

AUTOPRODUZIONE

È letteralmente la capacità di far da sé,
di costruire o realizzare qualcosa autonomamente.

REAZIONE

NECESSITÀ

SPERIMENTAZIONE



PER FAR SENTIRE LA PROPRIA VOCE
e il proprio ruolo di opposizione all'interno di un sistema pre stabilito,
che non lascia spazio alla replica e all'iniziativa della libera
espressione.

CANALE AUTOPROMOZIONALE
e risorsa necessaria da parte di giovani figure professionali
per avvicinarsi al tanto criticato circuito di riferimento



autoproduzione.**musica**

Il Regno Unito detta le regole alla creazione di uno scenario in cui musica, stile di vita ed estetica si fondono e danno origine a movimenti creativi e anticulturali, come quello **punk e anarchico**.
Le **distro** distribuiscono i prodotti del D.I.Y., musica, fanzine merchandising.



generando una rete di scambio di materiale creativo proveniente da tutto il mondo, a costi molto bassi solo per garantire un minimo di profitto per essere reinvestito all'interno dell'attività.

posse

Negli anni '90, in Italia nascono in **Le Posse**, movimento underground di gruppi che praticano musica alternativa dal punk rock, al reggae per arrivare al rap, bypassando la grande distribuzione.



Gli spazi autogestiti erano le loro sedi e la loro rete distributiva.

Le fanzine erano la loro voce, fonte ufficiale e attendibile per conoscere uscite discografiche, concerti e altre attività collegate alla scena.

La rete distributiva passava attraverso i centri stessi, i concerti e il baratto.
Un caso particolare è quello in cui il film Sud, di Salvadores (1993), affida la sua colonna sonora ai 99 Posse e agli Almanegretta, dando loro visibilità al grande pubblico e la possibilità di entrare in un circuito di distribuzione.

È evidente come, da una parte vi sia la possibilità di imporsi attraverso la canonica industria musicale e dall'altra, sfruttare il circuito della cultura antagonista rimanendo nell'ambito dell'autoproduzione.

Tuttavia c'è un mondo parallelo in cui giovani, estranei alla realtà autogestita dei centri sociali, auspicano all'autoproduzione come un modo per avvicinarsi ed arrivare ad un ipotetico contratto discografico. Si perde in questo modo il valore distintivo dell'autoproduzione che l'hanno portata ad essere un'alternativa solida nel mondo musicale. L'eccezione

è l'artista francese, Manu Chao, esempio di come si può conservare una propria identità ideologica, all'interno di una major discografica.



autoproduzione.**editoria**

Si originano in contesti di restrizioni politiche o culturali che limitano la libera espressione ed è spesso mossa dalla volontà di trattare argomenti poco considerati dalla stampa ufficiale o sperimentare nuovi linguaggi.

Anni 60: Samizdat

Samizdat vuol dire letteralmente "edito in proprio" e fu un fenomeno che esplose nell'Unione Sovietica e rappresentò la diffusione clandestina di scritti illegali perché censurati dalle autorità o in qualche modo ostili al regime sovietico diventando una sorta di canale di distribuzione alternativo.



1967 Pianeta Fresco

Per opera di Ettore Sottsass e Fernanda Pivano fu un esempio di stampa indipendente che al centro trattava temi come liberazione dai tabù sessuali, cultura della droga, viaggi alternativi a poco prezzo, protesta anti-Vietnam, politica radicale e utopia, misticismo e religioni orientali, musica e arte pop.

Anni 70: la fanzina

È con il movimento punk, negli anni '70, che assume un suo status di vera e propria stampa indipendente in forma amatoriale.

È una pubblicazione autoprodotta per appassionati di un preciso tema.

In Italia nell'Ottobre del '77 esce in mille copie "Dudu" (Dada +Punk) la prima punkzine italiana, che nel '78 cambia nome in "Pogo", in uno stile radicalmente nuovo tipico dei circoli giovanili.

Nei decenni, tale fenomeno si espande anche a tutte le altre scene musicali, ma anche ad altri fenomeni: fumetti, narrativa, cinema amatoriale e via dicendo.

Realtà, che non trova spazio, per reali limiti artistici degli autori, nella cosiddetta editoria mainstream.

1970 Stampa Alternativa

È la casa editrice guidata da Marcello Baraghini, di controinformazione su tematiche ignorate dalle forze istituzionali, sessualità, droghe, energie rinnovabili, viaggi e, più in generale, qualità della vita.



1980 Sconcerto

Si tratta di volumi quadrati ideati da Giacomo Spazio e creati su misura per poter contenere al loro interno un vinile

1989 MILLELIRE

Libri che hanno rivoluzionato il mercato editoriale, che si presentano come opuscoli con una veste scarna e priva di orpelli, al prezzo di 1000 lire.



autoproduzione.**2.0**

Le nuove tecnologie e la rete oggi hanno radicalmente mutato questo scenario e hanno permesso la nascita della musica fatta in casa, che può essere riprodotta con una buona scheda audio e un masterizzatore. Si evitano i costi dell'affitto della sala di registrazione, della produzione su supporto digitale ed eventuale numero di copie imposto. La grafica delle copertine può essere curata direttamente dal



musicista.

Il ruolo della rete diviene strategico per la promozione, distribuzione e vendita che non necessita di intermediari.

Tuttavia la facilità mediante cui ci si può autoprodurre sulla rete risulta un'arma a doppio taglio. Oggi considerato l'ingente numero di band che si autoproducono è difficile ancora una volta emergere e farsi strada.

Per quanto riguarda il mondo dell'editoria nasce la realtà delle Web-zine, ovvero fanzine online che possono prendere la forma di un vero e proprio sito internet, o più semplicemente di un blog. Ancora una volta la conversione al digitale supera non solo il problema della distribuzione limitata, ma anche la caratteristica delle fanzine di non avere una regolarità di uscita. È aggiornabile quotidianamente consentendo al prodotto di fornire informazioni molto più precise ed è consultabile o come un normale sito web o sono sviluppate sotto forma di page flip, ossia come riviste da sfogliare virtualmente, scaricabili e



stampabili in proprio.

Possiamo affermare che in un certo senso la cultura underground sulla rete aumenta esponenzialmente contatti aggiornabili e sempre più precisi, in un'ottica libera e priva di censura, quella di cui si serve la cultura underground.

Si può notare come la grande editoria si stia sempre più avvicinando attraverso la rete a quel modello basato su un interscambio diretto con il lettore, prerogativa della stampa sotterranea.

Rimane che l'autoproduzione è da una parte una palestra per i giovani scrittori in attesa di un progetto editoriale in edicola, ma dall'altra risponde a profonde necessità interiori di autonomia espressiva e a volontà di provocazione e satira, talvolta al limite della legalità.

Tutto ciò che verrebbe a mancare se il prodotto venisse sottoposto ai vincoli della libertà di stampa.

CANALE AUTOPROMOZIONALE SPERIMENTAZIONE DESIGNER \ IMPRENDITORE



AUTOPROMOZIONE

La reazione che guida l'autoproduzione nasce a seguito delle difficoltà di trovare lavoro e di trovare quindi un posto in un'azienda o in uno studio. Difficoltà che c'erano per i giovani degli anni '90 esattamente come ci sono per i giovani di oggi, forse adesso più che mai, considerando il periodo di grossa crisi. Diventa in una parola, un mezzo che serve per passare dal mondo universitario a quello del lavoro, dalla teoria alla pratica, dal dire al fare. Per farlo i designers sviluppano i propri progetti in maniera autonoma, curandone ogni aspetto, compresa la prototipazione.



Lampada Meteore, Massimiliano Adamo, Autoproduzione, 2011



SPERIMENTAZIONE

Questa attività come un puro gesto di sperimentazione totale a cavallo tra il gioco, l'indagine della realtà e la ricerca di nuovi linguaggi di progetto. Il designer in questo caso, non ha bisogno di farsi notare da aziende e stampa specializzata e quindi usa l'autoproduzione come valvola di sfogo con la quale può progettare in maniera del tutto libera dalle rigide logiche industriali. La finalità ultima non è quella di vendere o di avviare una vera attività imprenditoriale, i progetti sono prodotti in serie limitate se non addirittura in pezzo unico. Lo scopo è quello di imparare, scoprire nuovi materiali, usarli in maniera differente dall'uso comune, esprimere attraverso un oggetto un proprio punto di vista, una visione personale del mondo.



H2Oro, progetto selezionato al concorso "Acqua/Water", Opos, Giulio Iacchetti e Joon Kweon Hwang



DESIGN \ IMPRENDITORE

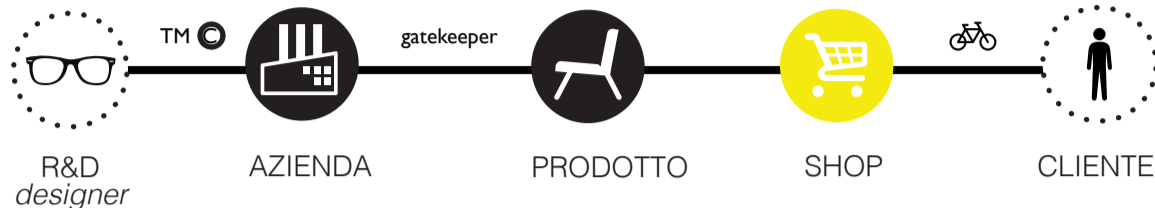
Quest'ultimo risulta essere uno step assai delicato e arduo, in quanto sarà proprio grazie ad esso che il progettista riuscirà a trovarsi un posto sul mercato e a guadagnare così una sua nicchia di clienti.

Ne consegue che la proposta del prodotto dovrà essere quella giusta e dovrà anche essere fatta al momento giusto; in caso contrario sarà il designer stesso a pagarne le conseguenze sia a livello economico, sia a livello di immagine.

Un caso brillante di designer-imprenditore che è riuscito in modo più o meno incisivo a guadagnarsi la propria fetta di mercato è stato Aldo Cibic.



Collezione Standard di Aldo Cibic, 1991



DESIGN AUTOPRODOTTO 2.0



CENTRI DI PRODUZIONE CONDIVISA

Anche se le tecnologie per la produzione di manufatti di design, non sono propriamente ancora alla portata di tutti, oggi esistono delle realtà di produzione condivisa, che mettono al servizio del designer, o di chiunque voglia realizzare un oggetto, macchinari per poterlo fare. Tali realtà, negli ultimi cinque anni arrivate anche in Italia, traggono ispirazione dal modello americano dei TechShop, in cui i cosiddetti makers, possono passare del tempo a sviluppare le proprie doti manuali unite all'ausilio di macchinari tecnologici e tecnici.

Fablab è uno spazio in cui tutti posso (co)progettare e realizzare i loro oggetti, esattamente come li vogliono. È il figlio dell'industria da cui ha preso la precisione e la riproducibilità dei prodotti, il nipote dell'artigianato da cui ha preso la progettazione su misura, fratello dell'opensource con cui condivide la filosofia di scambiarsi progetti liberamente!



FABLAB



MAKER SPACE



Sewing CAFÉ



I SERVIZI DELLA RETE

Ai centri di produzione condivisa, la rete offre l'alternativa, ossia veri e propri centri di produzione online. Il primo marketplace online per la realizzazione di prodotti, è Ponoko, che nel 2007 nasce con l'intento di mantenere per quanto possibile un progetto in forma digitale e realizzarlo il più vicino possibile a dove sarebbe servito. In sostanza chiunque progetti qualcosa in 3d o 2d ha la possibilità di stamparlo e vederselo spedito direttamente a casa propria. In Italia un progetto che nasce dallo stesso intento è **Vectorialism**, service basato sull'idea di Ponoko ma focalizzato sulla lavorazione del taglio laser.

Una realtà Newyorkese focalizzata alla stampa 3D è **Shapeways**, offrendo il servizio di stampa additiva, sotto forma di marketplace e community. Shapeways è portatore in un forte messaggio che vede la stampa 3D, non più come tecnica di produzione di prototipi, ma un modo per poter attivare piccole produzioni o pezzi unici on demand.



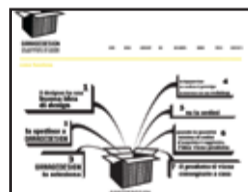
E-COMMERCE



LASER CUTTING



3D PRINTING



NUOVE RISORSE PER LA PRODUZIONE

La rivoluzione sta investendo anche, il modo in cui poter cercare le risorse economiche all'interno della rete per poter attivare un mini produzione del proprio progetto. Questa realtà prende il nome di crowdfunding, ed è un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro in comune per sostenere un progetto attraverso un finanziamento dal basso che mobilita persone e risorse. Le piattaforme di crowdfunding sono siti web che facilitano l'incontro tra la domanda di finanziamenti da parte di chi promuove dei progetti e l'offerta di denaro da parte degli utenti.

Kickstarter è il sito web più famoso di crowdfunding per progetti creativi, che dal 2009 finanzia diversi tipi di imprese, tra cui film indipendenti, musica, spettacoli teatrali, fumetti, giornalismo, videogame e imprese legate all'alimentazione. In Italia il crowdfunding è una realtà in crescita, la prima piattaforma è **Eppela**, in cui progetti di arte, tecnologia, cinema, design, musica, fumetto, innovazione sociale, scrittura, moda, no profit possono trovare un finanziamento.



CROWDFUNDING



eppela



KICKSTARTER.COM

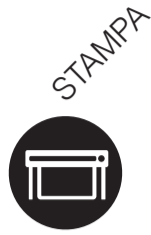


Roland DG Mid Europe

Il percorso di ricerca del tema di tesi è incentrato sull'analisi del fenomeno dell'autoproduzione, e nasce parallelamente all'attività di stage presso l'azienda Roland DG Mid Europe, che produce periferiche per la stampa digitale di grande formato (stampa, stampa e taglio e taglio), macchine per la modellazione 3D, per l'incisione e la fotoincisione.

L'artigiano Tecnologico

In questo scenario, si definisce la figura dell'Artigiano Tecnologico, in cui l'artigiano, recupera in sé la dimensione artigianale e la rivaluta come evoluta, riunendo il processo creativo a quello produttivo, la manualità e la cultura del progettare, proiettandola in avanti, interpretando i cambiamenti dei mestieri, aprendosi a nuove forme d'espressione.



Roland LEF-12
Stampa UV diretta su oggetti



Roland VERSA-Art
Stampa digitale di grande formato



Roland GX-24
Taglio vinile



Roland R6
Taglio Flatbed



Roland VS420
Stampa e Taglio grande formato



Roland BN-20
Stampa e Taglio desktop



Roland iModela
Modellatore desktop



Roland MDX-90A
Modellatore con asse rotativo



Roland EGX-600
Incisore piano



Roland EGX-360
Incisore con asse rotativo

PROGETTO

TECNOLOGIA
le macchine Roland

ARTIGIANATO
pratica artigianale tradizionale



1



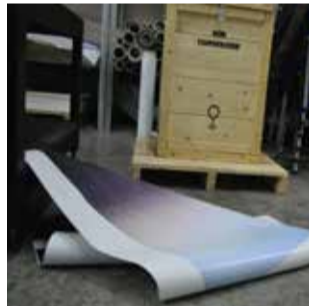
PROVA

Serie diversificata di gioielli nati da materiale di scarto della stampa digitale rilavorato con un plotter stampa e taglio Roland.

MATERIALE DI SCARTO

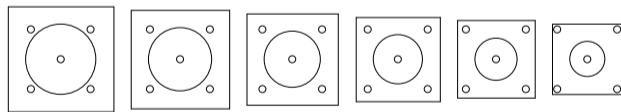


ritagli bobine

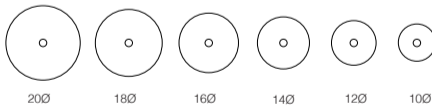


stampe demo

Creazione modulo di taglio e ottimizzazione del materiale



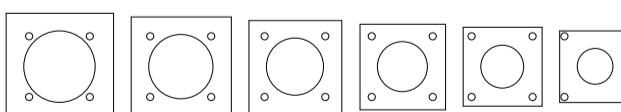
SEZIONE CIRCOLARE



MODULO



SEZIONE QUADRATA



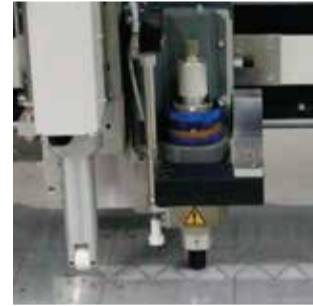
MODULO



2

analogico DIGITALE

Ogni oggetto unisce in sé il saper fare manuale della tradizione artigianale e la lavorazione altamente tecnologica delle macchine CNC.



TECNOLOGIE PROGETTO RIUSO

3

iwaste

iWaste

La materia seconda postconsumo riprende vita e diventa struttura attraverso il taglio delle periferiche Roland. Il materiale preso in considerazione è il banner, utilizzato a scopi pubblicitari. Il materiale è stato tagliato a strisce per poter creare un intreccio di rivestimento per arredi, riprendendo l'intreccio tradizionale della paglia.



sedia

sgabello

sezione A-A'

STUDIO GIUNTI

4

TUBO

Il progetto nasce dalla volontà di voler recuperare i tubi di cartone, delle bobine di materiale da stampa. Per questo sono stati creati dei giunti ad hoc per mezzo della stampa 3D, che consentono di incastrarli per costituire delle strutture per arredi.



STAMPA 3D

La macchina utilizzata si chiama **Makobot Replicator** con doppio estrusore. Funziona sempre tramite filamenti di plastica bianca o colorata (ABS e PLA), all'intero sistema meccanico di stampa e al collegamento plug&play con il proprio PC. È stato creato il modello 3D con il software Rhinoceros, poi inviato alla macchina e stampato in PLA e ABS.



realizzazione 3D

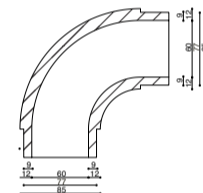
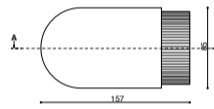
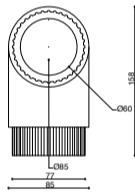


invio Makerbot



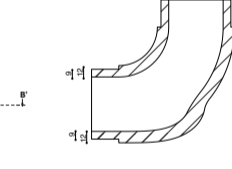
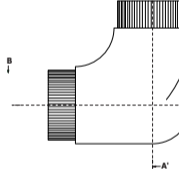
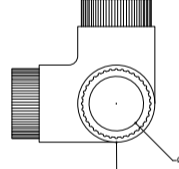
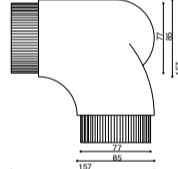
oggetto

2 SNODI



sezione A-A'

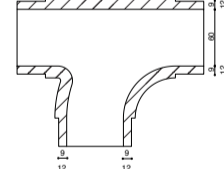
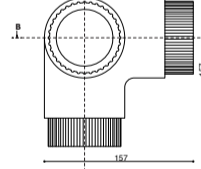
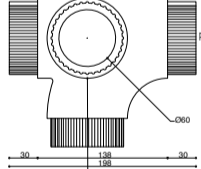
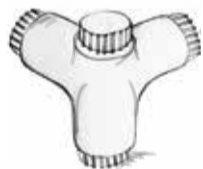
3 SNODI



sezione A-A'

sezione B-B'

4 SNODI



sezione A-A'

sezione B-B'

unità di misura: mm scala 1:4

