

DESIGN DIFFUSION NEWS

INTERIOR MAGAZINE

dd n

250

E 8,00 "Italy only" - F E 13,00 - D E 13,00 - GR E 14,30 -
P E 15,40 - EE 8,90 - GB GBP 11,00 - BE 10,00 - SKR 170,00 -
CH SFR 23,00 - NL E 19,00 - A E 10,00 - N NKR 172,00 -

ISSN 1120-9720 - Mensile - TAXE PERCUE (TASSA FISCOSSEA) - UFFICIO CMBP/2 ROSSERIO - MILANO.
Spedizione in abbonamento postale - 45% - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano



LONDON DESIGN B2B/UK - ITALY ITALIAN LIVING

ANTRAX IT/ T TOWER IL NUOVO RADIATORE PRÊT-À-PORTER



DESIGNING HAPPINESS

Con la quinta edizione milanese del Festival della Crescita (dal 17 al 19 ottobre), lanceremo in partnership con DDN il tema che attraverserà l'Italia nel 2020: Designing Happiness. Per comprenderlo a fondo possiamo partire da una famosa affermazione del poeta T.S. Eliot: "Il genere umano non può reggere troppa realtà". L'esperienza felice deve aiutarci a rappresentare il passato, il presente e il futuro utilizzando la fantasia e l'invenzione, per disegnare le nuove mappe di una realtà potenzialmente felice. Le mappe non servono a raggiungere una destinazione, ma a rappresentare il mondo, come qualcosa di bello e avventuroso. Se la bussola è sostituita dagli algoritmi e si rinuncia a disegnare le mappe, si finisce per perdere il senso dell'orientamento ma anche il gusto della rappresentazione. Se ciò avviene non è colpa della Rete ma della nostra pigrizia mentale, della mancanza di tempo, di energie, di coraggio. Rinunciare alla progettazione delle mappe significa rinunciare al costruito più umano del nostro esistere e abitare il mondo, sostenuto proprio dalla capacità di disegnare il mondo come lo desideriamo: designing happiness. Le tre parole che utilizzeremo per definire questa realtà sono dunque: passione, compassione, comprensione. Ritroviamo - nell'immaginare un progetto - la complessità di un'evasione dall'oggi che si combina con la possibilità di un domani ideale. La best practice che proporremo con DDN nel contest Designing Happiness a progettisti, docenti e studenti universitari in tutta Italia, riguarda la capacità di trasformare un'esperienza felice in consapevolezza. Siamo migliori nella partecipazione estetica, perché il meglio di noi stessi si esprime nell'ammirazione e nella meraviglia: essere capaci di ammirare e di meravigliarsi è benefico per ognuno e per tutti. Un godimento molto grande si prova poi nella condivisione: godere insieme di una esperienza estetica e/o creativa, come quando nella sala buia di un cinema apprezziamo insieme ad altri sconosciuti le scene di un bel film. Bisognerebbe insegnare fin da bambini cosa significa la qualità poetica della vita e prendere coscienza del sentimento estetico: essere tutti designer di noi stessi e dei nostri momenti felici. Attraverso l'emozione estetica scopriamo e impariamo a conoscere il mondo, in cui la realtà è intessuta di immaginario e l'immaginario è intessuto di realtà. Il design e l'arte italiana sono potenzialmente i più fertili e ricchi del mondo, ma quasi mai vengono proposti come esperienze a tutto tondo, immersive e coinvolgenti. Oggi conta non solo l'alta circolazione dell'immagine ma anche e soprattutto l'alta risoluzione dell'esperienza estetica, a partire da dimensioni potenzialmente felici: abitare la città nutrendo immaginari condivisi; disegnare nel verde tra pubblico e privato; progettare lo spazio domestico tra intimità e innovazione. Sono questi i temi del Contest che DDN e Festival della Crescita propongono nel 2020 ed è su questo che l'Italia dovrà lavorare in futuro.

www.festivalcrescita.it

Francesco Morace



With the fifth edition of the Festival della Crescita in Milan (17-19 October), we will launch, in partnership with DDN, the theme that will tour Italy in 2020: Designing Happiness. In order to thoroughly understand it, we can start with a famous statement by poet T.S. Eliot: "humankind cannot bear very much reality." Happy experiences must help us represent the past, the present and the future using our imagination to draw new maps of a potentially happy reality. Maps are not meant to reach a destination but to represent the world as something beautiful and exciting. If the compass is replaced by algorithms and we do not draw maps, we will lose our sense of direction and taste for representation. It is not the Net's fault, it is the fault of our mental laziness, of the lack of time, energies, courage. Giving up on drawing maps means renouncing the most typically human construct of our life in the world, supported by the ability to design the world as we like it: designing happiness.

The three words we will use to define this reality are passion, compassion, understanding. In conceiving a project we can find the complexity of an escape from the present combined with the possibility of an ideal future.

The best practice we will present with DDN to designers, university professors and students all over Italy during the Designing Happiness contest will be linked to the ability to transform a happy experience into awareness. We are better in aesthetic participation because we show our best in admiration and wonder: being able to admire and be amazed is beneficial for each and every one. Moreover, great pleasure is given by sharing, by enjoying together an aesthetic and/or creative experience, as when in a dark cinema we enjoy the scenes of a beautiful film with strangers. We should teach from an early age the poetic quality of life and become aware of the aesthetic feeling, being designers of ourselves and of our happy moments. Through the aesthetic emotion we discover and learn to know the world, where reality is interwoven with imagination and imagination is interwoven with reality. Italian design and art are potentially the richest and most fertile in the world, but they are hardly ever presented as all-round, immersive and engaging experiences. Today it is not only the high diffusion of the image that counts, but also and especially the high resolution of the aesthetic experience, starting from potentially happy dimensions: living in the city with shared imaginaries; designing in the green between public and private; designing the domestic space between intimacy and innovation. These are the themes of the contest that DDN and Festival della Crescita will propose in 2020 and what Italy will have to work on in the future. www.festivalcrescita.it