

LO SCAMBIO CONTINUO DI VIRTUOSISMI TRA MANUALITÀ E TECNOLOGIA AVANZATA

Nell'ultimo decennio è esplosa la parabola estetica del virtuosismo manuale, aprendo un importante riflessione su arte, industria e maestria artigianale.

di FRANCESCO MORACE E LUCIA CHROMETZKA
www.futureconceptlab.com



➔ Abbiamo assistito a una vera e propria osmosi creativa che forse per la prima volta ha strutturato un vero dialogo tra mondi disciplinari a lungo contrapposti. Il tema della ricerca del pezzo unico (o quasi), che ha sostenuto il grande successo delle edizioni limitate in molti settori, ha innescato un'evoluzione importante nelle estetiche e nei desideri del consumatore orientata verso tecniche, lavorazioni, pratiche, regole e occasioni a "rischio estinzione". Questo ha stimo-

lato una nuova visione progettuale, non semplicemente nostalgica o difensiva, ma al contrario di grande innovazione sostanziale, basandosi su uno scambio fertile tra artigianato e industria, manualità e tecnologia avanzata, i cui confini sono stati disintegrati attraverso progetti di straordinario impatto estetico. In questa dinamica estetica si evidenzia chiaramente il legame concettuale e pratico con l'Arte, intesa soprattutto come fonte di ispirazione per la creazione di oggetti ed

esperienze uniche, emozionali, in quanto frutto di un pensiero e una abilità originale. Il mondo dell'industria ha saputo cogliere la sfida, proponendo in molti casi prodotti di grandissima qualità e oggetti fatti ad arte. Attraverso la tendenza Wise Perfection esploriamo questa relazione anche per il mondo della comunicazione, questo scambio continuo di virtuosismi incrociati tra manualità e tecniche industriali, tra uomo e macchina, che arriva a proporre scenari estetici persino disorientanti.

casi dal mondo

▲ L'ARTE SARTORIALE POP DI JEREMY SCOTT PER MOSCHINO



In occasione della scorsa edizione della Milano Fashion Week, come di consueto ha sfilato la collezione Autunno-Inverno 2015/2016 di Moschino disegnata per la terza

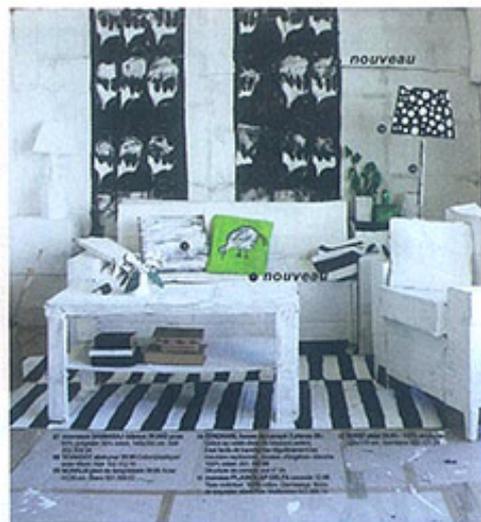
stagione da Jeremy Scott. Un marchio da sempre ironico e lievemente irriverente, per il quale Jeremy Scott ha accentuato i toni tra follia e divertimento. Questa collezione, molto attesa e apprezzata, ha interpretato con sensibilità e modernità l'essenza e il gusto sartoriale pop di Franco Moschino. Dopo Barbie e McDonald's, anche questa linea oltrepassa gli schemi e propone una chiara e unica ispirazione: la cultura americana "street" di fine Anni Ottanta, con i suoi colori fluo, i suoi graffiti, il denim, i rimandi al mondo del basket e alla musica rap e hip hop. L'aspetto sorprendente è il risultato di questa interpretazione, in cui la ricerca sapiente di artisticità si esprime nella realizzazione dei molti capi presentati. Interessanti le salopette e le giacche in denim "effetto patchwork" con cuciture a vista e pannelli oro che hanno riproposto, con dettagli e sapienza da haute couture, il mood rap e hip hop. La declinazione più vicina all'arte pop si è definita nelle ultime uscite, in particolare negli abiti da sera: un tripudio di eccentricità e glamour nei decori con stampe e ricami in stile graffiti: una raffinata interpretazione dell'arte di strada, dei suoi gesti, messaggi e dimensioni.

▲ IL FALSO CATALOGO IKEA DI BENEDETTO BUFALINO

Con ironia e provocazione, e uno spiccato "senso del reale", l'artista



francese Benedetto Bufalino, ha creato un falso catalogo Ikea in cui ogni oggetto e arredo è stato riprodotto in scala 1:1 con cartoni e scatoloni. Mentre i veri cataloghi Ikea contengono immagini generate a computer, tutto in questo falso catalogo esiste realmente: "una parodia più reale del reale". Per produrne le pagine vive, Bufalino ha lanciato un workshop invitando il pubblico a dare il proprio contributo, di idee e manualità, lavorando i vari spessori, dimensioni e composizioni dei cartoni utilizzati, dipingendo gli ambienti ricreati. Tutto, proprio tutto, nei diversi contesti è stato realizzato con cartoni riciclati: non solo mobili e oggetti d'arredo, ma anche le piante, il cibo, l'acqua. Se il cartone è diventato il vettore della moderna cultura



materiale, proteggendo e trasportando gli oggetti, definendone imballi e confezioni, Bufalino ne ha voluto sottolineare anche l'aspetto iconico e quotidiano. Nel gioco artistico di esperienza condivisa del catalogo Ikea, l'artista si è immerso nell'espressività cruda e nelle soluzioni di questo materiale umile, ma importante, intitolando l'opera Design Carton.

LESSON LEARNED

1 Lavorare sulle unicità produttive prendendo come modello concettuale l'imperfezione riconoscibile dell'estetica artigianale.

2 Lasciare spazio alle intuizioni creative che si trasformano poi in dettagli che fanno la differenza.

▼ BUAISOU E LA TRADIZIONE DELL'INDACO GIAPPONESE



Buaisou, è a una piccola impresa fondata a Tokushima nel 2012 da due giovani coltivatori e tintori giapponesi: Kenta Watanabe e Kakuo Kaji. Utilizzando la tecnica della fermentazione del Sukomo, materiale ricavato dal tradizionale compostaggio delle foglie di indaco, seguita da ulteriori passaggi, si ricavano tessuti con tintura 100% naturale con una particolare profondità cromatica tipica del "Japan Blue". Preservando la tradizione dell'indaco giapponese, Buaisou porta nuova vitalità al "Japan Blue", attraverso creazioni tanto artistiche quanto funzionali. I tessuti, i capi e gli accessori di Buaisou, valorizzano le qualità originarie di un processo antico con moderne sperimentazioni tecnologiche nella lavorazione. Diversi sono i disegni e i prodotti che, fra le altre proprietà, non stinguono a contatto con altri indumenti. Se il sito web di Buaisou permetteva già di accedere a questo affascinante mondo, nel maggio del 2014, l'impresa si è estesa

oltre i confini nazionali, creando il Buaisou Brooklyn Lab. Workshop e iniziative di esperienza e sperimentazione con la tinta e nuovi disegni hanno conquistato anche il pubblico americano, in una produzione che - dalla fattoria e dalla storia - approda sulle strade del mondo, interpretando tessuti e oggetti della cultura materiale contemporanea.

▼ LE CHOCOLAT DES FRANÇAIS

Le Chocolat des Français è una nuova marca francese che propone cioccolato artigianale al 100% con puro burro di cacao, senza olio di palma e senza conservanti. Creato da due gourmand innamorati di Parigi, il prodotto concilia il buono e il bello, conquistando non solo per il gusto speciale e l'ottima qualità, ma anche per una ricercata immagine visiva, anch'essa ispirata al gesto e all'abilità manuale (oltre che all'origine certificata della sua

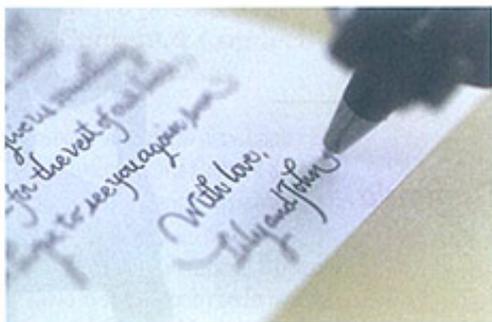
lavorazione francese). La cioccolata, fabbricata in un atelier in una cittadina dell'Île-de-France, rispetta le tecniche e i segreti di una lavorazione tipicamente locale, così come le grafiche del packaging ispirate ai colori, alle icone, ai personaggi più famosi e all'immaginario d'Oltralpe. Sono Paul-Henri Masson e Matthieu Escande, appassionati di cioccolato e creatori di questo prodotto, all'origine della veste creativa. Il progetto si è sviluppato coinvolgendo 45 artisti di area diversa: pittori, illustratori, autori di fumetti, grafici (fra questi Serge Bloch, Arthur de Pins, Planti, JUL). Ciascuno di loro ha proposto una propria visione di Parigi attraverso una serie di tavole di cioccolato originali e uniche. Una composizione di piccoli e intriganti "quadri" che nell'insieme hanno composto una collezione d'arte grafica, lavorando sia su un'idea di decorazione sia di immaginario e cultura francese.



3 Partire dall'unicità del Genius Loci e imparare a strutturarne la moltiplicazione.

4 Adottare le logiche della ripetizione del gesto come allenamento per nuove improvvisazioni creative.

5 Puntare sulla tracciabilità, non solo in termini difensivi di controllo, ma per individuare nuovi stimoli creativi e rigeneranti.

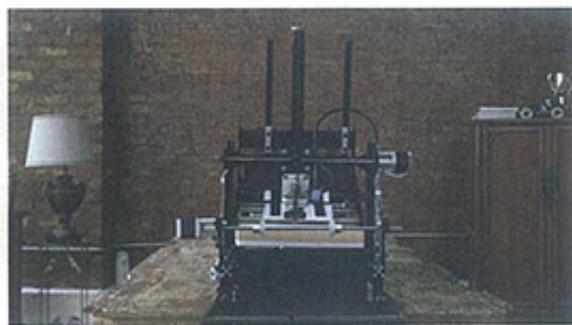


▼ I ROBOT BOND E L'ARTE CALLIGRAFICA

L'Azienda newyorkese Bond ha creato un robot in grado di automatizzare l'antica arte calligrafica della scrittura manuale. Il robot, un po' come gli automi meccanici

inventati alla fine del Settecento da ingegnosi orologiai svizzeri, mima il movimento della mano umana e, tenendo una penna vera, scrive ciò che si desidera. La società, nata nel 2013 come servizio premium per l'acquisto e la consegna di regali, ha raccolto tali apprezzamenti per i biglietti scritti a mano con i quali accompagnava la consegna di ogni pacco che il fondatore Sonny Caberwal ha deciso di cambiare il suo business e centrarlo sulla tecnologia in grado di produrre biglietti scritti a mano su larga scala. Caberwal ha quindi composto un team di esperti

di robotica, ingegneri del software e tipografi con il quale ha dato vita ai robot Bond, così raffinati da scrivere le lettere senza usare scorciatoie algoritmiche. Il servizio, attivo in America e offerto sia ai singoli sia alle aziende che vogliono personalizzare la propria relazione con clienti e fornitori, funziona in modo diretto via web. Attraverso il sito helloworld.com è possibile scegliere il tipo di biglietto preferito, uno stile di scrittura manuale tra i 17 proposti con il quale far scrivere il proprio messaggio, poi imbustato, sigillato con la ceramica e inviato in automatico al destinatario, che lo riceverà dopo 2/3 giorni via posta. Bond ha programmato i suoi robot con una serie di caratteri e stili manuali tra i quali scegliere, ma ha allo studio un servizio premium, per ora solo a inviti.



► MAKING AFRICA - A CONTINENT OF CONTEMPORARY DESIGN VITRA DESIGN MUSEUM



Una nuova grande mostra al Vitra Design Museum getta luce sulla scena progettuale africana contemporanea. "Making Africa - A Continent of Contemporary Design" illustra, attraverso il lavoro di oltre 120 creativi, l'influenza di arte e design sui cambiamenti economici e politici del continente. Nella mostra l'Africa viene presentata come un centro di sperimentazione capace di generare soluzioni di rilevanza internazionale per il design del ventunesimo secolo. La mostra dipinge uno scenario in rapida evoluzione - sebbene denso di problematiche relative a demografia, politica e sanità - ed evidenzia uno sviluppo che ha già cambiato la vita quotidiana di milioni di africani e produce una significativa influenza sul lavoro di artisti e designer, quello dell'accesso alle telecomunicazioni e alle tecnologie



digitali. La mostra si concentra, infatti, su una nuova generazione di autori che, in quanto "nativi digitali", si rivolgono a un pubblico globale e forniscono un punto di vista inedito sul loro continente, attingendo a più discipline contemporaneamente, tra design, arte, fotografia, architettura e cinema.