

Op.crit.

selezione della critica d'arte contemporanea

Il mestiere di architetto: prospettive per il futuro - *Téchne* e progetto d'architettura - Riflessioni sulla 57^a Biennale di Venezia e Documenta 14 a Kassel - Didattica e design, dal learning by doing al learning by design - La rivista «October»: temi e nuclei teorici - Libri, riviste e mostre

Grafica Elettronica

Op. cit.

Selezione della critica d'arte contemporanea

Op.cit.

rivista quadrimestrale
di selezione della critica d'arte contemporanea

Direttore: Renato De Fusco

Comitato scientifico

Philippe Daverio
Kenneth Frampton
Giuseppe Galasso
Vittorio Gregotti
Juan Miguel Hernández León
Aldo Masullo
Vanni Pasca
Franco Purini
Joseph Rykwert

Comitato redazionale

Roberta Amirante
Pasquale Belfiore
Alessandro Castagnaro
Imma Forino
Francesca Rinaldi
Livio Sacchi
Alberto Terminio
Segretaria di redazione
Emma Labruna

Redazione: 80123 Napoli, Via Vincenzo Padula, 2
info: +39 081 7690783 - *fax:* +39 081 7705654
e-mail: rendefus@unina.it - elabruna@unina.it

Amministrazione: 80128 Napoli, Via B. Cavallino, 35/G
info: +39 081 5595114 - +39 081 5597681
e-mail: info@graficaelettronica.it

Abbonamento annuale: Italia € 50,00 - Estero € 70,00
Un fascicolo separato: Italia € 18,00 - Estero € 25,00
Un fascicolo arretrato: Italia € 20,00 - Estero € 27,00

Grafica Elettronica

L. SACCHI	<i>Il mestiere di architetto: prospettive per il futuro</i>	5
M. NASTRI	<i>Téchne e progetto d'architettura</i>	19
A. TRONCONE	<i>Riflessioni sulla 57^a Biennale di Venezia e Documenta 14 a Kassel</i>	31
P. NUNZIANTE	<i>Didattica e design, dal learning by doing al learning by design</i>	42
M.G. MANCINI	<i>La rivista «October»: temi e nuclei teorici</i>	51
	<i>Libri, riviste e mostre</i>	65

Alla redazione di questo numero hanno collaborato: Alessandra Acocella, Carla Langella, Angela Pecorario Martucci, Dario Russo, Alberto Terminio.

e reintegrato in un nuovo contesto. È come se nulla appartenesse mai esclusivamente a un tempo storico, ma anzi si dilatasse più o meno impercettibilmente, sfibrandosi in declinazioni che lo fanno apparire di volta in volta nuovo. Un labirinto, tuttavia, che trova nella continuità un elemento di connessione tra gli elementi eterogenei e consente, così, di mappare concetti e pensieri visivi.

Il ritratto di Mendini, che emerge dalla lettura del testo non risulta tanto quello **dell'inesausto creatore di icone a getto continuo**. Irace sceglie, piuttosto, di rappresentare il designer milanese nell'abito più veritiero di un Arlecchino contemporaneo: caleidoscopio o patchwork di ritagli e frammenti recuperati dalla memoria. Immaginandolo così: **chino sul baule dei ricordi come un artigiano sulla cesta degli scarti del suo lavoro, riposti in un angolo e mai abbandonati, perché buoni per possibili usi futuri**. In questo consiste il senso del suo singolare progetto: **nell'estrarli di volta in volta per riannodarli uno con l'altro, noncurante dei colori contrastanti, fino a ridurli a un unico, infinito filo**. Quello che serve a tessere la stoffa di Arlecchino: **"ironica e tragica"**.

A. P. M

F. CELASCHI, *Non industrial design. Contributi al discorso progettuale*, Luca Sossella Editore, Vignate (MI) 2016.

È un'analisi attenta e molto attuale, quella di Flaviano Celaschi,

sulla figura del designer e sul design: una disciplina che mai come in questo momento ha goduto di consenso e di attenzione nella società contemporanea, non di un'accoglienza di esperti e annoiati analisti o professionisti del progetto, ma della società intesa come un **"noi plurale ed esteso"**. Ciò accade perché il design è una disciplina che va affiancata: **chi sa solo di design non sa niente di design** è l'anonima citazione che introduce il libro.

Nelle prime pagine, introducendo il discorso progettuale contemporaneo, Celaschi offre una bella definizione di design: **è il nome che diamo all'esigenza dell'uomo contemporaneo di modificare la realtà attraverso l'esercizio progettato del possibile**. Design è una forma d'intelligenza, individuale e collettiva, che dà senso al futuro, mutando la situazione esistente in una situazione migliore (Herbert Simon). Certamente il design è l'arte dell'anticipazione: la capacità di formulare delle ipotesi di futuro, di configurare uno scenario desiderato.

Collegato a questa proiezione sul futuro, tema cruciale, è quello della ricerca: un'attività strettamente legata al design in quanto **non esiste progetto senza ricerca sulla realtà**. Per l'autore ci sono due traiettorie di ricerca tipiche del designer: la **ricerca continua**, rappresentata da una retta infinita, la naturale inclinazione del designer (non può farne a meno), e la **ricerca meta progettuale**, rappresentata da un segmento, che corrisponde a un obiettivo specifico, a una commessa e a una deadline. Mentre

quest'ultima è ciò che il designer fa per guadagnare (una prestazione professionale) o per raggiungere un certo traguardo prefissato (ricerca applicata), la ricerca continua è ciò che caratterizza il designer ontologicamente, un'inclinazione naturale, qualcosa che fa da default: la ricerca sui nuovi materiali, sull'evoluzione dei processi di lavorazione, sul comportamento dei consumatori ecc.

Il libro, dunque, mette a fuoco la fisionomia del designer ricostruita attraverso tre temi cardinali che stanno alla base del discorso progettuale contemporaneo: l'anticipazione del futuro con metodi scientifici, lo studio del corpo come materia prima di progetto, il ruolo della creatività nei processi progettuali culturali, perché il design non riguarda tanto oggetti belli e funzionali quanto **i meccanismi processuali che stanno dietro agli oggetti materiali e immateriali che noi consideriamo belli e funzionali.**

La necessità di modificare il proprio habitat, costruire gli oggetti più sofisticati e tecnologicamente avanzati, dai computer alle navicelle spaziali, comincia ovviamente dalla materia più basilica che abbiamo a portata di mano, fin da subito, nel momento in cui veniamo al mondo: il nostro corpo. Non si tratta evidentemente delle abluzioni o dei mille gesti "estetologici" che compiamo ogni mattina davanti allo specchio ma del progetto di noi stessi ovvero del nostro corpo sapientemente designed: **"il prodotto per antonomasia" dell'intelligenza, della volontà, delle culture umane e delle esigenze ambientali e sociali. [...] il più completo e sistematico campionario di**

obiettivi, forme, tecniche, materiali, che ci sia mai stato offerto dalla storia [...] "modello" di ogni possibile trasformazione già tentata, dall'homo sapiens in poi, nel suo incedere multi-millenario dell'evoluzione. In breve, per quanto una scimmia possa usare strumenti perseguendo obiettivi pratici, non rivolgerà mai la sua operatività sul proprio corpo. "Il papua decora il suo braccio", affermava Adolf Loos; la scimmia, no. E questa cruciale differenza – il corpo come prodotto – rende l'uomo un "individuo tecnico", *faber*, artigiano, designer, perché **design è laddove c'è un corpo che muta**, con estensione al fashion (design) e al gioiello – sempre in relazione col nostro corpo – fino alle più evolute tecnologie; anzi alla **capacità del nostro corpo di assimilare la tecnologia introiettandola sotto ai propri tessuti per aumentarne le performance tradizionali, percettive, sensoriali, di monitoraggio, di assistenza, protesiche.** Del resto, il corpo è inalienabile, fare design è tenere sempre l'uomo al centro del progetto e saper sfruttare la **necessità continua di trasformazione della realtà, anche e soprattutto a partire dal proprio corpo.**

Per quanto riguarda il tempo come dimensione del progetto, come recita il titolo del secondo capitolo del libro, è evidente che **il designer usa il futuro da sempre: è quella dimensione nella quale si avverano i progetti.** Si tratta dunque di acquisire conoscenza scientifica sul fenomeno che chiamiamo futuro e come condividere e rinforzare la no-

stra consapevolezza sull'uso di strumentazioni e processi che ci permettono di operare sul futuro come fenomeno. Ora, se è vero com'è vero che il passato dipende dal presente, nel senso che – lo dico come storico del design – i fatti storici non arrivano mai in forma pura ma sempre riflessi nella mente dello storico, è forse vero che il presente dipende dal futuro e non viceversa, come comunemente si pensa, se ci riferiamo al design. Per innovare bisogna infatti immaginare, non fantasticare a briglia sciolta, ma configurare sapientemente, avere una visione. Senza una (pre-)visione o prefigurazione, che non può essere appiattita su quello che c'è al momento, non si può far altro che **interrogare il presente, ascoltando il cliente e osservando l'azione svolta dai competitori attivi (*benchmarking*) ai quali è necessario allinearsi per non incorrere in ingiustificati ed elevati rischi di investimento. Il risultato di cinquant'anni di marketing è sotto gli occhi di ognuno di noi: ogni prodotto si assomiglia fortemente e nessun consumatore ha mai suggerito al produttore un'innovazione discontinua rispetto al presente che vive.** In quanto designer, siamo dotati di spiccata immaginazione e di una certa capacità di anticipazione sul futuro (progetto) attraverso l'osservazione sistematica e analitica sul presente (ricerca). La nostra "arte" non si esplica in valori numerici oggettivi, in tabelle o in grafici per addetti ai lavori, come nel caso dei micro-economisti e degli ingegneri. Il designer analizza, sintetizza e rappresenta scenari possibili con

competenza e cognizione: è il professionista che per capacità di osservazione dei comportamenti e delle interazioni con le tecnologie, per ricchezza e proprietà dei linguaggi espressi in sintesi della realtà, per capacità di costruzione di un immaginario verosimile e intriso di oggetti e di componenti realistici, si pone nella scena contemporanea come l'interlocutore più attendibile e competente. Nondimeno, per incidere significativamente, quanto più diventa complesso il progetto tanto più il designer ha bisogno di confrontarsi con altri professionisti o **demiurghi**, come li chiama Celaschi, relazionandosi con il sistema scientifico, culturale e artistico, perché il compito del designer è quello di stare in squadra con altri demiurghi che svolgono parti del processo altrettanto imponenti e importanti: collaborare e integrare le proprie competenze e partecipare così a un sistema di lavoro articolato, temporalmente importante.

In questa prospettiva, l'autore rilancia il concetto di "Advanced design", attività in grado di generare innovazione ampia e condivisa con un rilevante numero di risorse in un tempo medio-lungo. Tale concetto può essere espresso come un quadrifoglio, citando il noto "artificio storiografico" di Renato De Fusco per definire la fenomenologia del design (progetto, produzione, vendita, consumo). Come spiega Celaschi, i quattro punti fondamentali dell'Advanced design sono: il medio-lungo periodo, la lunga distanza, in contrapposizione all'obsolescenza programmata (pseudo-strategia perversa e irri-

spettosa del pianeta), **per congetturare intorno a mutamenti [...] che possono investire condizioni sociali, economiche e comportamentali che con il presente potrebbero avere poco a che vedere e per indirizzare l'attenzione del progettista rispetto a condizionamenti della continuità scontata del sistema che aprono spiragli di cambiamento che altrimenti non potrebbero aprire; l'estensione territoriale agevolando l'azione del ricercare innovazioni potenziali alla realtà facendosi ispirare da luoghi notevolmente distanti da quella nella quale opera il committente o nella quale il designer si è prefigurato di agire; una certa attitudine open-source, la condivisione della ricerca – continua –, come se il contenuto della ricerca, anzi la materia stessa della ricerca fosse il testimone da consegnare per raggiungere un ulteriore punto di avanzamento, all'infinito, perché è solo producendo innovazione in continuo e producendola senza immaginare sempre e solo un prodotto finale, ma singoli componenti, processi, parti, dispositivi [...] che si può innescare un processo di innovazione di portata collettiva assai cospicua; la mancanza di un cliente, di un committente, di un obiettivo specifico, in quanto l'obiettivo è l'innovazione stessa, e la ricerca continua è un modo di essere, l'attitudine naturale del designer, dicevamo.**

Ma quand'è che quest'attitudine naturale si rivela quanto mai necessaria? Quando si affermano nuove tecnologie e occorre quindi un'interfaccia in grado di umanizzarle; perché questo fanno, i designer: progettano inter-

facce, spontaneamente, perché sono affetti da una sorta di "malattia di progetto". La peculiarità del designer rispetto ad altri progettisti o analisti che pure elaborano scenari futuri è la capacità di prefigurare creativamente: la creatività che diventa innovazione, oggetto del terzo e ultimo capitolo. Ecco perché il designer non è sostituibile da un modello efficace [...] ha l'onere e l'onore di poter/dover progettare il proprio percorso a ogni progetto, adottando la strada più interessante e meno dispendiosa per raggiungere gli obiettivi dati tenendo in altissima considerazione che egli stesso è il fenomeno attraverso il quale tenta di modificare in modo soddisfacente la realtà. Ciò, ovviamente, non vuol dire che il designer non abbia un metodo, ma che il suo metodo dipende da una visione di per sé soggettiva, e non può essere oggettivamente predeterminato. Quel che è certo è che in ciascuno dei comportamenti del designer, dall'analisi del problema all'osservazione della realtà, dalla valutazione del progetto fino al collaudo, esiste la creatività che dobbiamo intendere [...] come l'attitudine ad agire ponendo se stesso nell'azione medesima.

Il saggio di Celaschi si chiude con una postilla critica: "Una fiaba mitologica" animata da due fratelli: Prometeo (colui che pensa e riflette prima di agire) e Epimeteo (colui che riflette solo dopo aver agito). Il primo, osservando e valutando, riesce a imporre il suo dominio sulla realtà; ma ciò provoca non pochi effetti collaterali: **La *hybris* del progetto e i primi successi gli danno il**

“fuoco”, si riempie di orgoglio e di arroganza e si immagina un super uomo, potente come un dio. Fa di sé il centro del mondo e riempie di proprie opere la terra e gli uomini. Così Zeus lo punisce: il modello del designer genio-creatore (passando dal mito greco al Rinascimento) entra in crisi; e Prometeo si rende conto che conviene condividere il fuoco con suo fratello, per riflettere sulle conseguenze disastrose delle sue azioni. Comincia qui la dimensione partecipativa del design: la consapevolezza, da parte di Prometeo, che coinvolgere gli uomini nel suo progetto giova, perché una gran quantità di persone spingerà con lui nella stessa direzione desiderata e co-progettata, accrescendo il valore e aumentando le possibilità (di successo). Si delinea così un quadro “mitologico” che riassume la situazione attuale del design attraverso quattro momenti fonda-

mentali: la forte personalità del progettista che non deve precipitare nel delirio di onnipotenza; la capacità di relazionarsi con gli altri, di mediare gli interessi e condividere i processi di progettazione; la necessità, da parte del designer quale esperto del progetto, di dialogare con le scienze, traendo immenso vantaggio operativo e accrescendo sempre più il suo sapere; la strategica e sistemica arte di mettere tutto in sinergia per produrre risultati di gran lunga più convenienti ed “eco-logici”. Fatto ciò, gli dei sono contenti e premiano Prometeo accogliendolo nei fertili campi dell’Olimpo. Ed è lì che si trova adesso, infondendoci una piccola scintilla di luce celeste, la coscienza progettuale, e guidandoci nella ricerca – costante – della fiamma che illumina ma non inquina.

D. R.