Progetto grafico 22: Spazio comune

a cura di Serena Brovelli, Luigi Farrauto, Silvia Sfligiotti

Lo spazio pubblico e urbano è un punto chiave nel dibattito contemporaneo intorno alle discipline del design: la città e le sue rappresentazioni sono viste come un teatro fecondo, e molte sono le aspettative sulle possibilità del design – in particolare di quello della comunicazione visiva – di intervenire positivamente nella fruizione dei luoghi da parte dei cittadini, sia sul piano tecnologico-funzionale sia su quello sociale.

Parlare di spazio pubblico però non è sufficiente: riteniamo che sia necessario allargare lo sguardo a un più ampio «spazio comune», a un'idea di spazio non solo come luogo fisico ma anche come luogo di scambio sociale, culturale e politico.

In questa chiave, è importante esplorare le effettive possibilità del design della comunicazione visiva di essere agente di cambiamento sociale, di rappresentare e narrare adeguatamente i luoghi della vita e le dinamiche che in essi si svolgono, e di facilitare letture critiche.

Anche le pratiche legate alla condivisione (di sapere, di strumenti, di spazi) e allo studio di processi partecipativi costituiscono un'area che merita attenzione, in particolare nell'ambito di una professione, quella del graphic design, che ha nel suo DNA la capacità di farsi «spazio comune» per la comunicazione e la comprensione di altri saperi.

Lo spazio comune può essere osservato da due estremità opposte: dallo spazio come accesso e accessibilità, lo spazio delle possibilità, della condivisione e dell'inclusione, fino allo spazio come coercizione e divieto, lo spazio dell'inaccessibile, dell'esclusione e del conflitto. Il design della comunicazione gioca un ruolo chiave in ciascuna di queste aree: talvolta come vettore della codifica sociale e motore di comportamenti, altre come supporto alle decisioni in ambito urbano, alla comprensione di fenomeni complessi, infine come possibile strumento di reazione ai vincoli imposti.

• *uscita*: autunno 2012

PG 22: Spazio comune
possibili linee di ricerca

Spazi contesi
- Occupy, Reclaim the streets, Critical mass, e movimenti analoghi: le loro modalità di comunicazione; "branding" della contestazione;
- usi temporanei degli spazi e loro comunicazione;
- politica e conflitto (per esempio, il valore politico delle mappe);

Accesso
- comunicazione nello spazio pubblico/urbano;
- narrazione e identità dei luoghi;
- comunicazione "dal basso"; accessibilità ai cittadini degli spazi pubblici di comunicazione vs. il valore commerciale di quegli stessi spazi;
- le leggi che regolano l'accesso agli spazi di comunicazione; lo spazio della comunicazione come spazio comune; spazio (mentale) in vendita.

Divieto
- divieti e potere: il linguaggio visivo dell'inaccessibilità.

Condivisione
- condivisione di spazi, beni e servizi nella vita urbana;
- spazi comuni di lavoro; esperimenti per la creazione di luoghi per il design "critico";
- lavoro nelle comunità locali: design come agente nel tessuto sociale;
- beni comuni;
- il graphic design come spazio comune e punto di incontro tra varie discipline e saperi;
- condivisione delle idee.

Coprogettazione
- metodi di coinvolgimento del pubblico nello sviluppo di progetti