

_Materiale termoplastico a speciale effetto di variabilità ottica, prod. GE Plastics

► **Oggetti fluttanti in attesa di collocazione.** **Note sul design oltre il modernos**

Francesca La Rocca

La trasparenza, intesa come paradigma del controllo, della razionalità, della pura efficienza proiettate sugli oggetti, è uno dei miti dell'abitare moderno. Secondo questa visione, l'oggetto industriale è assolutamente razionale, fatto di materiali esatti, prodotto da un'industria vista come una macchina perfetta, rivolto ad un utente teorico, chiaro nei suoi bisogni e nei suoi desideri. Il prodotto industriale è in tal senso il mattone minimo deputato a dare forma ad un mondo sociale da costruirsi passo passo, depurato da ogni forma di irrazionalità.

La caduta di questo mito ha avuto specifiche ricadute sul design, ed implica il riconoscimento della dimensione dell'inconscio nella nostra esperienza degli oggetti e quindi la accettazione che costitutivamente il design non è solo scienza di giorno, ma anche *scienza di notte*.¹

L'architettura di vetro —l'utopia di Paul Scheerbart ripresa da Bruno Taut— aveva rappresentato la fine della civiltà dell'*interieur* borghese, fatta di schermi tra fuori e dentro, di muri di confine, di ombre e nascondigli; "il vetro è il nemico del segreto", scrive Walter Benjamin.

Il passaggio dal paradigma della modernità al paradigma della post-modernità, da un pensiero riduzionista e meccanicista ai modelli organicisti che si sono imposti a partire dagli anni '80, ha implicato la revisione di molte

¹ Come ha scritto Francois Jacob la ricerca ha un aspetto razionale, la "scienza di giorno", dove i ragionamenti sono strettamente articolati e tutto funziona cospicuamente e senza incertezze. La "scienza di notte", invece, procede per tentativi, esitazioni ed intuizioni, come una specie di fabbrica del possibile. Le ipotesi sono spesso dei vaghi presentimenti, delle sensazioni confuse, un labirinto, dove si va avanti casualmente. Niente indica inizialmente se e quando questa scienza di notte diventerà scienza di giorno.



—Haque Design + Research, *Primal Source*, 2008

> Ronan & Erwan Bouroullec, *Vaso*, 2001. Foto Morgane LeGalle

categorie spaziali e temporali.² In questa transizione —qui schematizzata attraverso una serie di coppie oppostive— si inserisce il passaggio al progetto contemporaneo. Al mito della trasparenza si sostituiscono concetti più sfumati: l'*indistinto*, l'*umido*, il *parzialmente vero*, il *nebuloso*.

L'idea di opacità in opposizione alla *trasparenza* del progetto moderno emerge e si pone all'attenzione con l'avvento della fase storica post-industriale. Il termine opacità si presta non solo ad esprimere un carattere fondamentale del progetto contemporaneo, ma anche a fornire nuove chiavi interpretative per la critica.

L'incertezza, la pluralità, la coesistenza di idee e modi di pensare diversi, l'ibridazione tecnologica divengono i caratteri sottesi alla filosofia progettuale della post-modernità. A partire dagli anni '60 il design prende progressivamente coscienza del fatto che gli oggetti non sono concepibili come specchi di una astratta razionalità: non è l'efficacia funzionale il parametro che ci permette di riconoscerci negli oggetti, è piuttosto la loro imperfezione e incompletezza. Scrive Sottsass nel 1962: "Il mio sgomento comincia quando mi vogliono far credere che il design non sia altro che la capacità di adeguare uno strumento agli automatismi".

È in particolare la cultura del design che ha saputo dare un contributo decisivo per andare oltre le rigidità del progetto razionalista, dall'anonimato del progetto moderno a nuovi valori di *vicinanza* all'utente del progetto post-industriale: in questo processo il design italiano ha svolto un ruolo importante.

Modernità:

- Paradigma scientifico meccanicista
- Riduzionismo
- Mito del progresso
- Produzione in serie
- Tempo lineare progressivo
- La produzione come processo lineare aperto
- Il "nuovo" come valore
- Prevalenza dell'hardware

² La nuova esperienza dello spazio e del tempo nel passaggio alla postmodernità è argomento specifico del saggio di HARVEY, D. *La crisi della modernità*, Il Saggiatore, Milano 1997.

³ BLOCH, E. *La freddezza tecnica* è il titolo emblematico di un saggio di Ernst Bloch del 1909, dove l'autore analizza i problemi di perdita di identità degli oggetti e dell'ambiente umano in generale con l'avvento dell'industrializzazione. La versione italiana è in: MALDONADO, T. (a cura di), *Tecnica e cultura, Il dibattito tedesco tra Bismarck e Weimar*, Feltrinelli, Milano 1987.

⁴ Cfr. Le osservazioni a proposito svolte da VITTA, M. in *Il progetto della bellezza. Il design fra arte e tecnica, 1851-2001*, Einaudi, Torino 2001, p. 279 e sgg.

⁵ Cfr. BRANZI, A. *La casa calda, Esperienze del nuovo design italiano*, Idea Books, Milano 1984, pp.73-76.

- Unità progettuale: il prodotto
- Tecnologia meccanica
- Comando e controllo delle macchine
- Oggetti tecnici di grandi dimensioni
- “Trasparenza”

Post Modernità:

- Paradigma scientifico neo-organicista
- Scienze della complessità
- Fine del mito del progresso
- De-standardizzazione del prodotto industriale
- Tempo stratificato e intessuto
- La produzione come processo ciclico chiuso
- Il “riuso” come valore
- Prevalenza del software
- Unità progettuale: il prodotto-nel-suo-ambiente
- Tecnologia elettronica
- Autoregolazione e interattività delle macchine
- Miniaturizzazione e materializzazione
- “Opacità”

Post-modernità : una nuova visione del prodotto

A partire dagli anni '60 emergono in Italia nuove linee di prodotti la cui logica appare più indefinibile, oggetti più liberamente ideati, meno freddi e grigi, che incarnano l'aspetto più ridente e meno calvinista della modernità. L'identificazione tra “freddezza tecnica” e oggetto industriale, che aveva dato luogo ad una vasta riflessione critica dall'inizio del Novecento, mostra delle incrinature.³

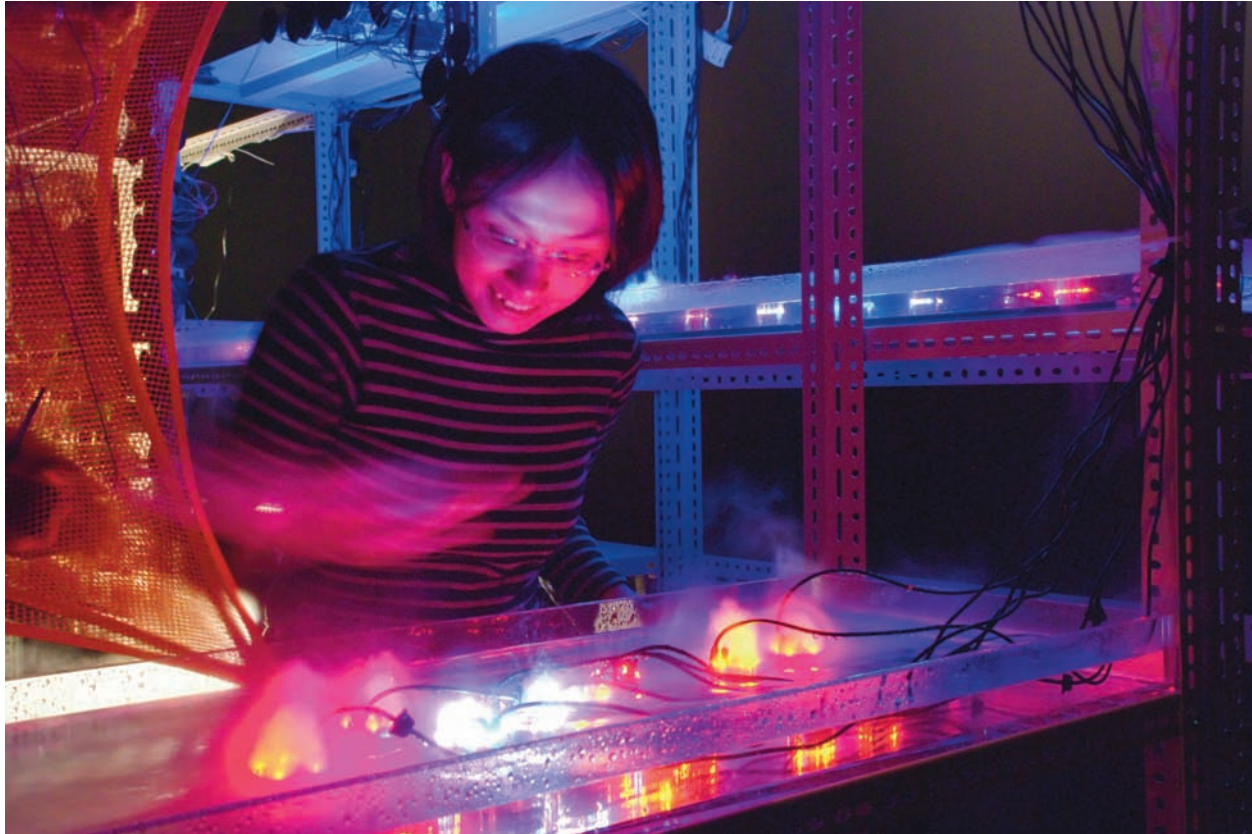
L'adesione del design italiano al modello europeo del funzionalismo era stata fin dall'inizio critica ed aperta alla sperimentazione, registrando significative turbolenze che influivano sull'orientamento prevalente.⁴ Sul finire degli anni Sessanta e attraverso gli anni Settanta i gruppi radicali assumono un ruolo centrale per la trasformazione dell'idea stessa di prodotto industriale. *Superstudio* e *Archizoom* sono movimenti che svolgono una serrata critica al Movimento Moderno, a volte portando volutamente alle estreme conseguenze il razionalismo, al fine di farne emergere le contraddizioni di fondo.⁵



Il Nuovo Design italiano nasce dunque da una lunga evoluzione, che aveva alla base il movimento radical degli anni Sessanta. Questa tradizione prosegue con le ricerche del Design Primario e subito dopo con le esperienze di Alchymia, Memphis e Zabro. Le ricerche di Branzi sulle forme primarie —luci, decorazioni, superfici attive, valori sensoriali dello spazio— costituiscono il terreno sul quale si avvia la sperimentazione proveniente dal design radicale.

Se nella tradizione moderna valeva la logica della necessità funzionale e della stretta aderenza allo scopo, nel Nuovo Design italiano emergono i valori della sensorialità e del rapporto affettivo con l'oggetto, anche nel solco della tradizione latina e mediterranea.

È forse la mostra *Italy, The New Domestic Landscape* del 1972 al MoMA, che lancerà il design italiano come fenomeno di successo internazionale. Questa mostra può essere presa come emblematica di dell'affermarsi delle ragioni di un utente non depositario di astratti bisogni, ma più complesso e sofisticato, volto a valutare l'oggetto non per una scarnificata efficienza d'uso, ma per una qualità globale che comprende una reale vicinanza esistenziale. Il design italiano, apparentemente marginale in Europa per la sua incapacità di aderire completamente alla modernizzazione, precorre in questo senso i tempi, proiettandosi nella dimensione del consumo post-industriale.



_Haque Design + Research / Adam Somlai-Fischer, *Reconfigurable House 1*, 2007-2008

Alchymia nasce nel 1978 su iniziativa di Alessandro Guerriero come laboratorio sperimentale al quale partecipano Ettore Sottsass, Andrea Branzi, Lapo Binazzi, Franco Raggi, Michele De Lucchi; nel 1980 su sollecitazione del presidente di Artemide, Ernesto Gismondi, e su impulso di Sottsass, nasce Memphis, che vede la collaborazione di designer quali Matteo Thun, Nathalie du Pasquier, Michele De Lucchi, Andrea Branzi, George Sowden, affiancati da Hans Hollein, Michael Graves, Javier Mariscal e Arata Isozaki. Nel 1985 Aurelio Zanotta fonda Zabro che produce la collezione *Animali domestici* di Andrea Branzi, sul tema dell'ibridazione tra

tecnologie industriali e tecnologie naturali.

Memphis chiude il suo ciclo nel 1987, evidenziandosi nel panorama internazionale per la proposizione di un oggetto post-moderno, che da un lato determina una profonda frattura con il design classico, dall'altro assume stranamente quasi subito le sembianze di qualcosa di familiare: è la dimostrazione della capacità del design di interpretare l'esigenza di un abitare più caldo, legato a valori esistenziali profondi ed in continua evoluzione, mai scomparsi con la normalizzazione che l'International Style pensava di poter diffondere.

Design e opacità

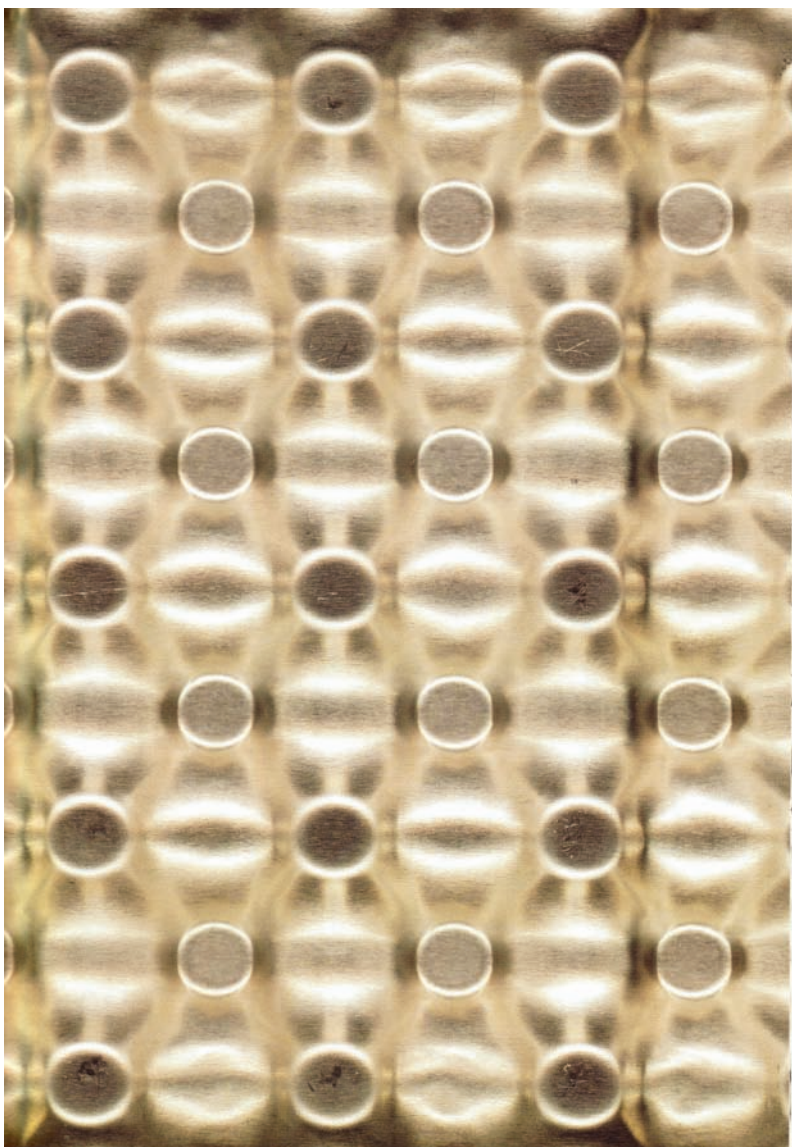
Se questa interpretazione ha una sua validità, se la categoria dell'opacità è effettivamente influente per definire in generale il progetto contemporaneo, in che modo possiamo più specificamente riferirla al design?

Possiamo individuare una serie di aspetti:

- l'opacità sociale e dei consumi
- l'opacità funzionale
- l'opacità della materia
- l'opacità come categoria estetica

Opacità sociale

Nella post-modernità la qualità del prodotto comincia ad essere vista come qualcosa di più inaffe-



—Materiale composito leggero con prestazioni di assorbimento degli urti, prod. Cellbond

rrabile, paradossalmente proprio in un'epoca in cui i metodi di analisi ed elaborazione delle sequenze di dati accrescono enormemente la loro efficacia attraverso il computer.

Non appare più possibile, inoltre, pensare di associare alla razionalizzazione del prodotto la razionalizzazione dell'intera economia industriale e quindi della società, in un modello onnicomprensivo.

Le ricerche di mercato dalla metà degli anni Settanta incontrano crescenti difficoltà: raggiungere il "cuore" dei consumatori attraverso metodi lineari e analisi statistiche diviene sempre più problematico. Il tema dell'incoerenza e della complessità dei comportamenti dei consumatori esplose negli anni successivi nell'ambito della ricerca sociologica e di mercato.⁶ Il consumo come "pratica quotidiana uni-

versale" lascia il posto al consumo come "cultura esistenziale particolare" e quindi molto più inafferrabile. Non ha senso rincorrere una qualità teorica, una ottimizzazione tecnica che per alcune classi di prodotti da sola non garantisce il successo sul mercato.

La qualità del prodotto diviene *uva acerba*: un obiettivo che si può centrare solo assumendo delle *versioni non ortodosse della razionalità*. Le metodologie del marketing abbandonano quindi le rigidità del metodo statistico e si affidano a nuove tecniche di tipo etnografico. È in questo contesto che nasce la figura dei *cool hunters*: solo sul campo, con l'effettiva esperienza di ambienti sociali e culturali i *cool hunters* riescono a cogliere le tendenze della moda e dell'abitare per prevederne gli sviluppi.

Opacità funzionale

Gilbert Simondon osservava come la cultura fosse squilibrata nell'accordare diritto di cittadinanza nel mondo della significazione ad alcuni oggetti, come l'oggetto estetico, relegando altri oggetti, in particolare gli oggetti tecnici, nel mondo privo di struttura di ciò che non possiede significato, ma solo un uso, una funzione di utilità.⁷

⁶ Cfr. MORACE, F. "Il marketing della società complessa", in BRANZI, A. (a cura di), *Il design italiano 1964-1990*, Electa, Napoli 1996, pp. 268-271.

⁷ SIMONDON, G. *Du mode d'existence des objets techniques* (1958), Aubier, Paris 1989.

Se uno vuol mettere un secchio per terra: immediatamente il gran sacerdote dell'Arte viene a dirci "che turba l'armonia della strada, o l'armonia della città, o il paesaggio".

Se uno vuole mettere una macchina da scrivere o una macchina da cucire in una stanza, ecco che si sente subito la padrona di casa che insiste perché "si porti via quella roba, turba l'armonia della stanza". Cartoline, francobolli, pipe, biglietti, pot de nuit, ombrello, asciugamano, pigiama, sedia, coperte, fazzoletto, lampade, stufe, cravatta... tutto è Arte.

Diamoci una rinfrescata con quello che Arte non è: il bagno, il tubo del WC, il telescopio, la bicicletta, l'automobile, la metropolitana, il ferro da stiro.

(Theo van Doesburg 1926)

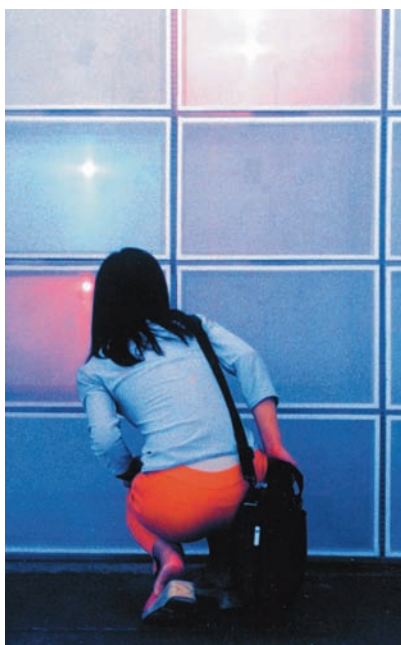
Ma è proprio lo sviluppo della cultura del design che ha consentito

di "mettere un secchio per terra". Fino alla "rottura" con il moderno, la cultura progettuale ha categorizzato rigidamente gli oggetti, non riconoscendo che la funzione non ha solo i due poli dell'utilitario o dell'estetico, ma che cambia, slitta continuamente nei tempi brevi e in quelli lunghi, nell'esperienza esistenziale degli oggetti e in particolare di quelli della vita quotidiana. Quelli elencati da van Doesburg sono oggetti indifferentemente decorativi, utili o tecnici. trasfigurati dalla loro integrazione nella minuta vita quotidiana, da una vicinanza affettiva all'utilizzatore: che è appunto la prospettiva indagata dal design.

Nell'idea di oggetto *feticcio* ripresa da Franco La Cecla e nelle riflessioni di Fulvio Carmagnola sull'oggetto *cult*, quale forma della merce contemporanea, la opacità,

in opposizione alla trasparenza, è una categoria che gioca un ruolo decisivo. L'oggetto feticcio rifiuta di appiattirsi e scomparire nella semplice funzione ed è portatore anzi di una doppia opacità: resiste nello stesso tempo alla trasparenza dell'uso (del valore d'uso, della funzione "naturale" che viene per così dire messa in disparte) e a quella del senso. L'oggetto diviene in tal modo enigmatico e impenetrabile. Questa attitudine straniante è parte del fascino che esercita e che immette l'oggetto stesso in una dimensione profana, e certamente depotenziata, del primitivo carattere magico del culto.⁸

Alcune realizzazioni di Lorenzo Damiani giocano sulla capacità di straniamento di oggetti che integrano più funzioni e che possono comportarsi quindi in modi del tutto differenti: un tavolino ventilatore,



_Haque Design + Research / Josephine Pletts
Dr. Luca Turin, Scents of Space, 2002



_Reconfigurable House 1



_Reconfigurable House 1



—Primal Source

un pouf che cela un'aspirapolvere, una poltrona che ingloba una valigia. La lavatrice-divano di Klein & Dytham, concepito come una medusa fluttuante, è un oggetto tecnico enigmatico che occupa il centro della scena.

L'opacità funzionale del design contemporaneo assume un significato ulteriore negli oggetti basati sull'elettronica: la dematerializzazione e la miniaturizzazione dei componenti rendono gli oggetti tecnici contemporanei indecifrabili: computer, telefoni cellulari, palmari, ipod, dispositivi multimediali sono entità da cui le funzioni emergono in maniera misteriosa, risultando impossibile associare la forma alla pluralità di funzioni. Il design è impegnato in prima linea a concretizzare in un progetto questo insieme potenziale di funzioni, di relazioni virtuali e reali.

La materia opaca

Prefigurazioni su qualità intrinseche o sensoriali delle superfici e dei materiali immaginate dalle avanguardie moderne —che allora apparivano utopiche e irrealizzabili— hanno in realtà anticipato prestazioni conseguibili oggi con il sostegno di tecnologie avanzate.

Nella fase post-industriale la materia non è più tendenzialmente *trasparente* come nella modernità. Questo è vero sotto diversi aspetti.

Innanzitutto la scelta dei materiali ha riscoperto sin dagli anni '60 una sua autonomia, non è più derivato deterministico del progetto. Il design nella sua componente espressivo-materica diventa il nuovo strumento per qualificare l'oggetto e raggiungere target di utenti diversificati e raffinati. La tecnologia viene utilizzata in maniera creativa.

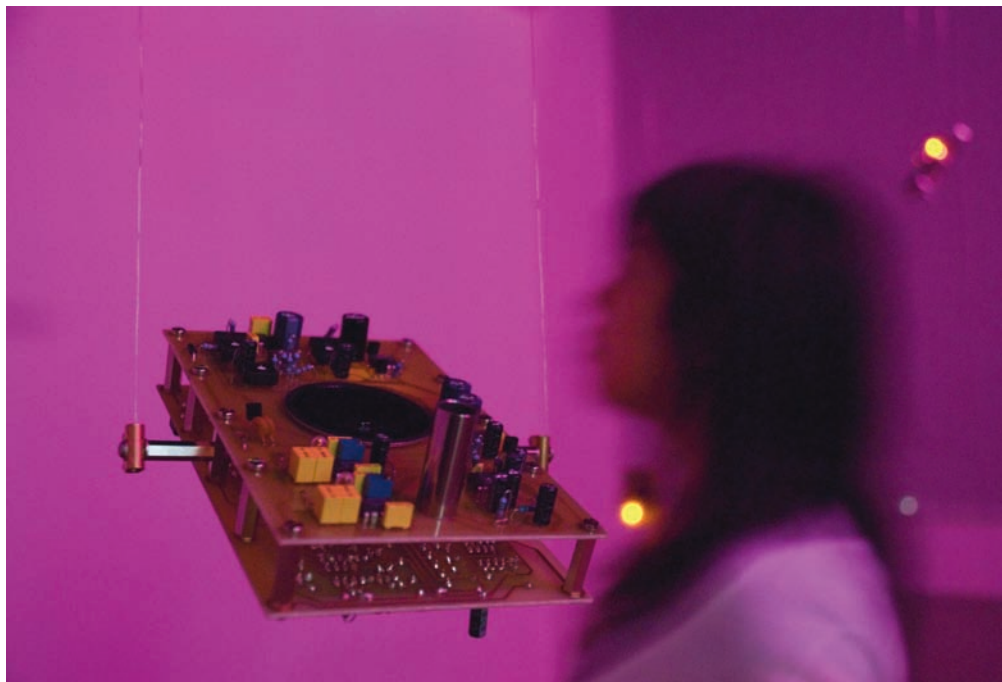
Il materiale non è visto solo come un processo costruttivo ma è una texture, un pattern, un colore, una trasparenza, una densità, uno scintillio in grado di comunicare esperienze sensoriali dirette.

Negli anni '70 in Italia si sviluppa un forte interesse per le superfici dei nuovi materiali, con la progettazione di qualità autonome e anche decorative della materia. Grazie alla collaborazione con l'industria nasce lo studio sul Design Primario della produzione in serie, ovvero la progettazione delle qualità più trascurate del prodotto industriale —come gli effetti di luce e colore, le finiture superficiali, le sensazioni

⁸ Cfr. LA CECLA, F. *Non è cosa. Vita affettiva degli oggetti*, Eleuthera, Milano 1998; Carmagnola, F.-Ferraresi, M. "La potenza delle cose: feticismo e carattere di efficacia del cult", in *Merci di culto. Ipermerce e società mediale*, Castelvecchi, Roma 1999.



Herzog & De Meuron, Prada Aoyama Tokyo, modello di studio, 2000



tattili e in generale certe qualità estetiche non misurabili—. Intorno al 1974 una serie di industrie vengono coinvolte nella sperimentazione di nuovi decori: Andrea Branzi, Ettore Sottsass, Mario Bellini progettano ad esempio per l'Abet Print una serie di laminati con superfici innovative.

Questa linea di ricerca assume oggi nuove prospettive se pensiamo alle prestazioni che i nuovi materiali rendono possibili. Gli smart materials contribuiscono a realizzare superfici effettivamente interattive, i materiali frutto della ricerca tecnologica assolvono a funzioni complesse e nello stesso tempo introducono nuovi parametri estetici. A cambiare oggi è la stessa nozione di materia, come qualcosa di sordo ed inerte.

Scrivono Katavolos nel 1970: “Stiamo rapidamente acquisendo la conoscenza necessaria della struttura molecolare di preparati chimici, che insieme alle tecniche necessarie, condurranno alla produzione di materiali, che avranno uno specifico apparato di comportamento interno, già nello stadio sub microscopico”. Oggi l'attenzione contemporanea al rapporto tra design e nanotecnologie sembra, ad esempio, sperimentare concretamente la dimensione utopica immaginata da Katavolos. Il design alla scala dei nanometri presenta dei vantaggi: basta pensare come l'efficienza delle celle solari potrebbe aumentare in maniera esponenziale potendo catturare fotoni di non solo dello spettro visibile, ma utilizzando tutta la gamma dell'irradiazione solare.⁹

Anziché rappresentare la propria presunta natura, essere “trasparenti” rispetto al loro impiego — come voleva il funzionalismo — i materiali contemporanei spesso contraddicono l'idea tradizionale che se ne ha: abbiamo infatti plastiche di grande qualità estetica, “naturali” e biocompatibili, metalli leggeri e traforati come merletti, cementi trasparenti e luminosi come il *litracon*.

Con gli sviluppi della chimica i materiali contemporanei fanno sì che l'oggetto, per definizione sinora inevitabilmente statico e definito, acquisisca caratteristiche di permanenza. L'interattività trasforma il rapporto tra utilizzatore e oggetto: è possibile oggi ottenere materiali con comportamenti simili alla mate-



< Haque Design + Research / Robert Davis,
Evolving Sonic Environment, 2005-2007

_Evolving Sonic Environment

ria organica (plasmabilità, trasformabilità, autoriparazione) e nello stesso tempo, in grado di esprimere valori estetici molto sofisticati (traslucenza, leggerezza, luminescenza, variabilità cromatica). Nuove generazioni di materiali, come i vetri cromogenici, sono in grado di variare le loro caratteristiche termofisiche e visive, altri materiali possono svolgere delle vere e proprie funzioni, integrando componenti elettronici miniaturizzati. Il design dell'energia si può avvalere di nuove famiglie materiali come i ceramici piezoelettrici, in grado di trasformare energia meccanica in energia elettrica.

Ma in un altro senso ancora la materia può essere definita oggi opaca: l'opacità della materia deriva dallo scenario dettato dalla crisi

ecologica; i designer sperimentano a largo raggio le pratiche del riuso e del riciclo, pervenendo ad oggetti in cui il materiale non è scelto in base a esatti requisiti, ma deriva semplicemente dalle caratteristiche dell'oggetto originario. Il progettista attinge agli scarti delle lavorazioni come una seconda natura, accettando come una sfida le implicazioni tecnologiche e la ricaduta estetica di questa operazione. Massimiliano Adami attraverso i suoi "fossili moderni" interpreta creativamente le tematiche del riuso, includendo in una schiuma poliretanica contenitori di scarto in plastica per poi sezionarli come un archeologo del moderno.

L'opacità come categoria estetica

Come la trasparenza per il moderno, l'opacità è una categoria astratta

che trova anche un forte riscontro come carattere fisico del progetto. Come l'architettura di vetro è un tòpos mitico dell'architettura moderna, l'opacità è anche qualità materiale concreta dell'architettura e del design contemporanei. La traslucenza, il diafano, lo sfumato, il traforato, tutte le possibili declinazioni ambigue della luce sono diventate caratteristiche centrali della ricerca più avanzata sui materiali e qualità che contraddistinguono e accomunano, nell'architettura come nel design, molti recenti progetti. La dimensione poetica riemerge inaspettatamente, le nuove tecno-

⁹ Cfr. SARGENT, T. "Nanotechnology: Design in the Quantum Vernacular", in ANTONELLI P. *Design and the Elastic Mind*, The Museum of Modern Art, New York 2008.



logie vengono interpretate per dar vita a famiglie di oggetti enigmatici, sfuggenti a catalogazioni rigide.

Nel Prada Aoyama a Tokyo, nella concezione dell'edificio come nel design degli arredi al suo interno, Herzog & de Meuron improntano esplicitamente il progetto ad un riferimento —poetico e tecnologico— alla opacità e alla traslucenza. La torre dei venti di Toyo Ito, oggetto urbano cangiante e sensibile, è un'icona della nuova dimensione estetica del progetto contemporaneo.

L'oggetto espanso del design contemporaneo

Ma c'è un aspetto più di fondo rispetto a quella che abbiamo chiamato l'opacità del design: si tratta della *indistinzione* dell'oggetto stesso del design contemporaneo. Il design negli ultimi venti anni ha ampliato il proprio campo di azione, occupandosi anche di "oggetti" difficili da definirsi.

di un luogo comune così generico da essere inconfutabile.

Oggi non possiamo infatti più semplicisticamente affermare che l'oggetto del design è la sedia, il frullatore o la linea grafica di un libro. Sono emerse negli ultimi venti anni nuove pratiche e nuove visioni che non riguardano la classica progettazione del "prodotto industriale", ma che comunque vengono fatte rientrare nel novero della cultura del progetto di design: il design dei servizi, il design delle interfacce, il design per i paesaggi produttivi, l'interaction design, il design dell'esperienza, il design strategico...¹⁰ Se volessimo visualizzare le aree di interesse del design contemporaneo attraverso una mappa e rendere conto delle relazioni che intercorrono tra i potenziali campi di applicazione, potremmo solo affidarci ad una forma molto complessa come quella del *rizoma*.

Nè possiamo cavarcela dicendo che il design oggi non ha più tanto lo scopo di produrre oggetti, quanto di produrre emozioni, avvalendoci

Basta una veloce ricognizione in un campo emergente quale l'interaction design per vedere, ad esempio, come siano labili i confini dell'oggetto di design e constatare quanto un'idea del design come "performance" e come "evento" sia consona alle nuove tecnologie. Usman Haque configura progetti che sperimentano diverse nature del design: "Natural Fuse" è una rete di piante diffusa nella città, che oltre ad assorbire CO2 fungono da dispositivi di produzione di energia elettrica; negli spazi interni Haque progetta una "Reconfigurable House", piena di banali oggetti del quotidiano e di sensori/attuatori che ne fanno un ambiente cangiante; altri spazi evolutivi sono basati sul suono o sulla presenza di particolari sistemi di odori, come nel progetto "Scent of Space". Ma Haque realizza anche eventi di interaction design a scala ambientale, come "Primal Source" o "Bourble", nuvole luminose fluttuanti, che interagiscono attraverso la voce o impulsi elettrici. Esplosioni di creatività pubblica che possiamo più riferire

ad una filiazione del Situazionismo che vedere connessi ad un'idea di design limitata alla progettazione del prodotto, come sembrava definitivamente sancito nell'epoca della scuola di Ulm. Se il modernismo ha sancito il *primato del visivo* su tutta la gamma sensoriale, il design contemporaneo si espande a includere il contributo degli altri sensi, assumendo nel progetto la musica, i rumori, gli odori e la tattilità con pari diritto sui valori visivi.

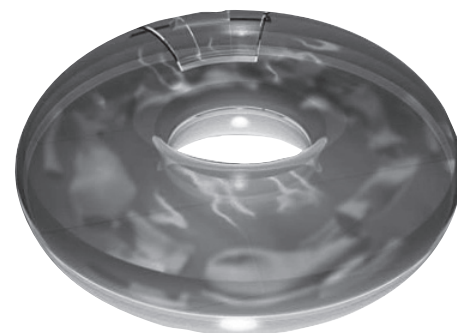
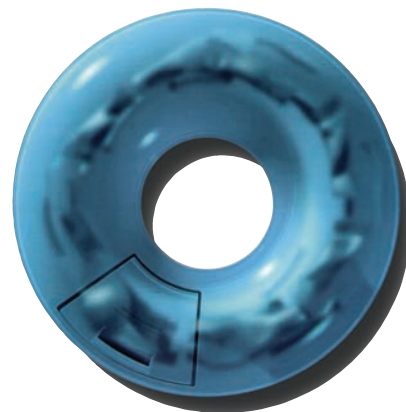
Ma se gli oggetti di Haque sono fluttuanti, l'oggetto del design contemporaneo lo è soprattutto concettualmente. Non solo è caduta la distinzione tradizionale tra urbanistica, architettura e design, ma anche dall'interno il design sembra travalicare ogni giorno i limiti tradizionali, configurando un territorio di grandi potenzialità quanto dai confini assolutamente sfuggenti. In generale possiamo parlare, richiamandoci al linguaggio di Zygmunt Bauman, di una *liquefazione* dell' "oggetto del design"; o concordare con Andrea Branzi quando osserva del design contemporaneo la forza pervasiva, la capacità di infiltrarsi in zone interstiziali della società e dell'economia, rivitalizzando le aree della conoscenza e della produzione con cui viene in contatto.

Ma per capire le nuove condizioni dobbiamo osservare come il progetto post-moderno infranga quello che è stato uno dei miti del modernismo: l'idea dell'opera d'arte come forma e come oggetto chiuso, per il quale qualsiasi disordine apparente

che ne travalichi la finitezza deve essere riassorbito.¹¹ Tutto il modernismo ha privilegiato la supremazia della forma, declassando e ritenendo insensato tutto ciò che non fosse riconducibile ad un mondo ordinatamente formato e razionale. Il design inteso come disciplina del prodotto industriale — oggetto quindi con un'inizio, uno sviluppo ed una fine, definiti e controllati — ha trasposto nel mondo della fabbrica questo mito, ponendolo al sicuro in un ambiente in cui esso era graniticamente vero. L'estensione di ciò che oggi è considerato "oggetto del design" verso l'aspetto di evento, verso l'organizzazione immateriale, e soprattutto verso la dimensione emozionale — per cui l'oggetto non si dà in un istante, ma vive nella dimensione temporale e risuona in continuazione con l'utilizzatore — riflette proprio il superamento di questo steccato ritenuto invalicabile.

La dimensione sfuggente del suo "oggetto", i confini sfumati che ha assunto la disciplina configurano quindi la più radicale forma di opacità del design contemporaneo. Una nebbia che va in parte accettata come intrinseca e coerente con le condizioni del progetto delineate, ma che laddove diventa confusione e buio fitto è semplicemente dovuto alla mancanza di un aggiornamento sullo statuto dell' oggetto del design contemporaneo. Questo ci dovrebbe indurre a chiedere aiuto ad un settore come l'ontologia, anche perché i filosofi sono forse gli unici disposti a lavorare in maniera

scientifica su oggetti fluttuanti in attesa di nuove collocazioni. ◀



—Klein & Dytham architects, *Deluxe washing machine*, prod. Casa Brutus – Elephant Design, 2000

¹⁰ Cfr. la mappa fenomenologica del design tracciata in BERTOLA, P./MAFFEI, S. *Design Research Map, Prospettive della ricerca universitaria in Italia*, Maggioli, Santarcangelo di Romagna 2009, pp. 54-55.

¹¹ Cfr. BOIS, Y.-A. *Il valore d'uso dell'informe*, in BOIS Yves-Alain e KRAUS Rosalind, *L'informe*, Mondadori, Milano 2003, pp. 14-15.