

IL MONDO DEL CONSUMO “ESTETICO”

TRA IPERMATERIA E PRESENZA NASCOSTA



Hallingdal 65

Non vivremo in un mondo smaterializzato come sembrava dovesse avvenire qualche anno fa in Second Life - che infatti è caduto in disgrazia - ma, al contrario, adotteremo sempre più la dimensione digitale per amplificare la materia e la vita reale.

Il profondo cambiamento in atto che coinvolge il mondo del quotidiano e del consumo ridefinisce infatti i valori della “realtà” e propone una dinamica che si esprime in termini di **presenza tangibile e materica**, da un lato, e di **astrazione e magia funzionale**, dall’altro. I territori progettuali, come anche le esperienze quotidiane delle persone “normali”, si sono infatti orientate in questi anni all’esplorazione fisica e nello stesso tempo digitale, ridefinendo così il tema della CONCRETEZZA: *da un lato ci si concentra sull’ipermateria, dall’altro ci si inoltra nell’universo della smaterializzazione.*

Proviamo ad analizzarli entrambi. Attraverso il tema dell’**ipermateria** emerge un **rapporto con i materiali che esplora in profondità le loro caratteristiche fisiche e quasi “caratteriali”**.

Stiamo assistendo al tentativo crescente di porre al centro della ricerca estetica la sostanza della materia, con un desiderio quasi animista di enfatizzare gli aspetti poetici, sensoriali e fisici che i singoli materiali sono in grado di esprimere. Questo sta avvenendo in molti settori creativi e si rivela attraverso la *proposta di oggetti in cui il valore assoluto è dato dal trionfo estetico della loro sostanza e dalla relazione fisica ed empatica che riescono a instaurare con il contesto e con le persone.*

Vediamo alcuni esempi a questo proposito, selezionandoli in diversi ambiti della creatività.

Hallingdal 65 è il primo tessuto prodotto da Kvadrat, azienda danese leader nel design tessile, disegnato nel 1965 da Nanna Ditzel. Hallingdal

65 è l'articolo più iconico di Kvadrat, disponibile a catalogo in 58 varianti. Per celebrarlo, Kvadrat ha organizzato una mostra di grande successo in occasione della Milano Design Week. L'Azienda cerca costantemente di allargare i confini estetici, tecnologici e artistici del prodotto tessile, lavorando non solo con designer e architetti tra cui Alfredo Häberli, Tord Boontje e i fratelli Bouroullec (loro l'installazione cromatica *The Textile Field*, presentata alla Corte di Raffaello del Victoria & Albert Museum) ma anche con artisti come Olafur Eliasson. Al centro di tutti i progetti emerge l'indiscutibile *centralità della materia, che diventa anima e corpo del progetto estetico*.



Recht. Per creare un materiale flessibile di straordinario potere visivo, lo stilista islandese Sruli Recht ha utilizzato sottili pezzetti di legno di noce, tagliati in forma triangolare e poi montati su una base di tessuto. Il risultato è un nuovo materiale composto che è diventato protagonista della collezione Uomo Autunno-Inverno 2013, permettendo infinite applicazioni. *Le forme geometriche create su questi insoliti vestiti dall'utilizzo del legno evocano l'idea di protezione del corpo umano, in modo naturale ed essenziale.* Recht disegna nel suo studio di Reykjavik abiti e accessori sperimentando soprattutto con materie organiche. Nelle sue collezioni precedenti ha proposto materiali non convenzionali come pelle d'agnello nato morto e seta estratta dalla ghiandola del ragno impiantato in una capra.



Years. Un'artista tedesco, Bartholomäus Traubeck, è riuscito a realizzare un suggestivo brano musicale, *Years*, usando una "fetta" di tronco di un albero, come se fosse un 33 giri. Per realizzare la sua idea ha utilizzato un giradischi tradizionale ma, al posto della classica puntina di lettura del disco, si è servito della PlayStation Eye Camera, partendo dal presupposto che la superficie del legno attraverso ciascun anello, che indica come si sa gli anni dell'albero, produce un suono diverso. La tecnologia è stata di grande aiuto poiché ha consentito di *associare gli anelli del legno a una scala definita di suoni*, ottenendo una vibrazione acustica. I dati catturati sono stati inviati all'*Ableton Live*, un programma di produzione musicale, che poi ha dato vita alla melodia.

Idae è un prodotto indistruttibile, perfetto da usare in situazioni estreme, anche se completamente realizzato a mano. Il progetto è dello studio *archITects*, un piccolo gruppo di architetti e designer milanesi, appassionati di attività outdoor. Si tratta di un *notebook con caratteristiche straordinarie: impermeabile, riciclabile, su cui è possibile scrivere con qualsiasi tipo di penna o matita.* *Idae* è pensato per le persone che amano scrivere e disegnare, in qualsiasi momento, anche in barca a vela o sugli sci. Grazie alla carta speciale utilizzata (Dupont) e la cucitura con filo Spectra non teme l'acqua e non può essere fatto a pezzi: gli appunti e i disegni durano così nel tempo. Un progetto tutto italiano che però sta usando la piattaforma Kickstarter per il suo finanziamento e la promozione internazionale.

I quattro esempi che abbiamo scelto sono tutti molto diversi tra loro, provenendo dal mondo del tessile, della moda, della musica e del design, e segnano la tendenza **SOLID INSIDE** che si sta manifestando in molti settori dell'estetica, *frutto di una ricerca costante tra design e ricerca scientifica, tra poetica progettuale e nuove tecnologie costruttive.* Dopo anni in cui la sperimentazione sulle superfici materiche ha segnato in profondità il panorama degli oggetti e la relazione sensoriale con i consumatori, oggi ci si concentra nell'**esplorazione delle caratteristiche più interiori dei materiali, i loro aspetti più profondi, originari, iconici e simbolici.** Un impulso al progetto che *non si accontenta di lavorare sulla pelle degli oggetti ma desidera la loro anima, cercando di cogliere attraverso il gesto creativo l'essenza del materiale e il suo carattere distintivo.*

In questa prospettiva abbiamo assistito allo straordinario fiorire di progetti virtuosi, in cui la maestria delle lavorazioni, il talento del fare (oltre che del pensare), ha contribuito in modo sostanziale all'obiettivo progettuale. Per la tendenza Solid Inside, infatti, diventa essenziale la *capacità di realizzare il progetto, non solo dal punto di vista intellettuale, ma anche manuale o industriale.* La prossimità e l'empatia diventano leve importanti sia per progettare in questa dimensione, sia per comprendere il valore dei manufatti e dei progetti che stanno definendo questa tendenza estetica.

Contemporaneamente un ruolo molto importante viene giocato dal tema della **smaterializzazione**, attraverso la *ricerca di un'essenzialità che fa emergere gli aspetti più funzionali ed emozionali del progetto, attraverso la "sparizione" della forma, la dissolvenza del segno estetico.* Una dimensione senza dubbio favorita dall'evoluzione tecnologica



e da tutto ciò che questa inarrestabile ondata di innovazione ha portato, sia in termini di aspettative sia in termini di opportunità. In questo contesto di intangibilità, tuttavia, emerge lo **stesso identico desiderio di sostanza e concretezza** che abbiamo analizzato nell'ipermaterialità e nella tendenza Solid Inside, con la differenza che attraverso la smaterializzazione, ci si concentra sulla **magia funzionale degli oggetti.**

Entriamo così nella dimensione della **HIDDEN PRESENCE** che esplora il tema proponendo un'estetica nuova, potente, privilegiando il significato e la funzione degli oggetti, piuttosto che la loro forma. Questa sensibilità progettuale ed estetica si configura come punto di arrivo di un lungo e articolato percorso di progressiva semplificazione dei segni, che non sottrae valore al prodotto finale, ma ne amplifica le caratteristiche più rilevanti. *La funzione, il portato simbolico, l'effetto spiazzante, diventano veri protagonisti della tendenza Hidden Presence, e si concretizzano grazie all'assenza (apparente) dell'oggetto stesso.*

Una sensibilità che suggerisce, tuttavia, una narrazione estetica e un'esperienza tutt'altro che banale o spoglia, e che al contrario propone progetti e oggetti capaci di garantire emozioni visive di grande impatto. In questa direzione *la tecnologia offre un supporto importante e a volte decisivo, anche se l'intuizione creativa resta la leva più potente per rendere visibile e tangibile il valore di questi oggetti "nascosti".*

Facciamo anche in questo caso alcuni esempi nell'ambito dell'arredo, dell'abbigliamento e della gioielleria, che sottolineano *l'impermanenza, la dissolvenza, la temporaneità e quindi la presenza nascosta.*

DRIVER DELLA TENDENZA SOLID INSIDE:

- la presenza tangibile come rassicurazione emotiva
- la relazione sensoriale come racconto poetico
- la superficie materica come sperimentazione estetica
- la sostanza come talento del produrre ricerca creativa



Tilt. Sembrano disegni al tratto sul muro ma, in realtà, sono oggetti tridimensionali appesi. Le collezioni dei mobili *Tilt* di *Tina Schmid* non comunicano immediatamente il loro scopo: ognuno di essi ha una funzione ben precisa. Ciascuna delle sue creazioni è prodotta da solo otto tubi, in cui la designer tedesca ha inserito delle giunte flessibili nel "telaio" che permettono una rotazione della struttura tubolare verso l'esterno e il blocco in posizione. Schmid ha presentato le sue idee nel *Concorso [D3]* per giovani designer alla fiera Imm Cologne di quest'anno, dove ha vinto il secondo premio. Con un semplice gesto, «*l'immagine diventa un oggetto tridimensionale*», dice la progettista. «*L'immagine di un cubo può essere piegato come un tavolo, il parallelepipedo come un servo muto*».



Snake&Molting. La collezione *Snake&Molting* è stata disegnata da *Camille Cortet*, e si ispira ai comportamenti degli animali e alle loro tecniche di mutazione usate a volte per la sopravvivenza, a volte per la seduzione, a volte per la semplice crescita. La progettista francese, che ha studiato design a Parigi e poi alla Design Academy di Eindhoven, affascinata dalla cultura animale, ha ricercato un linguaggio umano per tradurlo nel mondo della moda. I pantaloni presentati nella sua collezione hanno una caratteristica particolare, si smaterializzano con l'utilizzo prolungato. Per ottenere l'effetto desiderato il tessuto elastico è stato forato a laser per disegnare una texture che ricorda la pelle rettile. Il decoro cambia colore e consistenza per poi dissolversi.



FPO. *Le piacerà? E se è troppo piccolo?* L'anello di fidanzamento *FPO* risponde a quelle domande, che sorgono spontaneamente all'uomo non appena decide di proporsi alla sua fidanzata e regalarle, per l'occasione, l'anello dei suoi sogni. Progettato dalla free-lance *Mariam Farooq*, nata a Londra e cresciuta a Los Angeles, prende il nome da un termine usato nel settore pubblicitario, una sigla che sta per *For Print Only* o *For Placement Only*. Questa "fascetta pre-nozze" diventa un segno che indica le buone intenzioni del fidanzato, in attesa di ricevere l'assenso, (forse) per sostituirlo con un solitario. Un accessorio temporaneo, ma denso di significato. Ogni anello è realizzato in ottone lucido (massiccio) ed è disponibile in una bella custodia di velluto nero al modico prezzo di 35 dollari.

Per concludere questa riflessione sulla dialettica **ipermateria/ smaterializzazione** indichiamo alcune dimensioni strategiche che caratterizzeranno il prossimo futuro:

- il territorio delicato tra matericità e presenza tecnologica si confermerà uno straordinario laboratorio di ispirazione estetica;
- l'elemento chiave di qualità del progetto risiederà nell'emozione fruitiva che ad esempio trasforma il touch in funzione;
- la sottile frontiera tra l'interno e l'esterno della materia, costituirà una rilevante dimensione di sperimentazione progettuale, come in biologia;
- le estetiche emergenti, in tutte le dimensioni del progetto, si avvicineranno sempre più alla logica della conoscenza e competenza nei processi, pur conservando la magia della percezione.