilità e dialogicità</i>	116
4.7. <i>Un contributo semiotico all'usabilità</i>	119
4.7.1. <i>L'oggetto-oggetto</i>	119
4.7.2. <i>L'oggetto costrittivo-seduttivo</i>	123
4.7.3. <i>L'oggetto-strumento</i>	128
4.8. <i>Il farsi comprendere</i>	131
4.9. <i>La bellezza pragmatica</i>	132
4.10. <i>Prezioso, gradito, soddisfacente</i>	134
5. Design: semiotica della scelta	136
5.1. <i>Poe e la costruzione dell'effetto di senso</i>	136
5.2. <i>Design, scienza dell'artificiale</i>	141
5.3. <i>Le domande di Munari</i>	143
5.4. <i>Un libro da non leggere</i>	143
5.5. <i>Una panchina enfaticamente fatica</i>	146
5.6. <i>Dal prodotto al sistema-prodotto</i>	148
5.7. <i>Dinamicità degli artefatti: oggetti dialogici</i>	152
5.8. <i>Poe e la semiosi progettuale</i>	153
5.9. <i>L'abduzione inventiva come scelta</i>	155
5.10. <i>La scelta nel gioco semiotico</i>	157
5.11. <i>Una strategia umanistica</i>	161
6. Logica progettante e logica utente	162
6.1. <i>Logica docens e logica utens</i>	162
6.2. <i>L'usabilità percepita come proiezione d'uso</i>	164
6.3. <i>Dal problema al prodotto</i>	167
6.4. <i>Le conseguenze delle cose</i>	169
6.5. <i>Le inferenze del progetto</i>	171
6.6. <i>La comprensione rispondente</i>	172
6.7. <i>Il design responsivo</i>	174
6.8. <i>Logica progettante e logica utente</i>	174
6.9. <i>Il macroargomento nel design</i>	176
6.9.1. <i>Prefigurare gli effetti di senso</i>	176
6.9.2. <i>Trarre le conseguenze</i>	177
6.9.3. <i>Sperimentare e verificare</i>	178
6.10. <i>L'usabilità semiotica</i>	178
6.11. <i>Le inferenze dell'usabilità</i>	180

6.11.1. <i>L'usabilità deduttiva</i>	181
6.11.2. <i>L'usabilità induttiva</i>	183
6.11.3. <i>L'usabilità abduttiva: l'azzardo</i>	184
6.11.4. <i>L'usabilità abduttivo-inventiva: la reinvenzione</i>	185
6.12. <i>Lo spazio semiotico</i>	189
FINALE	
7. Riassunto e rilancio	193
Bibliografia	199

Premessa

Le pagine di questo libro sono attraversate da una tesi di fondo: che la dialogicità sia la condizione di ogni attività progettuale, e che progettare significa agire all'interno di una rete di relazioni dialogiche. Questa tesi poggia a sua volta su un convincimento: che all'interno di ogni attività progettuale vi sia un sapere semiotico che richiede ancora di essere esplicitato. Ciò rende la scienza dei segni qualcosa di diverso da uno strumento per analizzare o descrivere il design: la semiotica – o meglio la *semiosi* – è parte di ogni processo progettuale.

Le relazioni fra la semiotica e il design qui discusse sono così da intendersi come un contributo a un'auspicabile "semiotica del progetto", come testimonia il dibattito in corso con i compagni di viaggio della rivista "Ocula" (www.ocula.it).¹ La *semiosi* nel suo insieme può infatti essere vista anche come via per inventare e reinventare il senso delle cose, per iniziare a guardarle non solo per come esse sono ma anche per come *dovrebbero* o *potrebbero essere*. In questo senso, alla scienza dei segni potremmo applicare, parafrasandola, l'undicesima Tesi su Feuerbach di Karl Marx: «I semiotici hanno in vari modi analizzato il mondo dei segni, ora si tratta di aiutare a progettarlo».²

In particolare, se ho rivolto l'attenzione al pensare e all'agire dialogico è perché la dialogicità può rappresentare uno dei punti su cui poggia la leva della semiotica del progetto.

¹ Cfr. Deni e Proni (2008).

² Il testo di Marx recita: «I filosofi hanno solo *interpretato* in vari modi il mondo; ora si tratta di *cambiarlo*» (1845; traduzione mia).

La dialogicità è molte cose insieme: è interrogazione dialettica del possibile; è rete di relazioni sociali; è patto o accordo ineliminabile tra la sfera del progetto e la sfera delle pratiche d'uso. Nell'ambito del design, la dialogicità si presenta in diversi aspetti del processo progettuale: nella riflessione esplorativa del progettista (dialogicità metasemiotica), nell'incontro-scontro fra produzione e utenza (dialogicità sociale), nel confronto fra diverse poetiche e soluzioni (dialogicità intertestuale). E infine nell'interazione che sempre più interessa le scienze del progetto: quella fra la componente umana e la componente artefattuale (dialogicità interpretativa). Dialogica è anche la cooperazione fra la prefigurazione interpretante, il controllo delle tecniche e dei metodi, la sperimentazione e verifica dei risultati. Quest'ultima è poi il momento in cui entra maggiormente in scena il coinvolgimento di un *giocatore* ineliminabile: il soggetto-utente.

La pratica dialogica attinge a sua volta alla metafora del gioco, da intendersi quale modello antropologico che orienta la nostra esperienza comunicativa: si gioca per *dire* qualcosa, si comunica *come se* si giocasse. Il gioco è agire secondo regole, ma anche invenzione e scoperta di regole, per il piacere del vivere e del conoscere. Nel gioco il design può forse ritrovare uno schema regolatore, un diagramma di relazioni dove l'azione di un soggetto condiziona l'azione di tutti i soggetti.

Questo è un libro *in esplorazione e in dialogo*, pensato e discusso nel vivo delle attività di formazione e ricerca alla Facoltà del Design e al Dipartimento Indaco del Politecnico di Milano, a partire dalla *semiotica dell'invenzione* introdotta fin dal primo momento da Massimo Bonfantini. Un libro che vorrei riconoscere verso colleghi e studenti, verso tutti quelli che mi hanno dato modo di apprendere e meglio comprendere il design, quando io pensavo di insegnare loro la semiotica.

Milano, 18 maggio 2009

GIOCO, DIALOGO, DESIGN

7.

Riassunto e rilancio

Nel dialogare quasi mai si arriva a vere e proprie conclusioni. Ma alla fine di ogni discussione ci sono considerazioni da ricordare e voglie da riprendere; una sorta di coazione a continuare a ragionare, anche se si pensa di avere già detto tutto. Come un ripetere o riprovare alcune giocate a partita già conclusa.

Ecco allora altre battute in ordine sparso, senza precisa disposizione. Sono note di riepilogo o appunti per future occasioni.

Si ha design quando ciò che si progetta si presenta come *risposta a una domanda*, anche quando la domanda non è stata ancora esplicitamente posta.

In tal senso, il design non è propriamente solo una pratica tecnica, un mero *saper fare*, quanto soprattutto un'attività mentale e intellettuale: è un sapere che incontra un fare.

Nel design il *saper fare* è a sua volta mosso da un *voler fare*, o da un *dover fare*. Il sapere e la volontà, va da sé, richiedono poi un *poter fare*. Per questo il design muove sempre da un'intenzione che richiede un metodo.

Il design – la progettualità – ha così sempre inizio da una *spinta* di natura sociale, più che individuale. Da qui il suo destino dialogico.

Questa spinta è l'*obiettivo di senso* del progetto, obiettivo che determina un *effetto di senso* verso qualcuno, attraverso un *prodotto di senso*.

Le relazioni fra *obiettivo* ed *effetto* di senso – attraverso la mediazione di un *prodotto* – sono relazioni politiche: contribuiscono all’edificazione (o alla distruzione) del senso di una comunità. Perché i beni strumentali, gli ambienti di vita e di lavoro, gli artefatti d’ogni genere sono il luogo delle mediazioni fra i soggetti della polis.

Il primo passo del design come processo semiotico è un atto interpretativo sul *sentimento di un’assenza*, ovvero interpretazione dell’inevitabile imperfezione e inadeguatezza del mondo artificiale così come esso è stato socialmente e storicamente prodotto.

L’avvio di un atto progettuale è quindi: accorgersi della *necessità di ciò che manca* nel mondo-ambiente, o dell’*imperfezione di ciò che esiste*. È osservazione. È interpretazione indagativa. Per sfida o per atto di volontà.

Da questa capacità di osservare, indagare e interpretare si sviluppa la *scienza del design*.

Quando questa indagine trova un ostacolo o viene interessata da una mancanza, abbiamo il passaggio dall’*osservazione* al *pensiero*, dall’inerzia all’eccitazione. E quando il pensiero inizia a costruire i modi per la rimozione dell’ostacolo, ovvero a intravedere una *presenza possibile*, ecco entrare in scena l’attività scientifica del design: il disegno che prefigura.

Il design non consiste nel proporre primariamente né *rappresentazioni* (di stati di cose, di idee, sentimenti o processi considerati oggetti di discorso) né *espressioni* (del proprio mondo interiore o delle proprie voglie sul mondo esteriore). Il design chiama sempre dialogicamente in causa un destinatario in quanto giocatore necessario.

Un artefatto è sempre (anche) un *servizio*. Altrimenti il destinatario di un progetto sarebbe sempre e solo un consumatore, e non un utente.

Un artefatto è sempre (anche) un *sistema*, o parte di un sistema, altrimenti non avrebbe vita sociale.

Come negli sport di squadra, il design “detta il passaggio” al suo interlocutore e lo invita a proseguire l’azione. Perché il design pone soggetti e oggetti *in gioco*, più che in scena.

Per queste ragioni, il prodotto di un progetto è solo in superficie riconducibile alla verbalità o ad altri analoghi sistemi di significazione. A differenza di altri organismi semiotici, in un artefatto l’uso è *conseguenza* della forma fisica e non un suo *correlato*.

Un artefatto è infatti un organismo semiotico solo in parte *simbolico* (nel senso di segnicità convenzionale). Perché la semiosi degli oggetti è primariamente *iconica* (forma come qualità, come filiazione analogica da altre forme) e poi *indicale* (relazione, contatto, posizione, ecc.).

All’analisi semantica degli artefatti, la quale mira all’individuazione del significato e al disvelamento dei valori, va allora inevitabilmente aggiunta una visione *pragmatica*: ciò che gli oggetti fanno, ciò che permettono di fare; quali effetti producono, quali conseguenze comportano.

Nella visione pragmatica, un posto centrale è occupato dalla nozione di *compito*: sia il compito affidato all’artefatto, sia il compito che un soggetto-utente svolge attraverso un artefatto.

L’esecuzione del compito richiede un processo di interazione, e quindi, da parte del soggetto-utente, una capacità inferenziale e dialogica: *con* l’artefatto e *sull*’artefatto.

La dialogicità è una predisposizione che l’oggetto-artefatto deve contenere (e di cui è responsabile il suo progetto) attraverso l’insieme delle sue proprietà (forma, colore, materia, dimensione, posizione, ecc.), ovvero attraverso le affordance che è in grado di esibire.

La dialogicità e l'interazione, così come la relazione inferenziale fra artefatto e utente, sono aspetti di cui si fa carico il *lavoro progettuale* (logica progettante) e che poi si attualizza nel *lavoro utente* (logica utente).

L'insieme delle due logiche è parte del *gioco semiotico*.

Il gioco semiotico comporta la strategia virtuosa della scelta, e ogni scelta è un'ipotesi su *ciò che può essere* a partire da *ciò che desideriamo che sia*.

La logica progettante è ciò che Peirce ha chiamato *macroargomento* – e che una semiotica del progetto ha ancora da sviluppare, anche a partire da più di un secolo di teoria e prassi del design.

La logica utente deve tener conto del gioco semiotico che ogni artefatto comporta: il gioco fra gli attanti del processo progettuale, tra le funzioni semiotiche degli artefatti, tra gli *obiettivi di senso* del progettista e gli *effetti di senso* sull'utente, e altro ancora.

Nell'usabilità il macroargomento può essere parzialmente rovesciato: la deduzione è la via *per imparare* o *saper usare*; l'induzione è la via del *provare a* o del *tentare di usare*; l'abduzione è la via dell'*azzardo* o della *reinvenzione d'uso*.

I termini *progetto* e *design* vengono spesso, e a ragione, intesi come l'uno la traduzione dell'altro. Ma una differenza, per certi aspetti, è forse possibile coglierla. Se infatti è vero che tutti “abbiamo progetti”, ovvero idee che si proiettano su una scena futura, non tutti passano dal progetto alla sua realizzazione *attraverso* il design.

Il design è ciò che *dà forma* a ogni idea di progetto: una forma efficiente e comunicabile – pensata *per qualcuno*.

Nel design la domanda sul *come* fare segue immediatamente la domanda sul *perché* fare. E *per chi*, *per quando*, e via di seguito.

Quando nel design il *come* viene separato dal *perché*, o viceversa, la ragione del design rischia di generare mostri.

In altri termini, l'attenzione per l'*obiettivo di senso* e per l'*effetto di senso* è dominante rispetto all'attenzione per il *prodotto di senso*: l'oggetto, artefatto. Ma obiettivo ed effetto di senso dipendono dall'attenzione rivolta al prodotto: il *come* è interpretante del *perché*.

La domanda è se ciò che chiamiamo “usabilità” – la possibilità d'uso d'un artefatto – deriva dal progetto o determina il progetto.

Attraverso la semiotica inferenziale si può a ragione avanzare un'ipotesi: che la progettualità è determinata da un lato dall'interpretazione di una *oggettualità problematica esistente* (la quale chiede al progetto di essere superata), dall'altro dall'interpretazione di una *usabilità possibile* (la quale chiede al progetto di essere esplicitata).

Anche tutto ciò è parte del design come *gioco semiotico*.

Ma nei giochi si vince *oppure* si perde. Ora, chi vince nel gioco del design? La committenza? I progettisti e i tecnici? L'utenza?

Nel gioco del design vincono *tutti*.