

Mobile communication

GINO FINIZIO

MasterLab
alla prestigiosa
Domus Academy.
Il telefono mobile oggetto
di studio da parte
di giovani progettisti
per LG Electronics
con Gino Finizio
e Claudio Formicola,
Roberto Rovetta
e Marcello Sebis

DOMUS ACADEMY
STUDIO LA DORA

Progettare 315 ottobre 2007

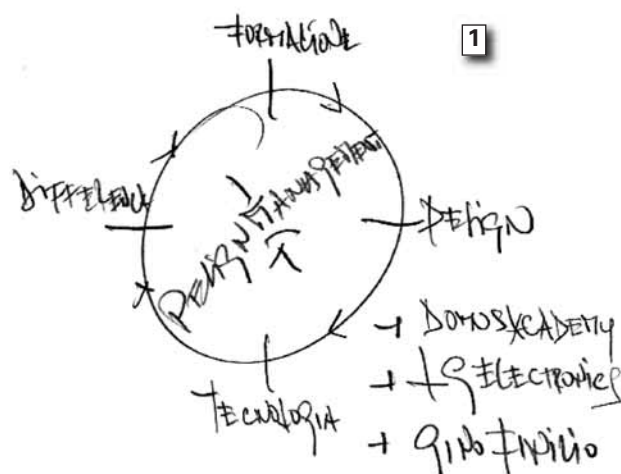
La progettazione virtuale è entrata a far parte della cultura tecnica del progetto, producendo elaborati automatici d'elevata precisione ed effetto scenico sorprendente. Ciò non è sufficiente a sostituire il risultato emozionale che esprime la prima idea progettuale raccolta magicamente in uno schizzo fatto a mano. Lo schizzo è il passaggio dal pensiero al disegno e dà vita all'intero progetto: corre e ricorre puntualmente durante l'intero percorso creativo dando continuità allo sviluppo dell'opera che prende forma fondendosi con la materia e la tecnica restando fedele all'idea originale.

In questo modo gli artefatti comunicativi, relazionali e interattivi danno un loro contributo sostanziale alla progettazione industriale contemporanea offrendo la possibilità, attraverso il susseguirsi dei contatti, reali e virtuali, di scambiarsi informazioni ed elaborazioni per procedere nell'evoluzione del progetto e mettere in risalto punti di forza e punti di debolezza. L'integrazione uomo-artefatto e il confronto costante all'interno del gruppo di lavoro consentono un rinnovamento continuo dell'intero progetto che raggiunge livelli ottimali. In

pratica si lavora da soli, con l'ausilio del computer, ci si confronta a distanza con i colleghi di lavoro, per poi incontrarsi e definire la strategia che conduce al prodotto finale.

Un'applicazione concreta di quanto vogliamo sostenere è avvenuta nel MasterLab dedicato alla mobile communication da LG Electronics in collaborazione con Gino Finizio e Domus Academy, una formazione post-universitaria che si afferma come una delle poche realtà in grado di stare al passo coi tempi integrando la cultura del progetto con la cultura d'impresa. Il contesto è internazionale grazie alla partecipazione di studenti provenienti da tutti i paesi

del mondo, richiamati dal connubio vincente tra ricerca all'avanguardia e grande tradizione del design italiano. Young-Ho Ham, Matt Ryan, Marco Bonneau, Gino Finizio e Maria Grazia Mazzocchi, Presidente di Domus Academy, hanno coordinato un interessante team di giovani che conosceremo attraverso le rappresentazioni grafiche e le idee portanti dei progetti scaturiti. È bene chiarire che un designer non possiede solo una cultura di progetto ma, per poter innovare mezzi, sistemi e prodotti, una cultura interdisciplinare che parte dal marketing, per generare progetti sostenuti da una chiara filosofia di design evoluto, e cerca il consumo

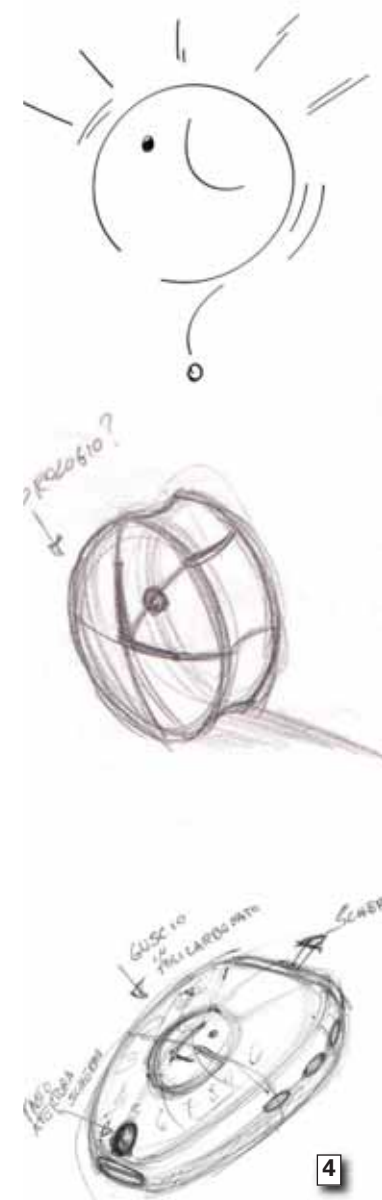


in un mercato di riferimento che è pronto a riconoscere il valore dell'artefatto. Si attua così il processo progetto - prodotto - mercato. Il modo di usare il nuovo prodotto sul mercato definisce nel tempo la cultura d'uso che è fonte essenziale per lo sviluppo e l'innovazione dei beni di consumo. Ai primi posti tra questi per le attenzioni che riceve da ricerca, mercato e pubblico, come fondamentale oggetto d'uso e spesso abuso, si colloca il telefono cellulare.

Semplici e complessi
L'artefatto telefonino è di-

ventato una macchina insopportabile che ti cattura con le sue moine per farti usare sempre più funzioni inutili che costano tempo e denaro, a vantaggio dei produttori. La filosofia che ha caratterizzato il progetto di **Alessandro Monica**, è la semplicità di un "Ciao, ci sei? vediamo da vicino e parliamo". È quindi l'aspetto umano che prende forza rispetto all'artefatto. Ed ecco il telefonino post-it, semplice per comunicare. La dotazione di tante funzioni determina un incremento delle dimensioni spesso senza un reale vantaggio, di conseguenza un

aumento di materiali, costi, peso inutile che condiziona la forma e il valore estetico. Inoltre sempre più spesso l'utente possiede più di un apparecchio. **Fabio Merzari**, ha pensato al secondo telefono, che deve essere leggero e con funzioni strettamente necessarie. Le dimensioni sono volutamente molto compatte in modo tale che se ne possano comodamente tenere più di uno nel taschino. Per **Roxana Khoshshokhan** il cellulare è un oggetto che va usato in modo disinvolto e va tenuto sempre a portata di mano evitando di cercarlo quando suona nel-



1. Disegno di Gino Finizio "Ciclo di innovazione del design";
2. schizzo di Enrico Macera;
3. schizzo di Federico Weber;
- 4 schizzo di Salvatore Puzangaro;
5. schizzi di Fabio Merzari;
6. schizzo di Danilo Mangini.



- a) Luca Buttafava, Maria Grazia Mazzocchi, Gino Finizio;
 - b) esposizione di Roberto Rovetta; c) esposizione di Salvatore Puzangaro;
 - d) Danilo Mangini;
 - e) Young-Ho Ham;
 - f) Finizio e Mazzocchi;
 - g) Marcello Sebis;
 - h) Mangini, Finizio e Claudio Formicola;
 - i) docenti e studenti;
 - l) esposizione di Federico Weber.
- Per le foto realizzate durante l'incontro in Domus Academy si ringrazia endstart.



7. il progetto di Enrico Macera;
 8. il progetto di Federico Weber;;
 9. il progetto di Alessandro Monica;
 10. il progetto di Daniele Di Vito;
 11. il progetto di Danilo Mangini;
 12. il progetto di Daniela Oliviero.

la caotica borsa o tra i mille oggetti che ti circondano. Una buona idea è portarlo al collo come un gioiello, o un collare che ti fa compagnia, che ti ricorda qualcosa di bello, ti dona un po' di comfort e di piacere, il piacere di rispondere a chi ti chiama. Penso ad un oggetto femminile morbido piacevole e da usare con semplicità: il lusso è semplicità.

Non tutti possono permettersi di scegliere cose lussuose. Se il lusso è indulgere nei sensi e soddisfarli, i display dei cellulari di ultima generazione tendono a divenire sempre più sottili, al punto di raggiungere la trasparenza nella soluzione dalle forme eleganti e fini di **Shahram Nabavi**.

Al contrario il telefonino di **Claudio Formicola**, non è fatto per essere ammirato, anzi permette all'utente di comunicare senza dover guardare l'oggetto che si usa, con la libertà di proseguire nella propria occupazione senza interruzioni e svolgere più attività contemporaneamente. Un cellulare utilizzabile "ad occhi chiusi" offre un aiuto ancor più sostanziale ai non vedenti che sono i primi destinatari del progetto del designer, sensibile ai bisogni di una minoranza che non va trascurata. Un atteggiamento di tipo etico può diventare il punto di forza dell'azienda che vuole differenziarsi e conquistare altre fette di mercato per emergere nella nostra era tecnologica e, si spera ancora, non senz'anima. In un ambiente turbolento, invaso da industrie che pra-



ticano una politica di dumping di breve periodo, il design è la vera arma di difesa per competere, all'insegna della qualità e della differenza formale. Il progetto di **Salvatore Puzangaro**, nasce dallo studio del logo della casa, la sua forma circolare si sposa bene con l'idea di un oggetto che si può afferrare saldamente tra le dita istituendo uno stretto rapporto con il corpo. Si tratta di un oggetto in movimento e che viene tenuto spesso in mano, quindi premendolo si aziona un volano interno non vincolato, che va ad alimentare una dinamo, ricaricando la batteria.

La sensibilità al tatto caratterizza anche la proposta di **Diego Marinelli** che per-

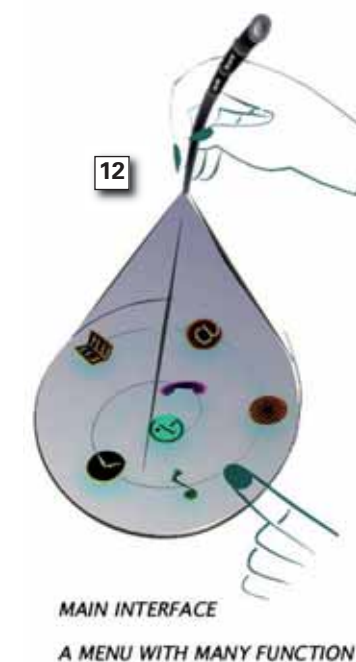
mette una comunicazione che va oltre il parlare o vedersi: il suo telefono, nominato appunto Touchphone, è dotato della possibilità di trasferire delle sensazioni tattili, che vengono captate da una superficie intelligente che legge la pressione applicata e la trasmette ad un altro apparecchio, creando un'interazione tattile a distanza.

Enrico Macera, predilige l'olfatto. Avere naso è la sua filosofia che prendendo spunto dagli odori che il naso percepisce trasforma il telefonino in un naso elettronico che cattura gli odori qua e là e li trasferisce al compagno o alla compagna per creare un dialogo a distanza fatto di profumi, sensazioni ed emozioni.



Andando di odore in odore si giunge a una comunità di odori che divengono il linguaggio di quel popolo di amici; un segno distintivo, delicato e molto personale. Il telefono mobile è usato quotidianamente e fa parte del nostro sistema di essere e di comunicare, pertanto deve svolgere la sua funzione rappresentando la personalità di chi ne fa uso e l'appartenenza a un determinato gruppo di utenti. Il segno è firma e soprattutto nel panorama dei prodotti industriali, segno è valore distintivo. L'idea di **Daniele Di Vito**, è la possibilità di avere il cellulare e l'auricolare non come due prodotti, ma come un'unica unità composta da due parti distinte. L'auricolare diventa segno e il monolito nero lo erge in alto.

Nel progetto di **Daniela Oliviero**, la peculiarità è data da una proiezione luminosa. Lo strumento della mobile communication trova fondamento nella coesistenza di due tipi di linguaggio: il linguaggio della MATERIA e il linguaggio della NON MATERIA. Il primo è prodotto da qualsiasi apparecchio illuminante, il quale è costituito da un materiale, da una forma e da un colore, parametri che variando, cambiano il linguaggio della luce. Il secondo è prodotto da un insieme di fonti lu-



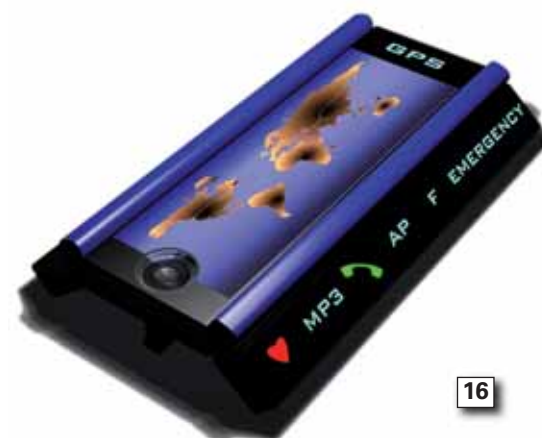
MAIN INTERFACE
 A MENU WITH MANY FUNCTION



13



14



16



17



15

13. il progetto di Roxana Khoshokhan;
14. il progetto di Fabio Merzari;
15. il progetto di Salvatore Puzangaro;
16. il progetto di Raffaele Pennazzi;
17. il progetto di Valerio Conti;
18. il progetto di Claudio Formicola.

minose che danno luogo all'illuminamento, il quale è costituito da luminosità (gestione/controllo) e colore. La luce crea la comunicazione, la luce è soprattutto un linguaggio.

La moderna tecnologia telematica offre dunque moltissime opportunità, ma è l'intelligenza umana che stabilisce un uso logico e adeguato delle necessità reali dell'uomo. Secondo Federico Weber, comunicare significa trasferire utilità, per cui un cellulare è anche un mezzo di sicurezza personale, e più è funzionale e più è utile. Ecco allora la dotazione di un'interfaccia tridimensionale, basata su una semisfera; questa disposizione spaziale consente infinite possibilità di personalizzazione e ampliamento dell'interfaccia, pur mantenendo coerente la logica consultiva.

L'interazione è di tipo gestuale, senza l'uso di penne, e risulta quindi estremamente rapida ed efficace. Al fine di consentire una percezione immediata dello spazio tridimensionale, la superficie sensibile al tocco è convessa.

La multifunzionalità è lo scopo perseguito da Daniele Mangini, che rifacendosi al corpo dell'aragosta suddiviso in placche presenta un sistema modulare

scomponibile e personalizzabile. Il multiplo è il concetto di base del disegno industriale che prevede un prodotto di serie generato con l'utilizzo di macchine automatiche che garantiscono la perfetta riproducibilità dell'oggetto in pezzi uguali e ripetibili con precisione assoluta.

Multiplo è anche l'oggetto che si compone prima, durante e dopo il processo produttivo in funzione di esigenze specifiche dettate dall'uso e dalla trasforma-

bilità nel tempo per il cambiamento del mercato o dello scenario produttivo. Negli anni cinquanta il termine "trasformabile" veniva utilizzato per identificare le vetture decappottabili.

Con un'attenzione rivolta in particolare al mondo automobilistico Valerio Conti, progetta il cellulare da utilizzare in auto, che deve essere trasformabile come l'ambiente destinato ad accoglierlo, dal momento che negli anni la trasfor-

mazione automobilistica ha riguardato soprattutto gli interni, creando abitacoli modulari, a favore di un aumento della qualità. Il cellulare da usare prevalentemente in auto si integra con il design della vettura.

Ogni mezzo ha i suoi stili, pertanto, un oggetto universale adattabile a ogni ambiente può soddisfare le esigenze dello stile e della funzionalità, attraverso una forma standard che ricerca le variabili di stile necessarie. Al momento dell'acquisto il cliente potrà scegliere il colore, la texture e il nome da apporre sul telefono per personalizzarlo in base all'auto che possiede o vorrebbe avere. Non necessariamente le cose coincidono.

Analogamente si può definire "sportivo" chi pratica lo sport, ma anche chi vuole sentirsi libero di muoversi e di pensare. Una tecnologia per lo studio di sistemi che potenziano le capacità umane, materiali hi-tech (gomma, compositi, tessuti sintetici o vetro), colori decisi e forme dinamiche concorrono a fornire accessori integrati come gli orologi e i cellulari multifunzionali in grado di ottimizzare il rendimento nelle attività sportive e aumentare la libertà di movimento. Il telefonino pensato e progettato per lo sportivo da Raffaele Pennazzi, contempla funzioni di controllo personale e funzioni aria aperta, sistema di emergenza per chiamare automaticamente il soccorso in

caso di pericolo, fasce in gomma di protezione e fascia elastica applicabile agli arti o a qualsiasi altro supporto oltre a tutti gli optional che offrono i cellulari più accessoriati.

La forma perfetta

Una volta giunti alla fine di questa carrellata di possibili nuove declinazioni dell'artefatto telefonino, ci accorgiamo di esser partiti dalla ricerca di semplicità per arrivare alla complessità dei telefoni multifunzionali, pronti a soddisfare esigenze diversificate, oggetti personalizzabili come pezzi unici che rappresentano l'individuo preservandolo dal rischio dell'uniformità e dell'anonimato, in grado di trasmettere non solo voci o parole, ma sensazioni che mettono in funzione tutti e cinque i sensi umani.

Non è una contraddizione di termini, perchè non stiamo disegnando una linea retta ma un cerchio, per cui tutto è strettamente concatenato e tutti i punti sono equidistanti dal centro. Ancora una volta la forma circolare è la forma perfetta, ancora una volta uno schizzo fatto a mano può esprimere e sintetizzare costruzioni elaborate del pensiero, e non può essere sostituito dall'elaborazione digitale più all'avanguardia. La semplicità è il frutto dell'innovazione tecnologica più sofisticata.

Così tra sviluppo della tecnica e sensi, sentimenti, emozioni, tra artefatto e uomo non c'è un contrasto o un rapporto di esclusione, bensì un'interazione profonda, una comunicazione su più livelli, profonda e sfaccettata come la realtà contemporanea con cui la mobile communication si evolve di pari passo.



18

Gino Finizio svolge attività di progettazione industriale e design strategico per aziende multinazionali. È professore incaricato di Design Management presso la Facoltà di Architettura dell'Università degli Studi di Roma La Sapienza e la Seconda Università di Napoli e direttore scientifico del Transportation design presso la Domus Academy. È autore del libro "Architettura e Mobilità tradizione e innovazione", Skira 2006.

