

7th floor

share your vision for the future

Co-Work

Casa o ufficio?
La terza via

Keywords

Innovazione psicoattiva
Guerrilla Marketing
Second Business
Blog Design
Business TV

free business magazine
for free spirits

Real Trends 2007 Estetiche e Design

dal salone del mobile
all'interaction design urbano

Francesco Morace

«i segnali della strada
come fonte principale
di ispirazione»

Jean Baudrillard

l'eredità



hyper memorable

wonder simplification

extra rules

ultra graphic

huge interlace

micromega luxury

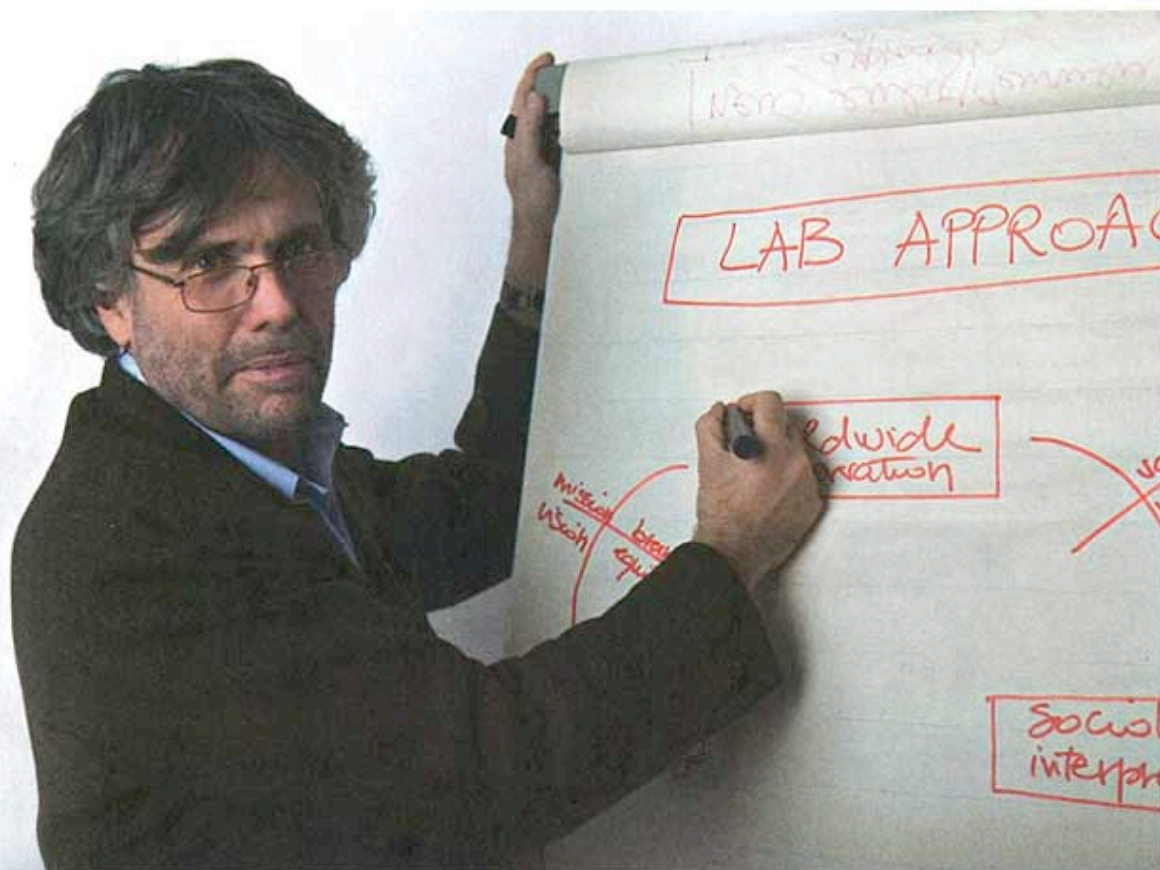
massive details

super material

"Workstories/workstyles."

>login

Le immagini scattate nelle vie di tutto il mondo per capire le direzioni del design, della moda, dell'arte.



NUOVE TENDENZE ESTETICHE

ATTRAVERSO L'OSSERVATORIO INTERNAZIONALE "STREET SIGNALS"
DI FUTURE CONCEPT LAB

I segnali della strada come fonte principale di ispirazione

IL LUSSO DEL FUTURO È LA REALTÀ. CIOÈ LA POSSIBILITÀ DI VIVERE, TOCCARE CON MANO, ANNUSARE E GUSTARE LA VITA REALE. INDIVIDUANDO LE "VERE TENDENZE". QUELLE CHE SI MANIFESTANO NELLE NOSTRE ESISTENZE. IN QUESTI ANNI SE NE SONO IMMAGINATE, PROPOSTE E VENDUTE INFINITE. CERCHIAMO DI FARE IL PUNTO E DI DARE UN ORIENTAMENTO.

«Il futuro è vivere la vita reale intensamente con umanità e consapevolezza. Privilegiare i contenuti, contro la logica pubblicitaria dell'immagine.»

di Francesco Morace
foto by Future Concept Lab (dal programma di ricerca e osservatorio internazionale "Street Signals")

Aesthetics Real Trends

Nell'analisi delle tendenze estetiche, che discendono da valori radicati e da comportamenti variabili, abbiamo utilizzato i **Segnali della Strada come fonte principale di ispirazione**, dimostrando che le persone con le loro sensibilità quotidiane sono molto più avanti di progettisti e aziende. Le pagine che seguono sono quindi occupate da **immagini scattate nelle vie di tutto il mondo negli ultimi 10 anni, che presentano in modo implicito l'evoluzione delle direzioni sviluppate, non solo dalla moda,**

ma anche dal design, dalla cosmetica, dall'arte.

In futuro la creatività sperimentale sarà al centro della nostra esperienza e conquisterà un ruolo importante nella qualità dell'esistenza: le nuove generazioni hanno già imparato a considerarsi protagoniste attraverso non solo la semplice esibizione, ma anche attraverso la capacità di esprimere competenza e creatività in diversi ambiti. La novità maggiore è che poi attraverso la rete possano essere condivise, come dimostrano alcuni siti, fra i quali:

www.flavorpill.net
www.style.it
www.thesartorialist.com

Non c'è dubbio quindi che già oggi il significato di ciò che è trendy (espressione che per fortuna sta scomparendo) sia molto più vicino alle sensibilità personali e all'energia di ciò che è semplicemente cool (fresco, magnetico, giusto). In questo gioco la moda e i trend «istituzionali» perdono di centralità, e a volte vanno incontro a imprevisti fallimenti, mentre la capacità individuale di esprimere un punto di vista estetico – magari attraverso il proprio abbigliamento – diventa il vero nodo della questione.

Il successo di oggetti, aziende ed estetiche di consumo «capaci di memoria» e con capacità di narrarla. Le esperienze individuali si trasformano così in qualcosa di unico e memorabile.

NUOVO ILLUMINISMO

DUE CASI NELL'AREA DEL DESIGN che traducono concretamente i valori e fondamenti del Nuovo Illuminismo

Il mondo del "progetto", è in cui è particolarmente evidente la traduzione di tali istanze e valori condivisi. In quest'ottica, la rilevanza "emotiva" dell'Illuminismo (v. "L'urgenza del nuovo Illuminismo" a pag. 34) e della ricerca conoscitiva, diventa base per nuovi modelli educativi e formativi, come espresso nei due seguenti esempi:

"Open House", un progetto espositivo realizzato da Vitra Design Museum in collaborazione con l'Art Center College of Design of Pasadena, dove è stata inaugurata il 10 marzo 2007. 115 architetti e designer invitati, hanno dato una personale visione e approccio alla domanda: "Che potenziale hanno le nuove tecnologie e i materiali contemporanei nell'utilizzo per l'abitare domestico e per le architetture residenziali di domani?" Le risposte, visionarie e lungimiranti, sono state presentate in "Open House" attraverso modelli, installazioni interattive e video, che affrontano l'evoluzione dell'habitat domestico, nello sviluppo di archetipi relazionali e di connessioni immateriali, nello scambio fra pubblico e privato... uno scenario in cui è emersa la questione della "sostenibilità" come nucleo imprescindibile. Una centralità ribadita anche da Bruce Sterling, nel catalogo dell'esposizione: "Una visione futurista autenticamente utile potrà essere quella in grado di assicurare un futuro reale, e non solo ideale"

http://www.design-museum.de/museum/ausstellungen/open_house/index.php



Mostra Open House del VitraDesignMuseum

La "Maison Flottante" è uno studio per artisti residenti, promosso dal CNEAI (il Centro nazionale francese per le arti applicate alla stampa). A partire dallo scorso autunno sta realmente galleggiando/navigando lungo la Senna ed è attraccata all'isola "impressionista" a Chatou, non distante da Parigi. Si tratta di un progetto concepito da una coppia di famosi designer, i fratelli Bouroullec, insieme agli architetti Jean-Marie Finot and Denis Daversin. Le linee semplici di questa struttura dalla "pelle d'alluminio" e dalla struttura di legno, che delimita, come un pergolato, una lunga alcova distesa nella piattaforma rettangolare della casa galleggiante, sono la risposta - nel contempo pragmatica e poetica - al limitato budget destinato alla sfida di questo progetto affascinante. L'habitat si integra perfettamente con l'ambiente circostante (soprattutto fra qualche anno, quando il verde di piante rampicanti ne coprirà il tetto) e l'atmosfera sognante: sostenendo e ispirando lo studio, la ricerca e la produzione creativa dei residenti.



Maison Flottante Flli Bouroullec

1. Hyper Memorable

Il successo di oggetti, aziende ed estetiche di consumo 'capaci di memoria' e con capacità di narrarla. Le esperienze individuali si trasformano così in qualcosa di unico e memorabile.

Il caso:

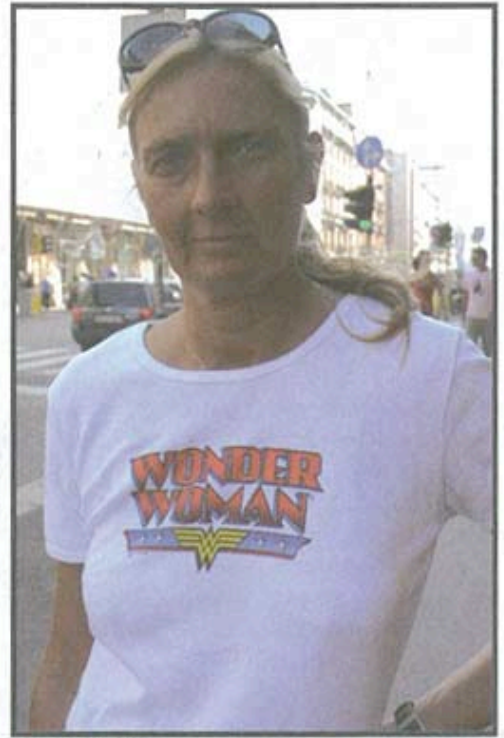
La collezione di accessori Ferragamo per la PE 2007, riprende la ricerca della maison, che fin dalle sue origini si è mossa tra artigianato e spirito visionario.



Londra 2000



Buenos Aires 2003



Milano 2006

L'evoluzione del fenomeno vintage ha segnato una ricerca affettiva legata alla storia, personale e di alcuni prodotti-icona, che ha sviluppato nel tempo un particolare gusto e capacità di giocare con i diversi "caratteri".

R E A L

2. Wonder Simplification

Il concetto di «semplicizzazione» viene amplificato nella direzione della ricerca dell'essenza, espressione di un talento in grado di arrivare a risultati e sintesi raffinate e sorprendenti: è il semplice che confina con il meraviglioso.

Il caso:

Davide Oldani, uno dei più noti tra i cuochi italiani emergenti, lavora sull'essenzialità degli ingredienti e delle esperienze, che lo hanno portato a disegnare inoltre una collezione di piatti di recente esposti alla Triennale di Milano.



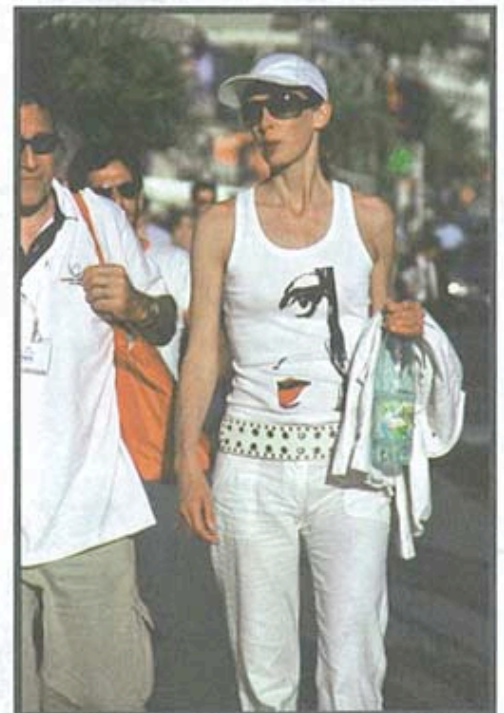
New York 1999



Boston 2000

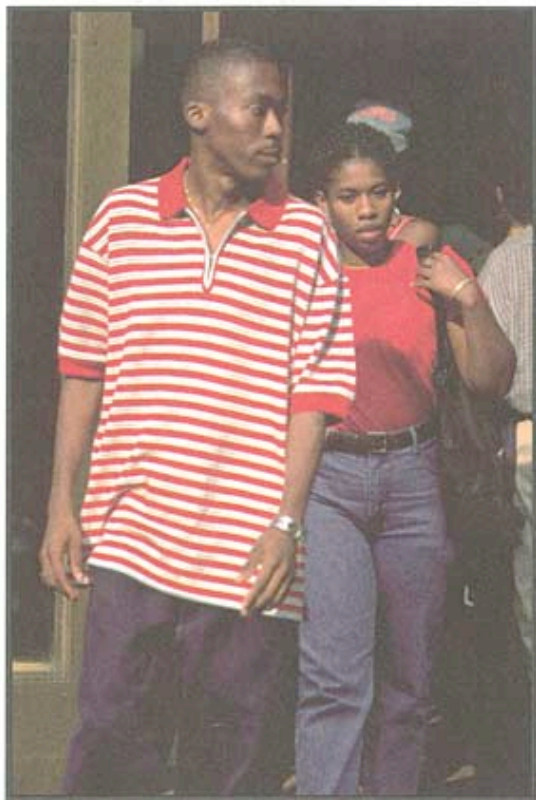


Londra 2000



Cannes 2006

La natura e i linguaggi del basic trovano, nel decennio considerato, un orientamento progressivo verso la semplificazione, intesa come ricerca dell'essenza della forma, esaltandone le potenzialità creative.



New York 1997



Parigi 2002



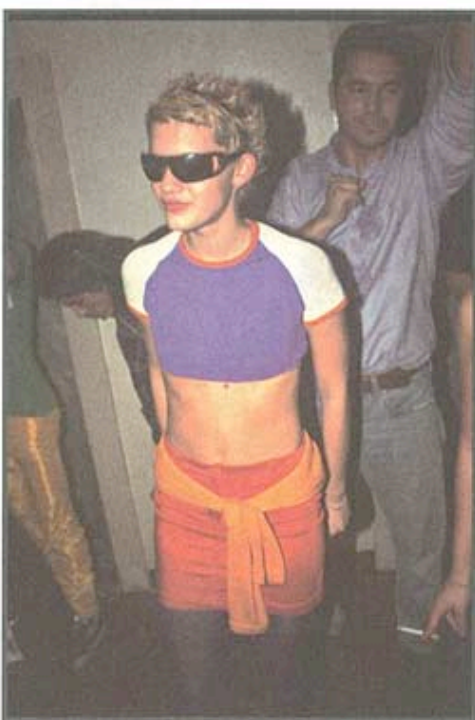
Londra 2005



New York 2006

La tensione, esperienziale prima ancora che estetica, nel ricreare continuamente "le regole", si è orientato verso la ricerca di forme, colori ed espressioni che sottolineano la grande ricchezza e la sfida della normalità.

T R E N D S



Milano 1997



Tokyo 2002



Tokyo 2003



Stoccolma 2007

Le nuove frontiere di questo percorso, poggiano su anni di sperimentazione che, dal Pop ai linguaggi bidimensionali "made in Japan", che ne hanno intensificato e raffinato la sensibilità.

3. Extra Rules

Entra in gioco la sfida creativa della regola, alla ricerca di tradizioni eccellenti. Un orientamento in grado di enfatizzare il portato vitale di quella «regola» che viene inventata come superamento del conformismo.

Il caso:

"The Sartorialist" è il blog newyorkese dedicato alla scoperta dello stile sartoriale per le strade delle capitali della moda. Ogni giorno Scott Schuman fotografa uomini e donne, che nel loro stile di abbigliamento rispecchiano la passione per abiti ben tagliati ed eleganti. Non mancano le interviste a operatori del settore ed esperti. Dal luglio 2006 Scott è diventato anche reporter per Style.com, GQ e Cookie.

4. Ultra Graphic

Si riconferma la ricchezza inaspettata delle superfici creative e degli effetti cromatici.

La pelle degli oggetti diventa laboratorio sperimentale, in grado di proporre linguaggi e grammatiche innovative.

Il caso:

Invader è un artista francese che nel 1998 ha iniziato a «invadere» alcune città europee con piccoli mosaici di ceramica che rappresentano alieni da videogame. Oggi si dedica a un'arte più istituzionale, mantenendo lo spirito sperimentale: infatti i suoi ultimi lavori si basano solo sull'uso del cubo di Rubik.

5. Huge Interlace

Il mescolamento stilistico viene sempre più vissuto come effetto della dimensione vitale. La biologia degli incontri e delle dinamiche relazionali trova, in questo habitat, una sua estetica combinatoria.

Il caso:

Dopo il successo mondiale di Sin City, la sintesi tra fumetto e cinema prende vita in 300 una pellicola tratta ancora una volta da un lavoro di Frank Miller. Linguaggi estetici, generi musicali, citazioni cinematografiche ed epoche storiche si mescolano, restituendo un intreccio unico in un'esperienza «memorabile».



Londra 1998



Milano 2002



Londra 2005



Stoccolma 2007

Dall'iniziale fenomeno del nomadismo, reale e virtuale, si è passati gradualmente a una maggiore libertà interpretativa, data dalla maturata conoscenza e utilizzo delle regole stilistiche: per un consapevole gioco delle sovrapposizioni o, semplicemente, per infrangerle.

R E A L

6. Super Material

La consistenza della materia diventa trama per un racconto e una sperimentazione estetica che dal naturale si estende all'artificiale: si tratta di una espansione ed estensione del carattere, della struttura e delle loro possibilità creative.

Il caso:

L'azienda israeliana Animi Causa, progetta e produce oggetti di design per la casa e l'ufficio, privilegiando materiali come schiume eco-compatibili, metalli e stringhe elastiche, dalle performance innovative. Il sistema di seduta Feel permette di cambiare posizione e «sensazione» in base agli stati d'animo dell'utente, grazie a 120 sfere imbottite e rivestite in tessuto elastico.



Amsterdam 1997



Tokyo 2000



New York 2003



Milano 2007

Le potenzialità della materia hanno plasmato -fisicamente ed emotivamente- vissuti e desideri del decennio: dalla ricerca di nuove prestazioni e funzioni, alla più vasta risonanza della propria preziosità.



Tokyo 1995

7. Massive Details

Il dettaglio conquista la scena attraverso la gravidanza simbolica o ironica dell'icona: una performance a tutto campo resa possibile dalla vocazione agli spiazamenti creativi.

Il caso:

La linea di makeup Barbie MAC è composta da una serie di prodotti (dominati dal rosa shocking) pensati per un pubblico di 20-30enni. L'ironia e il riferimento al mondo iconico della bambola per eccellenza, sono centrali in questo progetto.



Parigi 2002



Londra 2005



Milano 2007

Una scena "temporale" dominata da un "femminile" sempre più deciso e da un'attenzione al dettaglio, di volta in volta aggressivo, ironico, iconico. Un dettaglio che, oggi, sostiene il ruolo di una donna "prima attrice" sul palco del quotidiano.

T R E N D S



New York 2006

8. Micromega Luxury

Le «porzioni» di lusso si incontrano con le dinamiche del prestigio e del fuori scala: così si stimola un dialogo aperto che si esprime attraverso l'espressione ludica delle proporzioni.

Il caso:

La nuova generazione di designer di gioielli sta lavorando sul concetto di oggetti preziosi del quotidiano, come nella collana in oro di Anna Tasha Larsson che riproduce le cuffie dell'iPod, nei cristalli montati su bossoli di Uhearthen, e nella comunicazione di Karen Walker Jewellery.



Boston 2000



Vienna 2003



Londra 2005

Una tendenza che conferma e consolida, nel tempo, uno specifico interesse verso l'alta moda, marcando l'evoluzione generale verso il concetto di esclusività.

L'URGENZA DEL NUOVO ILLUMINISMO

Emerge con urgenza la necessità di un Nuovo Illuminismo, per rimettere al centro della nostra esperienza la conoscenza e il sapere, e per combattere il rischio di nuovi oscurantismi. Si tratta di sottolineare la distinzione decisiva che ad esempio Edgar Morin propone tra razionalità - che coincide con l'apertura sperimentale - e razionalizzazione, che si riduce spesso a un sistema paranoico che pretende di spiegare tutto, chiuso in sé e insensibile all'esperienza.

Si tratta di ricordare la morale di Socrate che fu il primo a richiamare la filosofia dal cielo, a collocarla nelle città, a introdurla nelle case, costringendola a occuparsi della vita. Inventando una morale fondata non sulla volontà ma sulla conoscenza, rintracciabile cioè nel processo del pensare. **Essere capaci di pensare (e quindi di progettare) significa essere responsabili.**

Essere responsabili significa fare scelte consapevoli. Assumersi il carico, fino in fondo, delle proprie scelte significa essere liberi. E in questo consiste la nostra umanità: essere

imprenditori, manager e progettisti illuminati dalla nostra libertà consapevole. Il Nuovo Illuminismo si nutre quindi di sostanza e qualità sperimentata dei contenuti, contro la logica pubblicitaria dell'immagine.

Il neo-illuminismo emerge come necessità sperimentale permanente. Come forma consapevole di ri-appropriazione del valore dell'esperienza. Centralità dell'esperienza sperimentale e dell'innovazione tangibile. Revisione radicale del marketing dell'esperienza: ridimensionamento della suggestione e della pura evocazione, a favore di un accertamento integrale della qualità.

Definizione e certificazione dei processi, delle qualità organolettiche, dei valori materiali. Comprensione e definizione delle nuove funzioni. Un nuovo modo di illuminare la realtà della vita quotidiana attraverso una responsabilità precisa del progetto che dopo molti anni riesca a riconciliare forma e funzione, necessità etiche e necessità estetiche. Nel segno di una qualità di vita rigenerata.

Un nuovo entusiasmo per un nuovo tipo di razionalità illuminata, che ha aperto ormai le porte alle forme più intelligenti di sperimentazione radicale. Riconciliazione definitiva tra i linguaggi radical degli anni '60 e '70 e valori modernisti e organicisti.

Ciò che conta è l'orizzonte dell'illuminismo sperimentale che sempre più chiaramente si definisce per il prossimo futuro. Trasformando il sogno felice di alcuni intellettuali aristocratici del '700 in una visione collettiva e condivisa, in grado di combattere e spazzar via gli oscurantismi del nuovo millennio.

Superando la fiducia ingenua per il progresso che ha viziato la visione modernista per molti decenni, trasformando il destino in una intenzione. Abbandonando l'idea che la storia proceda sempre verso il meglio. Ciò significa valorizzare una volta per tutte il concetto che uomini e donne hanno un valore di dignità che non deriva dalla razza o dalla religione, ma dalla loro individualità.