

Op.cit.

selezione della critica d'arte contemporanea

Smart Cities - Fenomenologia della nostalgia
- Olivetti in Messico: 1949-2002 - Donne e
architettura: il Woman's Pavilion di Chicago
- L'opera, l'immagine digitale e il Digital
Storytelling 2.0 - Sulle tracce dell'opera d'arte.
Video-recording e XXI secolo - Incoming/
Outgoing. Flussi trans e multiculturali nel design
contemporaneo - Libri, riviste e mostre

Grafica Elettronica

Op. cit.

Selezione della critica d'arte contemporanea

Op.cit.

rivista quadrimestrale
di selezione della critica d'arte contemporanea

Direttore: Renato De Fusco

Comitato scientifico

Philippe Daverio
Kenneth Frampton
Vittorio Gregotti
Juan Miguel Hernández León
Aldo Masullo
Vanni Pasca
Franco Purini
Joseph Rykwert

Comitato redazionale

Roberta Amirante
Pasquale Belfiore
Alessandro Castagnaro
Imma Forino
Francesca Rinaldi
Livio Sacchi
Alberto Terminio
Segretaria di redazione
Emma Labruna

Website e digitalizzazione

Ermes Multimedia digital design per la cultura

Concept: Renato Piccirillo

Sviluppo: Riccardo Marotta, Valeria Pazzanese

Redazione: 80123 Napoli, Via Vincenzo Padula, 2

info: +39 081 7690783 - *fax:* +39 081 7705654

e-mail: rendefus@unina.it - elabruna@unina.it

Amministrazione: 80128 Napoli, Via B. Cavallino, 35/G

info: +39 081 5595114 - +39 081 5597681

e-mail: info@graficaelettronica.it

Abbonamento annuale: Italia € 50,00 - Estero € 70,00

Un fascicolo separato: Italia € 18,00 - Estero € 25,00

Un fascicolo arretrato: Italia € 20,00 - Estero € 27,00

Grafica Elettronica



All'indirizzo **www.opcit.it** è disponibile l'intera collezione
della rivista dal numero 1 del settembre 1964 ad oggi

| | | |
|--------------------------------------|--|----|
| L. SACCHI | <i>Smart Cities</i> | 5 |
| R. DE FUSCO, V. PAGNINI | <i>Fenomenologia della nostalgia</i> | 12 |
| P.P. PERUCCIO | <i>Olivetti in Messico: 1949-2002</i> | 22 |
| R. SESSA | <i>Donne e architettura: il Woman's Pavilion di Chicago</i> | 33 |
| O. SCOTTO DI VETTIMO | <i>L'opera, l'immagine digitale e il Digital Storytelling 2.0</i> | 42 |
| A.L. DE SIMONE | <i>Sulle tracce dell'opera d'arte. Video-recording e XXI secolo</i> | 51 |
| C. MARTINO, I. CARUSO, V. MASELLI | <i>Incoming/Outgoing. Flussi trans e multiculturali nel design contemporaneo</i> | 61 |
| | <i>Libri, riviste e mostre</i> | 76 |

Alla redazione di questo numero hanno collaborato:

Greta Allegretti, Luca Buoninconti, Carola D'Ambros,
Anna Luigia De Simone, Federica Marchetti, Francesca Pirozzi,
Roberta Ruggiero, Giuseppe Vaccaro.

Incoming/Outgoing.

Flussi trans e multiculturali nel design contemporaneo

CARLO MARTINO, IVO CARUSO, VINCENZO MASELLI*

Sta avvenendo uno strano fenomeno: culture lontane e arcaiche, mondi indigeni e legati ad altre logiche che non fossero quelle della ‘società dei consumi’ si trasferiscono qui da noi, nelle nostre città [F. LA CECLA, *Progetto creolo. Memory Containers*, in *L’oggetto dell’equilibrio; The balanced object Centro Studi Alessi 1990-1996*, Electa Editore, Milano 1996, p. 109]. Due decenni orsono, Franco La Cecla definiva i termini di una crisi sistemica che dagli anni settanta del Novecento ha caratterizzato la cultura contemporanea su scale diverse. La globalizzazione delle produzioni e dei mercati ha generato una rete di comunicazioni che non ha precedenti nella storia, contribuendo a integrare le economie, le mode e le narrazioni di quasi tutte le aree geografiche del pianeta. Secondo il sociologo e filosofo francese Edgar Morin oggi l’umanità si trova a dover dare risposta ad una necessità di rigenerazione del pensiero e a delineare una concreta strategia planetaria di cambiamento. Una mondializzazione democratica che definisce la nascita di un nuovo modello di società futura: la società-mondo, capace di caratterizzarsi per una “nuova originalità” simbolica, espressiva, sociale, progettuale, artistica culturale e filosofica e con una nuova attenzione alle questioni etiche e relative alle sostenibilità. **Meticciati, ibridazioni, personalità cosmopolite o biculturali** – scrive Morin – **arricchiscono inces-**

* Carlo Martino è l’autore del paragrafo introduttivo. È di Ivo Caruso il paragrafo *Outgoing* mentre di Vincenzo Maselli quello sull’*Incoming*.

santamente questa vita transculturale [E. MORIN, *Quale altra mondializzazione*, in *Rivista del Mauss. Movimento Anti Utilitarista delle Scienze Sociali*, n. 2, 2004].

Oggi quindi risultano modificati i concetti stessi di luogo, di flusso, di tipicità e di etnia in funzione di scenari contemporanei quanto mai frammentati, ibridi, “aperti”, “liquidi” e globalizzati.

Per la cultura del design contemporaneo, tale scenario definisce una nuova possibile attività di ricerca “aperta”, inclusiva, orientata alla contaminazione e all’acquisizione di patrimoni tradizionali e locali “altri”, “esotici”, all’accoglienza di linguaggi, orizzonti progettuali nuovi, che rendono i prodotti che ne derivano sia emblemi di questo bisogno di una nuova identità mondiale, sia tentativi di recupero di racconti e legami con il luogo che li ha ideati. Eredità, tradizione, *genius loci*, diversificazione, autenticità, e contemporaneità sono termini sempre più ibridati nell’orizzonte progettuale dell’occidente postmoderno.

Aperto alla complessità e alla collaborazione sinergica di istanze diverse, quindi, il design esibisce la capacità di sconfinamento temporale, geografico, linguistico e culturale su più fronti, nella caratterizzazione degli attributi sia morfologici e funzionali, sia emotivi. Il design esprime e ricrea connessioni e identità, e diventa tramite per trasferire un **patrimonio di oggetti del mondo materiale di [altre] culture** [F. LA CECLA, *op. cit.*, 1996, p. 109]. Come suggerisce Barbara Spinelli introducendo il tema del multiculturalismo: **Grazie allo straniero siamo portati a chiederci, forse per la prima volta, chi siamo, che cosa vogliamo, da dove veniamo. E per effetto di questa domanda siamo portati a trasformarci** [B. SPINELLI, *Ricordati che eri straniero*, Edizioni Qiqajon, Comunità di Bose, 2005, p. 14]. Il designer contemporaneo, affascinato dall’unicità, incuriosito dalla diversità, entusiasta, industriale, e **tormentato da una sete d’infinito** [M. MAFFESOLI, *Icone d’Oggi*, Sellerio Editore, Palermo 2009, p. 138. Edizione originale, *Iconologies: Nos idolâtries postmodernes*, Éditions Albin Michel, Parigi 2009], si trasforma rileggendo e trasferendo orizzonti progettuali, innerva tradizioni a suggestioni “altre” con un proprio know-how, senza snaturarle, e **valorizza (...) le risorse del territorio, inserendolo in una rete mondiale** [V. PASCA, *Il design oggi*, in *Op. cit.*, n. 131, Napoli 2008]. **I luoghi, le comunità, le identità**

locali e l'artigianato diventano strumenti di diversificazione, di creazione di valore e quindi di attuazione di (...) un modello culturale, operativo e politico fondato sull'inclusione e sull'attivazione sociale ed in cui lo sviluppo e la competitività si fondano sulla divulgazione e sulla "messa a sistema" del sapere, delle informazioni, delle pratiche orientate alla ricerca e all'innovazione [I. CARUSO, *Models of dialogue between local manufacturing cultures and design*, in I. CARUSO, V. CRISTALLO, *Historical heritages and new practices. Modern connections between design and craftsmanship in the "knowledge society"*. Gangemi editore, Roma, p. 196]. Per il designer la ricerca "geografica" è un forte stimolo per un tipo di innovazione, spesso etica e "slow", che punta alla mescolanza ed alla sovrapposizione di mondi e, a volte, alla salvezza di queste tipicità da una estinzione dovuta all'incapacità di aggiornamento in un mutato e sempre più mutevole scenario contemporaneo. Tale aspirazione trova piena realizzazione nelle ricerche dello storico statunitense Victor Margolin, recentemente scomparso che, a partire dagli anni Settanta, propone una visione ampia e consapevole della storia delle pratiche progettuali e delle innovazioni tecnologiche, attraverso una lettura storica inclusiva e plurale, funzionale a comprendere il ruolo e l'impatto che esse hanno avuto nelle differenti culture. Secondo Margolin, solo l'atteggiamento di apertura, la disponibilità alla comprensione e la volontà di superare le riduttive partizioni e categorie con cui il design è stato raccontato nelle narrazioni maggiori, può consentire di definire il futuro di questa pratica, a fronte di sfide sociali, tecnologiche e ambientali sempre più complesse e ampie [M. DALLA MURA, *Victor Margolin, "world history of design"*, *recensione*, in *AisDesign: Storia e Ricerche*, n. 10, web magazine - www.aisdesign.org, dicembre 2017].

Come anticipato, le istanze trans e multiculturali della contemporaneità affondano le radici in un contesto multiculturale globalizzato su più ampia scala. L'apertura all'"alterità" e il conseguente *meticciano*, rappresentano, secondo il sociologo francese Michel Maffesoli, un **elemento cardine della mitologia post-moderna** [M. MAFFESOLI, *op. cit.*, 2009, p. 87], e permettono di individuare una caratterizzazione "multiculturale" anche alla cultura del progetto. La diffusione del termine "multiculturale" as-

sociato alla cultura del progetto in occidente risale ad un periodo storico di grande apertura nei confronti delle tradizioni culturali e progettuali orientali, soprattutto nipponiche. Un periodo caratterizzato da eventi concomitanti: l'interesse dell'occidente per apparati produttivi, suggestioni visive e tradizioni estetiche diverse; la ricerca, da parte di alcuni paesi orientali, di mercati internazionali in cui riversare i propri prodotti e valori. Nello scenario produttivo occidentale una cultura sincretica, originale e dalla forte identità e tradizione, come quella giapponese, si prestava perfettamente ad essere **luogo di scambi, mescolanze, alternanza di prestiti e sintesi** [C. LÉVI-STRAUSS, *L'altra faccia della luna. Scritti sul Giappone*, Bompiani, Milano 2015, p. 33. Edizione originale, *L'Autre Face de la lune. Écrits sur le Japon*, Editions du Seuil, 2011].

L'apertura verso tradizioni visive, morfologiche e materiche orientali e l'ibridazione multiculturale, perciò, hanno radici tipicamente postmoderne e sono visceralmente legate ad un orizzonte progettuale *target-oriented*. **Oggi** – scrive Stefano Micelli – **esiste un consumatore disposto a riconoscere il valore della varietà e della differenza** [S. MICELLI, *Fare è innovare. Il nuovo lavoro artigiano*, Il Mulino, Bologna 2016, p. 11], e accanto al consumatore consapevole c'è un pubblico per il quale la diversità è un merito, perché rifugio e scappatoia da una società pericolosamente omologata. Il pubblico post-moderno è, secondo il sociologo Kiyomitsu Yui, continuamente stimolato a mettere in discussione se stesso e la realtà che lo circonda, e per questo attratto da tradizioni e apparati segnici “altri”. Questo bisogno di evasione è stato avallato dall'arrivo di internet e dalla conseguente riformulazione dei concetti di spazio e tempo, e dagli anni '80 ha aperto la strada ad estetiche nuove, straniere e a piccole narrazioni portatrici di **fragranze esotiche** [Y. KIYOMITSU, *Japanese Animation and Glocalization of Sociology*, in *Sociologisk Forskning* vol. 47, 2010, p. 46], ignote e conturbanti. Una vera **estetizzazione della vita quotidiana** [*Ibidem*] che non poteva risparmiare la cultura del progetto. E dunque, dalla diffusione delle *Ceramiche Jomon*, all'ispirazione estetica e filosofica portata dalla poetica del *Wabi-Sabi*, all'invasione dei prodotti audiovisivi nipponici nell'Europa di fine anni settanta, alle collezioni sviluppate nel settore della

moda, da sempre a caccia di ispirazioni, e all'*automotive* (basti pensare all'impatto delle auto giapponesi e coreane negli anni Ottanta e Novanta); le "incursioni", i *meticciati* e le ibridazioni multiculturali sono una realtà dinamica, che influenza momenti diversi e spesso convergenti del percorso progettuale e che investe, oggi, i settori più disparati: dalla grafica alle arti, dalla comunicazione multimediale al product design.

Apertura dinamica, mescolanza, incontro e contaminazione sono i vocaboli che delineano una situazione chiara e interessante: da un lato, la cultura del progetto occidentale non saccheggia più culture lontane, rendendone gli esiti e i processi delle estensioni della propria identità, ma le indaga, le sfiora e le racconta cambiandone gli scenari di consumo e valorizzandone i paradigmi progettuali; dall'altro i progettisti di culture "altre" firmano prodotti e progetti che arrivano all'occidente globalizzato e dialogano con i processi e le tradizioni autoctone. **Una modalità che non ammette più una supremazia dell'occidente ma si fonda su un "reciproco riconoscimento" e con un conseguente "sostegno dell'alterità"** [C. MARTINO, *Orienti Mitici*, in MIXDESIGN, web magazine - www.mixdesign.it, aprile 2010, www.mixdesign.it/Orienti-mitici_think_x_4186.html]. **Oggi, dunque, la contaminazione è reciproca e sinergica, e L'identità – scrive Remo Bodei – deve articolarsi [anche in base] a differenze: deve accettare, al suo interno e all'esterno, l'esistenza di pluralità di voci altre, (...) promuovere inoltre la creatività dei ceti più legati ad un orizzonte locale, e, in genere, infittire la conversazione tra queste voci, la capacità di comunicare, offrendo e ricevendo esperienze su un piano di pari dignità** [R. BODEI, *Identità italiana e multiculturalismo*, in *Atti del Convegno - Identità Italiana tra Europa e Società Multiculturale*, Fondazione Intercultura 2009, p. 204]. Gli artefatti progettati secondo istanze topiche, pur nascendo da un incontro e una fusione tra culture diverse, non devono, perciò, abbandonarsi né ad un approccio 'differenzialistico', tutelando le diversità in maniera chiusa, senza quindi accettare i flussi e gli scambi tra identità, né ad un ibridismo indiscriminato, liberando totalmente tali flussi senza valorizzare le singole identità. In questo senso l'orizzonte progettuale multiculturale riprende gli stessi parametri normativi e descrittivi del

multiculturalismo inteso come apertura all'interazione tra culture differenti che convivono mantenendo ognuna la propria identità [L. BHASKARAN, *Giapponismo*, in *Il Tempo Design*, Edizioni Logos, Modena 2006, p. 38].

L'ibridazione multiculturale e la sinergia identitaria fin qui delineate tassonomicamente e storicamente, trovano un riscontro in numerosi progetti e prodotti del panorama contemporaneo. In questa sede si propone di farli confluire in due macro categorie: progetti e prodotti *incoming* di autori di culture "altre" che arrivano all'occidente globalizzato portando suggestioni progettuali; esperienze progettuali *outgoing* di designer occidentali che sperimentano traiettorie di inclusione e risemantizzazione di culture straniere.

Incoming _ prodotti e progetti che arrivano all'occidente globalizzato

Nella sua interpretazione semiotica di **unità minimale nel processo di comunicazione e significazione secondo prospettive semantiche, sintattiche e pragmatiche** [Per approfondire si suggerisce la consultazione del volume *Segno*, di Umberto Eco (1973), Editore Isedi, Milano], il patrimonio segnico è l'enciclopedia dei rimandi culturali, dei collegamenti metaforici, e delle suggestioni visuali dell'ambiente culturale nel quale tali segni si vengono a creare. Il rapporto generato tra forma e significato, però, non si esaurisce nella definizione del segno, ma apre la strada ad un'altra serie di **rinvii significativi, (...) per la creazione, attraverso giustapposizione, inclusione o sovrapposizione con altri segni, di segni complessi** [M. MARAZZI, *Le relazioni fra lingua e scrittura nelle civiltà dello spazio scritto*, in *Actes Semiotiques n. 119*, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, Napoli 2006, p. 17]. L'insieme di progetti e prodotti generati da tradizioni segniche radicate in altri contesti geografici e culturali costituisce il bacino di discussione di questa prima categoria di progetti/prodotti multiculturali.

La designer libanese Nada Debs, per esempio, valorizza la qualità, le forme pure e le contaminazioni cromatiche tipiche della "grammatica" mediorientale, e le introduce al gusto interna-

zionale. Dai componenti d'arredo ai gioielli, Nada Debs racconta “**storie tattili**” [N. DEBS, *What are Nada's values?*, in *Nada Debs - Official Website*, www.nadadebs.com/en/vision] attraverso geometrie semplici che rimandano a filosofie complesse. Vissuta in Giappone fino all'adolescenza, in alcuni progetti persegue minimalismo e linearità delle forme. Questo accade, per esempio, nei tavolini *Tatami* del 2017, che nascono dal dialogo fra tradizioni segniche differenti: le facce dei volumi richiamano le texture dei pavimenti giapponesi in tatami, gli intarsi lungo gli spigoli, invece, sono tipicamente libanesi. La Debs commenta il progetto in questo modo: **Queste sono due serie tradizioni artigianali in due culture che fanno parte del mio cuore. Quando li riunisci diventano qualcosa d'altro, qualcosa di intrigante e bellissimo ma con una nota giocosa** [L. ZEITOUN, *Nada Debs shapes color-gradient tatami tables with eastern flair*, in *Designboom*, web magazine - www.designboom.com, marzo 2017; www.designboom.com/design/nada-debs-tatami-tables-03-27-2017/].

Di tutt'altra tradizione segnica e culturale i riferimenti morfologici dei due designers Adriaan Hugo e Katy Taplin (*Dokter and Misses studio*), un industrial e una graphic designer di Johannesburg, Sudafrica, i cui mobili e oggetti innovativi, **non hanno solo catturato l'immaginazione degli appassionati di interior design sudafricani, ma anche quella dei collezionisti internazionali** [*Dokter and Misses*, official website - *About us*, www.dokterandmisses.com/editions/about]. I due designers reinterpretano con un gusto contemporaneo i tradizionali modelli africani. Il mobile bar *LALA*, ad esempio, riprende le geometrie e le forme tipiche degli oggetti della tribù dei *Basotho*, ma le reinterpreta con una chiara ispirazione *Art Deco*. O ancora, gli oggetti della serie limitata *Kassena* del 2012 hanno una morfologia e una decorazione di chiara ispirazione autoctona che riprende le scritte a mano della tribù dei *Kassena* del Ghana del nord.

Se nella cultura del progetto “il tipo” è l'insieme dei caratteri riferibili ad una forma o, come scriveva Carlos Martí Artis, **il luogo dove risiede la forma** [C. MARTÌ ARÌS, *Le variazioni dell'identità. Il tipo in architettura*, CittàStudi editore, Milano 1996], in una prospettiva fenomenologica, teoretica e funzionale, il multiculturalismo tipologico evidenzia un altro attributo del tipo, il suo carattere

locale e culturale. Il tipo identifica sincreticamente attributi morfologici, funzionali e tecnologici che sono all'origine di un manufatto, e la convergenza di soluzioni tipologiche in una dimensione multiculturale comporta la genesi di oggetti dall'ontologia inedita in un contesto culturale diverso da quello d'origine. Il saccheggio di soluzioni morfologiche funzionali è alla base della cultura del progetto, ma risulta interessante rilevare, in questa sede, che la contemporaneità ha adottato questo atteggiamento come strumento di conoscenza, inclusione e arricchimento tipologico più che come semplice soluzione funzionale.

Tra i numerosi esempi, il radiatore Kangeri, disegnato dall'indiano Satyendra Pakhalé per l'azienda italiana Tubes che nella sua concezione di oggetto scaldante nomade trae chiara ispirazione tipologica dagli scaldini delle popolazioni indigene dell'India: **Il nome si riferisce, infatti, agli scaldini personali Kanger usati per secoli dai nomadi dell'india settentrionale. (...) un recipiente contenente delle braci, usato dalla gente originaria della regione del Kashmir, sotto le loro vesti tradizionali per mantenere caldo il proprio corpo. È un oggetto di grande importanza culturale per la relazione speciale che esiste tra un Kashmiri e il suo Kanger e viene spesso considerato come un'opera d'arte** [L. CALLIGARI, *Kangeri Nomadic Radiator*, in *Arredativo*, web magazine - www.arredativo.it, giugno 2014; <https://www.arredativo.it/news/kangeri-nomadic-radiator/>].

Sempre dalla cultura materiale ed estetica dell'India derivano i progetti dello studio Doshi-Levien, tra i quali ricordiamo l'emblematico sofà *My Beautiful Backside*, disegnato per l'azienda Moroso, che trova la sua forte caratterizzazione proprio nella riletture del classico cuscino arrotondato della tradizione indiana. Per lo studio anglo-indiano è fondamentale **non dissipare il cosiddetto capitale culturale di un Paese; non distruggere ma conservare il *genius loci*. È la grande risorsa per innovare il design, specie nei luoghi i cui valori e aspirazioni devono poter tradursi in un linguaggio contemporaneo** [F. DIWAN, *Io parlo anglo-indiano*, in *Corriere della Sera/Tendenze/Design*, web magazine - living.corriere.it, dicembre 2011; living.corriere.it/tendenze/design/doshi-levien-30433960196/].

don Neri e Rossana HU dello studio italo-cinese *Neri&Hu*, hanno ripreso i vassoi impilabili tipicamente orientali come espediente morfologico per creare un sistema di scatole impilabili di forma circolare e ovale racchiuse da un coperchio in cuoio. Ogni scrigno **conta quattro vassoi sovrapposti, sfilabili uno a uno e tenuti insieme dalla base in alluminio satinato color ottone** [*Gli Oggetti - Zhuang*, in *Poltrona Frau*, official website - www.poltronafrua.com/it/gli-oggetti-zhuang]. Il richiamo tipologico ai contenitori orientali è evidente, come indicato anche dal nome, che in cinese vuol dire “dote”, e apre a una ritualità domestica contaminata e inedita nel panorama occidentale, frutto di una progettualità multiculturale.

Sulla filologica rilettura delle tipologie di arredi cinesi è infine impostato l'intero catalogo del marchio Dimensione Chi Wing Lo, dell'architetto e designer Chi Wing Lo, e prodotto da Maroni. Il designer cinese aveva avuto modo di contaminare il mondo dell'arredo negli anni Novanta con segni e tipologie di chiara derivazione orientale, disegnando cassettiere, contenitori e sedute per il marchio di ebanisteria Giorgetti. Tale esperienza ha fatto poi maturare l'idea di un marchio specifico in grado di trasferire la cultura ebanistica e l'attenzione per il dettaglio dell'autore in un nuovo progetto imprenditoriale.

Il riferimento a tradizioni tecniche e scelte materiche “altre” unisce sperimentazione e tradizione con l'obiettivo di rivalutare processi artigianali dal particolare valore culturale ed emozionale e legittimarne l'applicabilità in chiave estetica, morfologica e fenomenologica. Ancora una volta la designer Nada Debs, nella collezione di tappeti *YOU & I* realizza un progetto per la *Fatima Bint Mohammed Initiative* (FBMI) che promuove l'artigianato locale afghano. I grandi tappeti in lana, dalle geometrie semplici e giocate e dai colori naturali, sono stati, infatti, realizzati da tessitrici locali e riprendono una tradizione tramandata di madre in figlia. Morfologicamente l'accostamento di pattern geometrici ed evoluzioni organiche, di design tradizionale e moderno all'interno dello stesso pezzo, evoca una dualità che è compresenza armoniosa più che sintesi. **Mi piacerebbe** – afferma la designer – **pensare a loro come storie d'amore tra due trame, forme e colori** [*She calls her approach: handmade and heartmade*, in

DesignWanted, web magazine - designwanted.com, marzo 2018; designwanted.com/design/nada-debs-heartmade/]. E aggiunge, per consolidare il valore culturale della tradizione tecnica sfruttata dal progetto: **è una storia che si traduce in qualsiasi cultura: le donne con cui abbiamo lavorato erano tutte entusiaste dell'idea** [*Ibidem*]. Il progetto appena descritto, forte di una tradizione tecnica, materica, ma anche di un universo tipologico di appartenenza e di un patrimonio segnico ben definito, mette in luce un aspetto importante della categorizzazione sviluppata sino ad ora: patrimoni segnici, tipologici e tecnici di ogni cultura inevitabilmente si sovrappongono e si armonizzano in uno stesso progetto/prodotto.

Un caso studio emblematico per la sua capacità di far convivere in uno scenario globale ricerca, etica, progetto e imprenditoria è il lavoro del designer afroamericano Stephen Burks. Il suo progetto *Man Made* nasce dall'aspirazione di far dialogare culture manifatturiere tipiche dei Paesi in via di sviluppo, produzione industriale, mercato globale e design contemporaneo. Burks negli anni è stato incaricato da molti dei più riconosciuti marchi di design del mondo di sviluppare collezioni che impegnano le produzioni artigianali come strategia di innovazione, produzione e commercio equi. Tra questi vi sono BD Barcelona Design, Bolon, Cappellini, Calligaris, Dedar, Dedon, Estée Lauder, Harry Winston, Living Divani, Luceplan, Missoni, Moroso, Roche Bobois e Swarovski. In maniera indipendente o in taluni casi grazie alla collaborazione con diverse associazioni no profit (tra cui Aid to Artisans, Artesanías de Colombia, Clinton Global Initiative, Design Network Africa e Nature Conservancy), La "rete" operativa *Man Made* oggi riesce ad operare in diversi Paesi come Australia, Colombia, Ghana, Haiti, India, Indonesia, Kenya, Messico, Perù, Filippine, Ruanda, Sudafrica e Senegal.

Trasferimenti tecnici e ibridazioni materiche in chiave ecosostenibile si inseriscono in un flusso di prodotti e progetti che alimentano un linguaggio estetico universale, eco di patrimoni segnici, tipologici e materici stranieri, accomunati da qualità sempre più importanti nel design contemporaneo: forme semplici, uso di materiali naturali, dedizione artigianale e collaborazione.

Outgoing _ prodotti e progetti che traggono ispirazione dagli orienti mitici

Nel settore dell'arredamento esistono esperienze emblematiche di questa tendenza alla collaborazione tra cultura del design, multiculturalismo e saperi locali. Sono esperienze che consapevolmente superano **la proclamazione dell'era multiculturale** intesa da Bauman come **una dichiarazione della 'onnivora insaziabilità culturale' dell'élite globale** che ci porterebbe a trattare **il mondo come un gigantesco grande magazzino con scaffali colmi delle offerte più svariate (...)** [B. VECCHI (a cura di), *Zygmunt Bauman. Intervista sull'identità*, Giuseppe Laterza & Figli, Bari, 2003].

Si pensi ad esempio alla ormai storica collaborazione tra il brand Edra e i fratelli Fernando e Humberto Campana che ha inaugurato un interesse europeo per una brazilian way dell'ambiente domestico; alle ricerche progettuali su decori, tessuti e intrecci di Paola Navone; o al lavoro condotto a partire dal 2009 dall'azienda italiana Moroso che ha negli anni coinvolto designer come Tord Boontje, Patricia Urquiola, Stephen Burks, Federica Capitani, Sebastian Herkner, Ron Arad, Martino Gamper, Concetta Giannangeli, Dominique Petot, David Weeks e Birsell+Seck per il progetto M'Afrique. La produzione, al fine di rappresentare un reale esempio di *fair trade*, è dislocata a Dakar (Senegal) e gli arredi che ne derivano operano una rilettura dei decori, delle cromie, dei materiali (prevalentemente metalli, cordami e filati per reti da pesca) e degli intrecci tipici africani. In merito a questo progetto Patrizia Moroso ha dichiarato: **Il Senegal, in particolare modo, è cresciuto per merito di governi saggi e investimenti intelligenti, volti a salvaguardare il patrimonio di conoscenze delle sue genti. M'Afrique ha avuto origine proprio osservando i manufatti di pregio che alcuni tessitori di Dakar realizzavano annodando a semplici strutture di plastica o ferro dei grossi cavi, che Salam mi spiegò essere gli stessi che i pescatori usavano per realizzare le reti d'alto mare. Abbiamo pensato di mettere in contatto queste realtà produttive con alcuni designer con cui collaboravamo, offrendo a quest'ultimi la possibilità di lavorare insieme agli artigiani nei laboratori africa-**

ni, attivando uno scambio culturale virtuoso che poteva contribuire a tenere in vita abilità manuali dalle origini antiche [A. PINCINI, *Trame d’Africa firmate Moroso*, in *Icon Design*, web magazine - icondesign.it; <https://icondesign.it/storytelling/moroso-dakar-m-afrique/>].

Nel 2019 Patrizia Moroso accompagna Ron Arad a Dakar per lavorare alcuni giorni a stretto contatto con gli artigiani del progetto M’Afrique. Il viaggio è documentato nel libro *Three days in Dakar - a sentimental journey*. Elena Commessatti, redattrice di questo affascinante reportage, sintetizzando un approccio che si fonda sull’ispirazione rispettosa e sullo scambio culturale e non su una forma di “saccheggio segnico” o di nuovo colonialismo, scrive: **La valorizzazione dell’umano [...] porta anche in questo racconto i segni della relazione. Gli operai a Dakar costruiscono prodotti per l’Europa e per il mondo e diventano responsabili del nuovo linguaggio M’Afrique. I designer, quando pensano a un prodotto per la collezione e arrivano in Africa, assorbono lo spirito della terra e lo vedono tradotto così. Sono le mani a intrecciare, a saldare, a curvare, a verniciare: a mettere in relazione mondi apparentemente lontani** [E. COMMESSATTI in P. MOROSO (a cura di), *Three days in Dakar - a sentimental journey*, Nava Press, Milano 2019, p. 35]. La collaborazione tra Moroso e Patricia Urquiola per il reperimento e la rilettura di patrimoni segnici e tecniche tradizionali può essere riscontrata anche nella collezione di tappeti Sardinian Rugs. Grandi superfici in pura lana in cui gli apparati grafico-simbolici sardi vengono selezionati, campionati, ingigantiti, destrutturati, ricolorati e, così, proiettati in contesti domestici contemporanei. I grandi tappeti sono prodotti manualmente in Sardegna mediante l’ausilio di antichi telai in legno con la tecnica locale dei “Pibiones”.

Con analogo spirito di riscoperta, ri-lettura e salvaguardia di una specifica cultura materiale, nel 2012 Cappellini presenta la collezione Superheroes disegnata da Studio Glimpt e realizzata secondo una tecnica di intreccio tipica del Vietnam.

Francesca Lanzavecchia e Hunn Way nel 2011 presentano la ricerca Leone Series; una collezione di lampade realizzate artigianalmente in bamboo e carta di riso secondo la metodologia costruttiva delle maschere danzanti orientali. Lo studio italo-sin-

gaporiano ha creato questi grandi volumi grazie alla collaborazione con l'ultimo artista specializzato nella lavorazione delle maschere rituali per la tradizionale danza del leone.

Le buone pratiche di ricerca sul design di arredo a prodotto e per un'imprenditoria transculturale e mondializzata possono quindi rivelarsi varie ed a volte localizzate secondo flussi e in luoghi inaspettati. Gli imprenditori svedesi Inga-Lill e Pa Ovin, ad esempio, a partire dal 2006 riportano in vita la produzione delle piastrelle a encausto tipiche del Maghreb grazie a un laboratorio artigianale alle porte di Marrakech per realizzare le collezioni di rivestimenti per l'architettura per il brand Marrakech Design. Altro esempio emblematico dell'emancipazione e dell'interesse contemporaneo verso un nuovo concetto di African style è l'azienda Mabeo. Un marchio di arredi e complementi con sede in Botswana ma che, a partire dal 2006, è riuscita ad allargare la propria rete distributiva su scala globale grazie anche ad un forte know-how pregresso e alle nuove collaborazioni con alcuni tra i designer più attenti al tema della rigenerazione dei linguaggi e dei caratteri di tipicità e tipicità nell'arredo contemporaneo. Si legge nel manifesto identitario dell'azienda: **L'obiettivo del marchio è quello di rendere il lavoro degli artigiani africani disponibili al mondo in modo ponderato, per riflettere alcune qualità: una semplicità essenziale della forma, un'idea di purezza, l'uso coscienzioso e la manipolazione di materiali naturali, la dedizione degli artigiani e delle donne e la sensibilità del designer collaboratore con rispetto per il ricco patrimonio estetico dell'Africa¹.**

Nel fervente scenario sudamericano, è interessante citare l'iniziativa A Gente Trasforma che ha portato alcuni tra i migliori designer brasiliani (Nada Se Leva, Fetiche Design, Marcelo Rosenbaum) a collaborare con le tribù di etnia Yawanawà per la realizzazione di lampade che reinterpretano forme, archetipi, materiali e tecniche costruttive indigene. Un ulteriore caso studio di ricerca in design in cui l'innovazione è guidata dalla ricerca di un processo manifatturiero tradizionale, locale e "antico" è il progetto Polvere di Vicky Katrin. Ne parlano Valentina Coraglia e Caterina De Giorgi: **Vicky Katrin, designer e fotografa formata tra Design Academy di Eindhoven e Politecnico di Tori-**

no, propone il suo laboratorio di ceramica, Polvere, come realtà itinerante tra l'Europa e il Sud America: ovunque si trovi, reperisce sul posto quanto necessario (l'acqua e l'argilla innanzitutto, e quindi trucioli, fogliame, pietre raccolte in loco) per realizzare manufatti ceramici dalle forme archetipe, sempre diversi, che catturano lo spirito del luogo e che lei poi spedisce per il mondo tramite il suo sito web. Amante della ricerca, Katrin ha riscoperto un antico metodo vichingo per la produzione delle ceramiche (che lei utilizza aggiornandolo con tecniche contemporanee) che prevede la seconda cottura all'interno di una cavità scavata nel terreno: il fuoco, imprigionato dalle pietre, induce caratterizzazioni cromatiche differenti a seconda degli elementi raccolti, che riflettono il territorio che momentaneamente la ospita nel rispetto dei suoi ritmi e delle sue risorse [V. CORAGLIA, C. DE GIORGI, *Fare design e artigianato. Nuovi approcci, comunità e territori*, in *MD Journal*, n. 7, Media MD, Ferrara 2019, p. 38].

Dall'analisi di questi casi studio è possibile dedurre che la convivenza culturale e operativa tra design e culture materiali identitarie è innanzitutto un'attività di ricerca orientata alla sostenibilità sociale, occupazionale e territoriale; un dialogo possibile tra persone provenienti da luoghi e background diversi che accettano la risemantizzazione di linguaggi, metodi produttivi, contesti, artefatti e simboli e, nel rispetto delle identità e delle istanze sociali, stratificano idee, esperienze e nuove possibilità. Queste pratiche sono oggi al centro di una peculiare fenomenologia e di un rinnovato dibattito che attribuisce al design un ruolo di "impollinazione", di "garanzia sociale", di narrazione e rigenerazione di tecniche, influenze e materiali; caratteri identificativi di un modello evoluto di produzione capace di ri-concepire l'idea di "prodotto tipico" secondo un'ottica di inclusione, di democrazia, di apertura, di interdisciplinarietà e secondo nuovi modi di "vedere" le tradizioni, le tecnologie, i processi, le culture e i territori. Queste nuove competenze, le strategie di disseminazione ed evoluzione di capacità di apprendimento e abilità pratiche "aggiornate", nell'analisi dei nuovi processi di produzione e di reinterpretazione della tradizione risultano essere oggi risorse sociali fondamentali. I risultati di queste sperimentazioni si collocano in

quelli che Eleonora Fiorani definisce (...) **luoghi astratti, immaginari, “sospesi”** che si sovrappongono ai luoghi reali e anche li trasformano, facendo apparire in essi una nuova presenza. (...) **Gli oggetti di questi paesaggi presentano, mescolati e sovrapposti, i caratteri di entrambi i mondi”**. **Oggetti “sospesi tra l’imitazione di un’origine e l’effetto fiera-mondo”** [E. FIORANI, *Il mondo degli oggetti*, Lupetti Editori, Milano 2001, p. 163].

¹ *“The aim of the brand is to make the work of African artisans available to the world in a considered way, to reflect certain qualities – an essential simplicity of form, an idea of purity, the conscientious use and handling of natural materials, the dedication of the craftsmen and women, and the sensitivity of the collaborating designer with a reverence to the rich aesthetic heritage of Africa”*. <https://www.mabeofurniture.com/about/> Retrieved on December 2019.

Spedizione in abbonamento postale / 70%
Direzione commerciale imprese - Napoli