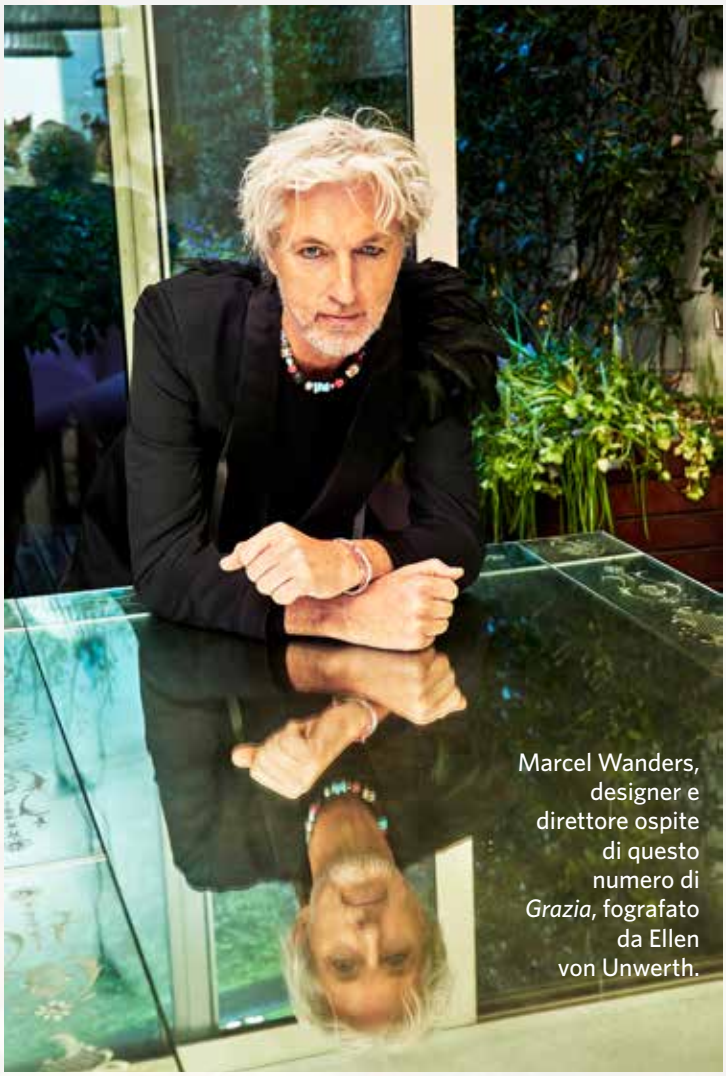


Marcel Wanders, designer e direttore ospite di questo numero di *Grazia*, fografato da Ellen von Unwerth.

L'ARTE DI ESSERE UMANI

Ci sono momenti nella storia in cui la tecnologia accelera così bruscamente da costringerci a riscoprirci, a guardare di nuovo cosa significa creare, sentire, sognare. Mentre l'intelligenza artificiale avanza a una velocità sorprendente, mi ritrovo a tornare alla convinzione che ha plasmato i miei primi anni come designer: che **il futuro del design non appartiene alla macchina, ma a noi - non alla nostra efficienza o alla nostra razionalità, non alla nostra logica o alla nostra conoscenza, ma alla nostra immaginazione e alla nostra fantasia, ai nostri dubbi e alle nostre contraddizioni, ai nostri dolori e ai nostri piaceri, anche a quelli sciocchi che dimentichiamo di onorare. Appartiene, nel senso più profondo, all'arte di essere umani.**

Quando ho iniziato il mio percorso negli Anni 80, credevo che il design potesse

elevare la vita, che potesse parlare ai nostri desideri più intimi. Mi dicevano, spesso con un sospiro, che le persone erano troppo tradizionali, troppo disinteressate, troppo restie a seguirci nel futuro. Ma ho imparato, lentamente e con qualche dispiacere, che il problema non era mai il pubblico. Il problema era l'idea angusta di design che avevamo ereditato - un'idea nata nei primi giorni dell'industria, quando le macchine erano fragili e la semplicità era una necessità più che una filosofia. Progettavamo e celebravamo ciò che la macchina sapeva fare con facilità, invece di cercare ciò che il nostro pubblico sognava davvero. Nell'essere così razionali, abbiamo creato la versione più semplice di noi stessi. Abbiamo dimenticato che il design non è una disciplina tecnica ma una forza culturale, capace di plasmare la nostra identità umana e il futuro del nostro mondo umanistico.

Oggi il mondo è cambiato di nuovo. Le macchine non faticano più: eccellono. Calcolano, ottimizzano e generano con una precisione che un tempo apparteneva solo alla fantascienza. Eppure, in questo nuovo scenario, accade qualcosa di straordinario: **più le macchine diventano perfette, più desideriamo l'imperfetto - l'invecchiato, la patina, il fatto a mano, l'antico, le cose che portano il calore del tempo e del tocco umano.**

Più l'idea di intelligenza diventa artificiale, più custodiamo le forme di intelligenza che sono culturali, emotive, intuitive, irrazionali, linguistiche, sociali. Quell'intelligenza è nostra. Siamo i custodi di quella proprietà divina.

Il design ha sempre vissuto in questo spazio. Anche i nostri oggetti "industriali" più iconici non sono mai stati davvero industriali: sono stati plasmati dal giudizio, dal tatto, dalle decisioni silenziose di mani che capivano i materiali in modi che nessun algoritmo può. Il design è sempre stato un'edizione limitata, non per ragioni di marketing, ma perché l'umanità stessa è un'edizione limitata. Ogni gesto, ogni scelta, ogni imperfezione porta la traccia di una persona che ci teneva.

Ed è così che arriviamo a un punto di svolta. Se il design deve evolversi, i designer devono evolversi con esso. Non imitando la logica delle macchine, ma comprendendo le profondità dell'umanità - in se stessi e nel loro pubblico. **Il prossimo grande movimento nel design non verrà dagli algoritmi o dall'automazione, ma da una comprensione rinnovata e intima di cosa significa essere umani: i nostri desideri, le nostre contraddizioni, i nostri ricordi, i nostri traumi, le nostre culture, il nostro anelito a una bellezza che sembri viva.**

Quando abbracciamo tutto questo, diventa possibile qualcosa di straordinario. Inizieremo a creare oggetti, materiali e superfici che il mondo non ha mai visto - non perché la tecnologia lo consenta, ma perché la nostra umanità lo esige. Progetteremo con un nuovo tipo di coraggio, uno che si fida dell'intuizione quanto dell'intelligenza, dell'emozione quanto dell'esperienza. Andremo oltre l'estetica dell'efficienza ed entreremo in un regno della creazione più ricco, più generoso, più immaginativo.

Non è un ritorno al passato: è un'ascesa verso una forma più alta di design. Un design che conosce la propria anima. Un design che comprende l'anima del suo pubblico. Un design che osa essere umano in un mondo che diventa sempre più artificiale. L'intelligenza artificiale non è la fine della creatività umana: è l'invito alla sua espansione.

Il futuro ci chiama a elevarci - a creare con più profondità, più sensibilità, più meraviglia di quanto abbiano mai fatto prima. Se risponderemo a quella chiamata, non daremo forma solo al prossimo capitolo del design: daremo forma a un nuovo capitolo dell'umanità. Benvenuti all'arte di essere umani.

mərcel wənders

THE ART OF BEING HUMAN

There are moments in history when technology accelerates so dramatically that it compels us to rediscover ourselves, to look again at what it means to create, to feel, to dream. As artificial intelligence rises with astonishing speed, I find myself returning to the conviction that shaped my earliest years as a designer: ***that the future of design does not belong to the machine, but to us — not to our efficiency or our rationality, not to our logic or our knowledge, but to our imagination and our fantasy, our doubts and contradictions, our pains and our pleasures, even the silly ones we forget to honour. It belongs, in the deepest sense, to the art of being human.***

When I began my journey in the 1980s, I believed design could elevate life, that it could speak to our most intimate longings. I was told, often with a sigh, that people were too traditional, too uninterested, too unwilling to follow us into the future. But I learned, slowly and with some heartbreak, that the problem was never the public. The problem was the narrow idea of design we had inherited — an idea born in the early days of industry, when machines were fragile and simplicity was a necessity rather than a philosophy. We designed and celebrated what the machine could easily make, instead of searching for what our audience truly dreamed of. In being so rational, we created the simplest version of ourselves. We forgot that design is not a technical discipline but a cultural force; one capable of shaping our human identity and the future of our humanistic world.

Today, the world has changed again. Machines no longer struggle; they excel. They calculate, optimize, and generate with a precision that once belonged only to science fiction. And yet, in this new landscape, something remarkable is happening: ***as machines become more perfect, we find ourselves craving the imperfect: the aging, the patina, the handmade, the antique, the things that carry the warmth of time and touch.***

The more the idea of intelligence becomes artificial, the more we cherish the forms of intelligence that are cultural, emotional, intuitive, irrational, linguistic, and social. That intelligence is ours. We are the caretakers of that divine property.

Design has always lived in this space. Even our most iconic "industrial" objects were never truly industrial; they were shaped by judgment, by touch, by the quiet decisions of hands that understood materials in ways no algorithm can. Design has always been a limited edition, not because of marketing, but because humanity itself is a limited edition. Every gesture, every choice, every imperfection carries the trace of a person who cared.

And so, we arrive at a turning point. If design is to evolve, then designers must evolve with it. Not by imitating the logic of machines, but by understanding the depths of humanity, in themselves and in their audience. ***The next great movement in design will not come from algorithms or automation, but from a renewed, intimate understanding of what it means to be human: our desires, our contradictions, our memories, our traumas, our cultures, our longing for beauty that feels alive.***

When we embrace this, something extraordinary becomes possible. We will begin to create objects, materials, and surfaces the world has never seen; not because technology allows it, but because our humanity demands it. We will design with a new kind of courage, one that trusts intuition as much as intelligence, emotion as much as expertise. We will move beyond the aesthetics of efficiency and step into a richer, more generous, more imaginative realm of creation.

This is not a return to the past; it is an ascent to a higher form of design. A design that knows its own soul. *A design that understands the soul of its audience. A design that dares to be human in a world that is becoming increasingly artificial. AI is not the end of human creativity; it is the invitation for its expansion.*

The future is calling us to rise; to create with more depth, more sensitivity, more wonder than ever before. If we answer that call, we will not only shape the next chapter of design; we will shape a new chapter of humanity. Welcome to the art of being human.

marcel wanders