

# La presenza nascosta: niente forma, solo funzione

di Francesco Morace

**N**on 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 la dimensione digitale per amplificare il commercio e la vita reale. Il profondo cambiamento in atto che coinvolge il mondo del quotidiano e del consumo, della distribuzione e della vendita, ridefinisce infatti i valori della "realtà" e propone una dinamica che si esprime in termini di presenza tangibile - da un lato - e di magia funzionale e presenza nascosta, dall'altro. I territori commerciali ma anche le esperienze quotidiane delle persone "normali" si so-

**The hidden presence si configura come punto di arrivo di una semplificazione dei segni, che amplifica le caratteristiche più rilevanti del prodotto**

no infatti orientate in questi anni all'esplorazione fisica e nello stesso tempo digitale, ridefinendo il tema della vendita. Da un lato ci si concentra sulla presenza tangibile, come abbiamo spiegato lo scorso mese su Mark Up con la tendenza Solid Inside.

**Sparisce la forma resta l'essenzialità**

In questa dinamica un ruolo mol-

to importante viene infatti giocato dal tema della smaterializzazione, attraverso la ricerca di un'essenzialità che fa emergere gli aspetti più funzionali ed emozionali dei prodotti, 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 che in termini di opportunità. In questo contesto di intangibilità, tuttavia emerge lo stesso identico desiderio di sostanza e concretezza che abbiamo analizzato nella tendenza Solid Inside, con la differenza che attraverso la smaterializzazione, ci si concentra sulla magia funzionale degli oggetti.

**Estetica nuova**

Entriamo così nella dimensione della Hidden Presence che esplora il tema proponendo un'estetica nuova, potente, privilegiando il significato e la funzione dei prodotti, piuttosto che la loro forma. Questa sensibilità progettuale ed



**Tilt. Non sono disegni sul muro, ma...**

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».



**FPO. Fidanzamento messo a nudo**

Le piacerà? E se è troppo piccolo? L'anello di fidanzamento FPO risponde a queste domande, che sorgono spontaneamente appena un uomo 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.





## Snake&Molting. I pantaloni con mutazione

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.

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 di vendita 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 come sempre alcuni esempi nell'ambito dell'arredo, dell'abbigliamento e della gioielleria, che sottolineano l'impermanenza, la dissolvenza, la temporaneità e quindi la presenza nascosta. ■

### SI VA VERSO QUESTO FUTURO

Per concludere questa riflessione sulla 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 dei prodotti risiederà nell'emozione fruitiva che ad esempio trasforma il touch in funzione;
- la sottile frontiera tra l'interno e l'esterno del prodotto, costituirà una rilevante dimensione di sperimentazione progettuale, come in biologia;
- le estetiche emergenti, in tutte le dimensioni del prodotto e della sua vendita, si avvicineranno sempre più alla logica della conoscenza e competenza nei processi produttivi, pur conservando la magia del loro consumo.