

CALL VII CONVEGNO AIS/DESIGN 2025

24-25 ottobre 2025, Politecnico di Bari

Storia di prodotti o storia di contesti? Antinomie utili alla storia del design

Il tema che il convegno AIS/Design 2025 propone a ricercatori e studiosi si colloca nell'intersezione di due piani di lettura integrati e paralleli che parte del dibattito in ambito storico sembra consegnarci. Da una parte ciò che si raccoglie intorno all'identità dei prodotti che attraversano la linearità dei processi industrializzati e l'indeterminatezza contemporanea delle nozioni di produzione e consumo; e dall'altra un design inteso come contesto, plurimo nelle sue declinazioni e nell'assunzione delle sue argomentazioni inerenti idee, pratiche e "ambienti", letti anche in chiave politica. Con ciò non si intende affermare che nella antinomia prodotto-contesto suggerita si concentri la narrazione del design, piuttosto che questa ne rappresenti un peculiare incrocio di significati ancora da esaminare.

Nel primo caso la storia si caratterizza soprattutto nel racconto dell'oggetto, del "suo punto di vista" (Gregotti, 1982) in quanto "documento storico", non di rado icona di una modalità più incline, seppure modificatasi nel tempo, a intendere il "design come arte" frutto di un atto "autorale". In questa cornice i prodotti appaiono al centro dell'indagine storico-critica come catalizzatori e mediatori culturali, esito di una attività intellettuale che si alimenta di temi estetici, di messaggi semantico-comunicativi (Bürdek, 1986), del rapporto mai esaurito tra arti minori e maggiori, e della figura di un progettista che muove da una creatività personale per interpretare i bisogni comuni.

Nel secondo caso prevale l'ambientazione di un percorso evuzionista (Annicchiarico & Branzi, 2008) e multilineare (AIS/Design, 2013) che descrive un design pervaso da una natura a più volti e voci; una natura di cui discutere le condizioni sociologiche, tecnologiche ed economiche; una natura a metà tra cultura materiale e immateriale. Un design così "con-naturato", oltre che apparire come la somma di prassi tese a sperimentare azioni collettive rivolte allo sviluppo territoriale, sociale e delle idee, corrisponde a una sintesi di saperi rivolta all'innovazione in senso lato.

Ma se la definizione più propriamente data di contesto è quella di un insieme di fattori e valori eteronomi esterni all'episodio da osservare, ricondurla alla storia del design equivale a definire un "artificio storiografico in quanto non è il racconto storico dell'evento ma tutto quanto serve a metterlo in luce e ciò a seconda degli aspetti che il narratore intende evidenziare" (De Fusco, 2018, p. 368). Pertanto, raccontare una storia che si concentri sul contesto, riposizionandone ed emancipandone il ruolo di servizio all'evento, accentua l'approfondimento di storie dal basso e induttive (D'Amato, 2005); stimola ad ampliare l'entità delle fonti e la comprensione di altre discipline. Ciò non significa negare il "protagonismo" di progettisti, aziende e prodotti icona, ma affiancarvi il "protagonismo" antinomico incentrato sulle qualità plurali che gravitano intorno alle connessioni, tra gli attori in campo, chiamati in causa dal contesto.

Se è vero che il contesto è l'insieme delle circostanze in cui si verifica un evento, la sua centralità richiede uno sguardo con proprietà da geografico, naturalista oppure da antropologo (Mendini, 2010). In questo caso il resoconto storico si fa più sensibile alla natura concettuale dei prodotti e concorre a modificarne

l'immaginario storico e il processo ermeneutico, poiché non solo si posiziona al di là di essi, ma per certi versi “contro”, basti pensare al suo riversamento in forme divenute eterogenee su “una moltitudine di supporti e media, divenendo testo, immagine, film, installazioni, performance, strategia partecipativa e relazionale” (Quinz, 2020, p. 14).

Queste considerazioni, nel sottolineare le molteplici contaminazioni del design, introducono l'evidenza della storia del graphic design all'interno dell'antinomia proposta, e rimuovono, inoltre, l'equivoco che la “grafica” si occupi prevalentemente di mettere in scena prodotti in un processo lineare che dall'azienda raggiunge il consumatore. Viceversa, “it functions as a social lubricant, allowing designers and consumers to communicate with others and to express themselves.” (Lees-Maffei & Maffei, 2019, p. 1). Altresì, il contesto se riferito alla comunicazione intesa come sistema, chiama in causa un intorno relazionale che attraversa valori metaprogettuali, di interazione, di user-experience, oltremodo sollecitati dal rilievo che hanno assunto nella contemporaneità le conoscenze e le pratiche digitali; pratiche strettamente connesse a specifiche strumentazioni e determinati processi produttivi.

Dunque, l'antinomia tra prodotto e contesto come “dispositivo” per esplorare la cultura storica del design, si mostra “utile” anche nel coinvolgere l'esercizio della critica nei suoi rapporti con la storia. Un artificio storiografico – che chiama in causa sia la ricerca con i suoi compiti e metodi di indagine, che la formazione compresa tra strumenti e insegnamenti – in grado di rappresentare non tanto e non solo l'ampiezza della fenomenologia disciplinare del design, ma il modo in cui evolve la narrazione che il design stesso fa di sé nelle prassi e nelle teorie dell'analisi storica. Tutto ciò si inquadra in un evidente processo analitico (Maldonado, 1974; Le Goff, 1980; Gadamer, 1983; Pasca & Trabucco, 1995) che non solo intende indagare l'argomento proposto ma anche identificarne contorni e problematicità.

CALL FOR PAPERS

Dato il tema posto a fondamento della call, e valutando come questo intersechi il passato, il presente e il futuro della narrazione del design come sistema, si intendono sollecitare argomenti e tracce di riflessioni che ne abbraccino problematicamente in più direzioni gli sviluppi delle sue storie. Le sottoindicate tracce sono guide rivolte ad aspetti di profilo teorico ed esplorazioni critiche orientate ai diversi campi di applicazione del design:

Cluster di riferimento 1

antinomia utile nella ricerca

- Quali opportunità e limiti vi sono in una lettura della storia del design che indaga il senso di una antinomia “utile” tra prodotto e contesto?
- Quali sono e quali possono essere inediti indirizzi di ricerca per gli sviluppi delle storie del design nella antinomia prodotto-contesto?
- Tra storia e critica del design quali sviluppi interpretativi vi sono nel confronto di un design declinato in beni di consumo e pratiche sociali?

Associazione italiana
storici del design

- Quali sono tra prodotto e contesto argomenti, processi e fenomeni trascurati dalle piccole o grandi storie del design e che dal passato si riversano nell'attualità?
- Quali esempi, casi di studio ed esperienze comprese tra progettazione, formazione e ricerca, possono essere contenute nell'antinomia prodotto-contesto alla luce delle trasformazioni socio-culturali e tecnico-economiche in atto nel sistema design?
- Quali "immaginari" di storia si possono aprire considerando la diversa capacità ordinatrice e relazionale che la parola contesto ci suggerisce nell'indagine storica tra passato e presente?
- Sullo sfondo delle trasformazioni teorico-critiche disciplinari, quali riflessioni possono provenire dal visual design, e più in generale dalla comunicazione, se poste al centro dell'antinomia prodotto-contesto?

Cluster di riferimento 2

antinomia utile nella formazione, nell'insegnamento, nella didattica

- Può l'antinomia presentata interrogare in chiave strategica quali storie del design debbano essere insegnate considerato il presente e le prospettive future, disciplinari e interdisciplinari, del design?
- Quali ipotesi, apporti e cambiamenti degli insegnamenti della storia del design si possono intravedere nell'alveo speculativo di una storia che attraversa l'antinomia prodotto-contesto?
- Se consideriamo limiti e opportunità posteci dall'antinomia prodotto-contesto, quali temi e letture storiche richiedono rinnovamenti in chiave didattica?
- Dalle esperienze formative-didattiche e dagli insegnamenti di storia del design provengono esperienze e risultati di studio per interpretare criticamente il binomio prodotto-contesto?

Bibliografia di riferimento

AIS/Design. (a cura di). (2014). *Il design e la sua storia. Primo convegno dell'Associazione Italiana degli storici del design*. Bologna: Lupetti

Annicchiarico, S., & Branzi, A. (2008). *Che cosa è il design italiano. Le sette ossessioni*. Milano: Electa

Bürdek, B. E. (1992). *Design. Storia, teoria e prassi del disegno industriale*. Milano: Mondadori Editore

D'Amato, G. (2005). *Storia del design*. Milano: Mondadori Editore

De Fusco, R. (2018). *Storia dell'idea di storia*. Milano: Mimesis

Gadamer, H. G. (1983). *Verità e metodo*. Milano: Bompiani

Gregotti, V. (1982). *Il disegno industriale in Italia 1860-1980*. Milano: Mondadori Electa

Le Goff, J. (a cura di). (1980). *La nuova storia*. Milano: Mondadori Editore

Lees-Maffei, G., & Maffei, N. P. (a cura di). (2019). *Reading Graphic Design in Cultural Context*. London: Bloomsbury Visual Art

Mellini, A. (a cura di). (2010). *(Quali cose siamo). III Triennale Design Museum*. Milano: Mondadori Electa

Maldonado, T. (1976). *Avanguardia e razionalità*. Torino: Einaudi

Quinz, E. (2020). *Contro l'oggetto*. Macerata: Quodlibet

Pasca, V., & Trabucco, F. (a cura di). (1995). *Design: storia e storiografia. Atti del I Convegno internazionale di studi storici sul design*. Bologna: Esculapio editore

INFORMAZIONI UTILI

Curatori del convegno

Rossana Carullo, Vincenzo Cristallo, Monica Pastore (Politecnico di Bari)

Sede

Politecnico di Bari, via Edoardo Orabona, 4, Bari

Aula magna "Domus Sapientiae", Dipartimento ArCoD

Scadenze importanti

- 27 gennaio 2025: invio proposta abstract (max 3000 battute spazi inclusi)
- 3 marzo 2025: comunicazione accettazione abstract
- 30 giugno 2025: consegna full paper
- 28 luglio 2025: comunicazione esito peer-review full paper
- 24-25 ottobre 2025: convegno
- 15 dicembre 2025: consegna full paper per pubblicazione negli atti del convegno
- aprile 2026: pubblicazione atti del convegno (versione digitale)

Modalità di invio della proposta

Gli interessati e le interessate possono inviare, entro il 27 gennaio 2025, una proposta in italiano all'indirizzo: convegno@aisdesign.org.

La proposta deve essere composta e consegnata in un file .doc/.docx, seguendo le istruzioni e utilizzando il form [scaricabile da qui](#).

I curatori del convegno sono disponibili a discutere con autrici e autori eventuali proposte di contributo entro i termini indicati. È sufficiente inviare un messaggio all'indirizzo e-mail convegno@aisdesign.org.

A/I/ S/Design

Associazione italiana
storici del design

Modalità di svolgimento e partecipazione al convegno

Il convegno si svolgerà in **presenza**.

La **partecipazione** come relatore al convegno è gratuita per i soci AIS/Design in regola con la **quota** associativa 2025. I partecipanti che non siano già soci AIS/Design nel 2025, potranno fare una donazione liberale ad AIS/Design.

Per le modalità di questa donazione, potete scrivere alla e-mail: convegno@aisdesign.org.

Le istruzioni per iscriversi ad AIS/Design o per rinnovare la quota associativa sono disponibili alla pagina del sito <https://www.aisdesign.org/v2/iscrizione/>