

Luigi Patitucci

CONDOM, COMMON & REFUEL DESIGN

Il design scatola del sogno e del bisogno




MALCOR D'
EDIZIONE

Condom, Common & ReFuel Design
Il design scatola del sogno e del bisogno

Luigi Patitucci

Un cubista del concetto

© Dario Russo

ISBN 9788897909477

I edizione **xx** 2018

© 2018 Malcor D' s.r.l.

via Giovannino, 7

95126 - Catania

info@malcor.it

www.malcor.it

Graphic designer

Giorgia Di Carlo

Progetto grafico e illustrazione di copertina

Fabio Consoli

Finito di stampare nel mese di **xx** 2018

presso Digital Team, Fano

La presente opera di carattere scientifico divulgativo si avvale del diritto di citazione, per testi e immagini, ai sensi dell'art. 70 della Legge sul Diritto d'Autore e dell'art. 10 della Convenzione di Berna, in accordo agli artt. 9 e 21 della Costituzione Italiana e nello spirito del *fair use* anglosassone.

Con il patrocinio di

ADI ASSOCIAZIONE
PER IL DISEGNO
INDUSTRIALE

Un cubista del concetto di <i>Dario Russo</i>	9
Il design, scatola del sogno e del bisogno	17
Common design	29
Condom Design	37
Refuel Design	51
Gang bang suite	89
Riferimenti Iconografici	113
Bibliografia	117

UN CUBISTA DEL CONCETTO*

di Dario Russo



< Piero Fornasetti, *Tronco femminile*,
anni 60, (*Kama. Sesso e design*, Triennale
di Milano, 2012)

Leggere Patitucci non è facile. Scherzosamente (ma non troppo), gli ho detto che è un'artista: un cubista del concetto. Ebbene sì, egli affronta un argomento attraverso una moltitudine di punti di vista, che rende il ragionamento caleidoscopico. Qualcuno forse si troverà a proprio agio, concedendosi una lettura scorrevole dalla prima all'ultima pagina, ma io ho preferito leggerlo così: saltando da un tema all'altro, random. Allo stesso modo, commento il testo: rilevando qua e là ciò che mi sembra interessante o che m'incuriosisce.

Un primo punto su cui Patitucci torna spesso, girandoci intorno e centrandolo con la precisione dello 0,1, è il valore immaginifico del design o, se vogliamo, simbolico, semantico, estetico ecc. *“Il design inizia dove finisce la funzione”*, ha detto qualcuno; fatto sta che l'oggetto d'uso (design) non si esaurisce nell'uso, che è ciò per cui viene fatto, ma rimanda a qualcos'altro, che ha poco o nulla di funzionale. *“L'uomo ha bisogno di chiaroscuri, di zone d'ombra, di sogno, di mistero”*, si legge tra le simpatiche citazioni riportate dall'autore.

Il design non si risolve più nell'oggetto “perfetto”, “assoluto”, fatto per durare nel tempo, tecnologicamente avanzato ed esteticamente pregno, com'è stato per gran parte del Novecento. Oggi, il principio commercialmente irrinunciabile dell'obsolescenza programmata dei prodotti impone che le cose debbano durare poco, il meno possibile, per essere più velocemente vendute e comprate. Il design dunque – la qualità progettata – si riduce a qualcosa di programmaticamente effimero: piccole cose pensate per durare poco, gadget. *“La sigaretta è il prototipo perfetto di un piacere perfetto. È squisita e lascia insoddisfatti”*, diceva Oscar Wilde. E proprio come la sigaretta, questi piccoli oggetti – che



1.

Andrea Branzi ha definito design «debole» – lascia un po' a desiderare, perché il desiderio è l'anima del commercio. Molti – troppi – prodotti traghettati all'interno del cosiddetto design «sono più gadget che oggetti veri e propri, con bassissimi livelli di servizio [...] che, attraverso la promessa del dono di una condizione permanente di piacere, non fanno altro che rappresentare e realizzare la stessa assenza del piacere stesso [...] È quello che Slavoj Žižek ha definito “godimento decaffeinato”, un godimento che è parvenza del godimento, imitazione del godimento. Qualche esempio? Beh, la e-sigaretta, la Coca Cola Light (o decaffeinata, o Coca Zero calorie), la Maionese Light, senza colesterolo, ecc.». Che senso ha? Una cosa la si fa o non la si fa: non ci sono scorciatoie per il piacere (materiale), neanche col design. “Vi capita mai di chiedervi quand'è che Dio tornerà sulla terra con una vagonata di salsa barbecue?”, leggiamo ancora tra le citazioni riportate da Patitucci.

A questo proposito, un ambito in grande espansione è il sex (design) toy.

Del resto, considerata l'onnipresente espansione del design in quasi tutti i settori merceologici (dal casco allo spazzolino), l'oggetto erotico vi rientra a pieno titolo in quanto protesi sensuale e veicolo estruso del desiderio. Qualche anno fa – descrivendo Il design dei nostri tempi nonché Il lato oscuro del design – rilevavo l'attività di famosi designer come Karim Rashid, dedito alla progettazione d'un intero sexy shop (Fun Factory, Berlino 2011), di aziende come Louis Vuitton, che regala preservativi interamente griffati nelle sue prestigiose borse (Louis Vuitton condom, progettato da Irakli Krizia in occasione del World Aids Day nel 2011), d'importanti istituzioni culturali come la Triennale di Milano, che

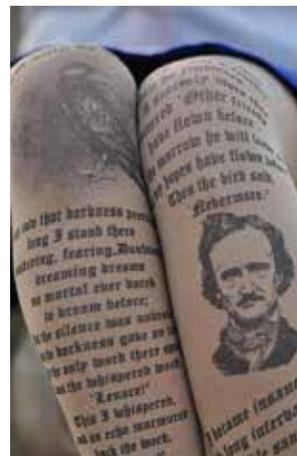
1. Louis Vuitton, condom, World Aids Day, 2011
2.

¹ Per approfondimenti, cfr. Dario Russo, *Il design dei nostri tempi. Dal postmoderno alla proliferazione dei linguaggi*, Milano, Lupetti 2012, pp. 25-26; e id., *Il lato oscuro del design*, Lupetti, Milano 2013, pp. 83-87.

organizza una mostra su “*Kama. Sesso e Design*” (2012)¹. Tanto per fare un esempio patitucciano, consideriamo il caso della lampadina *Eurocondom* di Ingo Maurer (2009), contraddistinta – guarda caso! – nel cappuccio in silicone opacizzante di colore bianco lattiginoso.

Il problema, però, non è soltanto estetico ma anche etico; e non si tratta qui di morale. Se la realtà è in sé banale, disorganizzata e bisogna dunque (ri) progettarela (di volta in volta), bisognerebbe fare una riflessione sugli effetti sociali, oltre che ecologici e culturali, del design. Più precisamente: se il designer abdica al suo ruolo di intellettuale tecnico, che esercita una costante tensione verso la definizione di un mondo (socialmente) migliore, e si riduce a configuratore (comunicatore, operatore “culturale”) al servizio delle multinazionali, la qualità progettata assume la forma di una moneta, e il valore delle cose finisce per coincidere col loro costo; un costo – ahinoi – che pesa sulla società e sul pianeta più di quanto sia realmente sostenibile. Ribadisce Patitucci: «i designer devono essere ben consapevoli, di non dover prendere le parti di tutti coloro che continuano a mettere in atto, con accanimento terapeutico, ennesime operazioni di umanizzazione di una bestia capitalista [...] Una bestia che assume connotazioni antropomorfe sempre più caratterizzanti, portatori di una ferocia inestirpabile e che, come ultima conquista evolutiva, ha persino conseguito il prezioso ed insostituibile dono della parola, facendo parlare direttamente i mercati, come fossero esseri viventi. [...] Una bestia che si dirige a passo spedito, nella direzione della demolizione di ogni prospettiva democratica delle nostre società».

Un tempo non era così, anche il rivenditore “del



2.

design” – quello serio – tendeva a diffondere la cultura del progetto; era un punto di riferimento, all’interno di quel “cerchio della fiducia” tanto caro a Robert De Niro nel film *“Ti presento i miei”*. Uno per tutti – anzi l’unico – è Tito D’Emilio, caro tanto a me quanto a Patitucci, che guadagna, nel 2008, il Compasso d’Oro alla carriera con questa motivazione: «Autodidatta metodico e rigoroso, animato dalla passione per il bello e affascinato dall’innovazione, sin dalla fine degli anni Sessanta ha saputo fare del suo negozio di Catania un punto di riferimento per il mercato italiano del design. Il suo lavoro caparbio di mercante coraggioso e di divulgatore, portato avanti in condizioni geograficamente sfavorevoli, ha contribuito a far conoscere e apprezzare le migliori aziende e i migliori prodotti italiani, assai prima che addivenissero alla notorietà». Ecco un esempio da seguire, tanto più qui in Sicilia, in condizioni geograficamente sfavorevoli, dove operano designer e critici del design come Patitucci, cubisti del concetto, che hanno il merito – o il demerito – di cambiare le carte in tavola, offrendo spunti tutt’altro che convenzionali.



* Professore Associato Scuola Politecnica Università di Palermo Dipartimento Architettura, Cattedre di Teoria e Storia del Design, Laboratorio di Disegno Industriale.