

# KISS KITSCH GOODBYE

I fenomeni contemporanei dell'autoproduzione  
"Low tech processes design"

POLITECNICO DI MILANO  
FACOLTÀ DEL DESIGN  
DESIGN DEL PRODOTTO PER L'INNOVAZIONE  
TESI DI LAUREA MAGISTRALE

*relatore:* Flaviano Celaschi  
*autore:* Imma Pezzella  
*matricola:* 800532  
*anno accademico:* 2013/2014

# KISS KITSCH GOODBYE

I fenomeni contemporanei dell'autoproduzione  
"Low tech processes design"

# INDICE

## dei contenuti

<i>p_7</i>	<b>Abstract</b>	<i>p_113</i>	8.3 Il brutto di oggi. Il nuovo bello
<i>p_9</i>	English Abstract	<i>p_121</i>	<b>9. Dimentica il prodotto</b>
<i>p_13</i>	<b>01. Il bello e il brutto</b>	<i>p_122</i>	9.1 I “lavoratori della conoscenza”
<i>p_15</i>	1.1 Capire il brutto	<i>p_126</i>	9.2 L'estetica del processo
<i>p_17</i>	1.1 Riesci a riconoscere il brutto dal bello?	<i>p_128</i>	9.3 Casi studio
<i>p_21</i>	<b>02. Un problema di estetica</b>	<i>p_147</i>	<b>10. Progettare low-tech</b>
<i>p_22</i>	2.1 L'estetica oltre la bellezza	<i>p_148</i>	10.1 Il concept
<i>p_25</i>	2.2 Il brutto, una categoria estetica	<i>p_152</i>	10.2 Progettare il processo
<i>p_31</i>	<b>03. Il brutto nell'arte</b>	<i>p_159</i>	10.3 Kiss Kitsch Goodbye
<i>p_32</i>	3.1 Il periodo classico	<i>p_162</i>	<b>11. Indici</b>
<i>p_34</i>	3.2 Il Cristianesimo	<i>p_164</i>	Bibliografia
<i>p_36</i>	3.3 Il riscatto romantico del brutto	<i>p_166</i>	Sitografia
<i>p_39</i>	3.4 Il Moderno e il contemporaneo	<i>p_170</i>	Indice delle figure
<i>p_45</i>	<b>04. Estetica e design</b>		Indice degli schemi
<i>p_46</i>	4.1 Estetica e design nel tempo	<i>p_181</i>	<b>12. Ringraziamenti</b>
<i>p_51</i>	4.2 Critica del bello e del brutto design		
<i>p_57</i>	4.3 Le rivoluzioni del gusto		
<i>p_61</i>	<b>05. Il Kitsch</b>		
<i>p_62</i>	5.1 Il “cattivo gusto” , il brutto che piace		
<i>p_67</i>	5.2 Il Neo Kitsch: la rivalutazione del Kitsch		
<i>p_73</i>	<b>06. Il Postmodernismo</b>		
<i>p_74</i>	6.1 Le forme estreme del postmodernismo		
<i>p_79</i>	6.2 La fine dell'innocenza		
<i>p_83</i>	<b>07. Forma, materia, simbolo</b>		
<i>p_84</i>	7.1 Che cos'è il brutto design		
<i>p_87</i>	7.2 Forma, materia e simbolo		
<i>p_101</i>	7.3 Il valore estetico del brutto		
<i>p_104</i>	7.4 Il “Bad Taste” di Pazaurek		
<i>p_107</i>	<b>08. Nuove estetiche contemporanee</b>		
<i>p_108</i>	8.1 Design e arte		
<i>p_111</i>	8.2 Oltre il marketing		

## Abstract

---

Un'indagine sull'estetica ed i meccanismi che la influenzano. Comprendere la potenziale forza espressiva di ciò che si distanzia dai canoni estetici vigenti in un dato momento storico, in una data società. Osservare come il brutto del passato venga a poco a poco incorporato dal gusto dominante, raggiungendo così l'altare del bello. Notare i moti inverosimili della moda, che come un serpente che si morde la coda, torna a voltarsi indietro, riguardando a quel brutto che aveva lasciato alle spalle, per riscoprirlo ed apprezzarne finalmente le qualità. La storia estetica ha visto l'essere umano allontanarsi da un'idea assoluta di bellezza, e avvicinarsi ad altre categorie: l'interessante, l'intrigante, il comico, il diverso, il brutto. Nel corso della mia ricerca sono state studiate le categorie estetiche, i concetti e la storia. Particolare attenzione è stata data a quei momenti del design e dell'arte in cui il canone di bellezza veniva scosso dall'entrata di elementi di categorie nuove che prima erano considerate brutte. Individuare un parallelo tra arte e design. Entrambi espressione estetica, aldilà della natura differente, essi modellano il mondo visivo e formale in cui l'uomo vive. Come l'arte ha superato le regole dell'Accademia, così pure il design (o almeno una parte di esso) si sta svincolando dagli ideali costituiti del bel design, a partire dagli anni del postmoderno fino ai giorni d'oggi, passando per la cosiddetta designart. La performance nell'arte e il processo nel design: due modi diversi per esprimere una nuova estetica. L'arte contemporanea non può essere apprezzata se prima non preceduta da un contatto cognitivo, allo stesso modo anche il design più attuale rimane incompreso se non si conosce il processo che l'ha portato alla luce. Questo percorso mi ha condotto a conoscere le estetiche più recenti del design, lontanissime dai canoni tradizionali di bellezza del prodotto industriale finora affermato. Al centro dell'attenzione estetica non c'è più soltanto l'artefatto finale ma il processo stesso, perché diverso, nuovo e, soprattutto, spettacolarizzato. Questa nuova generazione di designer sta definendo nuovi canoni di bellezza, basati non tanto sull'apparenza formale o funzionale dell'oggetto, ma su significati segnici, che non sono immediatamente percepibili, ma possono essere apprezzati solo mediante un'azione di conoscenza.

## Abstract

---

The aesthetic history has seen the human being away from an absolute idea of beauty, and get closer to other categories: the interesting, the intriguing, the comedian, the different, the ugly. Fashion can be defined as a snake biting its tail looking back at that ugly that had left behind, to finally rediscover and appreciate the quality.

In the course of my research I have studied aesthetic categories, concepts and history. Particular attention has been given to those moments of design and art in which the canon of beauty was shaken by the entry of elements of new categories that were considered ugly.

I have looked for a parallel between art and design.

They affect the way men live.

The way art has overcome the rules of the Academy, as well as the design (or at least part of it) which is releasing the ideals of the beauty of it, from the years of the postmodern up to the present day, passing for the so-called designart.

Performance art and the process design: two different ways to express a new aesthetic.

Contemporary art cannot be appreciated without first being preceded from a cognitive contact, in the same way also the most current design remains misunderstood if you do not know the process that has brought it to light.

This path has led me to know the aesthetic of the latest design, far removed from traditional norms of beauty product industry so far held. The focus of aesthetics is no longer on the final artifact but the process itself, because it's different, new and spectacularized.

This new generation of designers is setting new standards of beauty, not based so much on formal appearance or functional object, but on the meanings of symbols, which are not immediately perceptible, but can be appreciated only by action of knowledge.

*“Il brutto è sempre stato considerato l'ombra del bello.”*  
Remo Bodei

The word "BELLO" is rendered in a bold, pink, sans-serif font. It is set against a background of black and white diagonal stripes. A thick, black shadow of the word is cast behind it, creating a 3D effect. The stripes are slightly curved, following the shape of the letters.

IMG 1

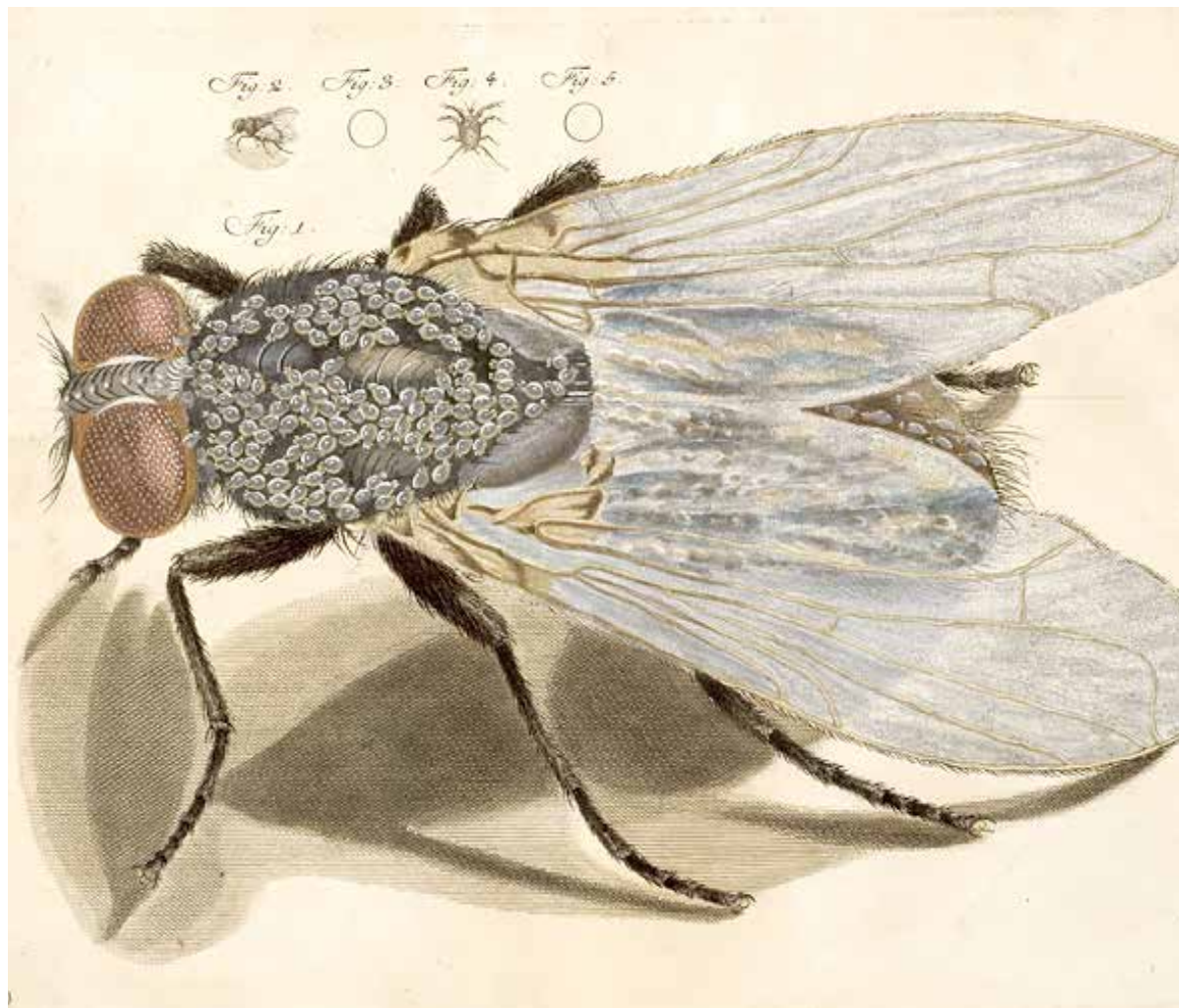


IMG 2

*“...parlare della bruttezza è come cercare di  
acchiappare un'anguilla, è un'idea molto scivolosa.”*

Stephen Bayley

# 1 Il bello e il brutto



IMG 3

1  
Enciclopedia Treccani

IMG 1  
Illustrazione ispirata alla frase  
di Remo Bodei

IMG 2  
Illustrazione di "Anguilla",  
Lettera D.

IMG 3  
Disegno di Mosca,  
Christian Gottlob Wintersch-  
midt, 1765

## 1.01

### Capire il brutto

Il diretto contrario di bello, questo è il brutto, o almeno così è se vi pare: perché, in fondo, siamo davvero sicuri che il brutto e il bello siano come due binari paralleli, che non s'incontrino mai? E se invece a un certo punto s'incrociassero per raggiungere la medesima auspicata destinazione dell'estetico: la terra dell'interessante, dell'anti-banalità, del nuovo e dell'originale?

La parola *brutto* definisce ciò che provoca un'impressione estetica sgradevole, perché difettoso, sproporzionato, privo di grazia o per altre ragioni spiacevole.<sup>1</sup>

Tanti sono i sinonimi che vengono accostati all'aggettivo brutto: antiestetico, disarmonico, malfatto, sgradevole, sgraziato, spiacevole, abominevole, deforme, disgustoso, orribile, repellente, repulsivo, schifoso, sconcio, stomachevole, terribile, terrifico.

Con la stessa parola possiamo esprimere un giudizio di natura differente, il più delle volte è di tipo estetico ma spesso si utilizza per indicare una valutazione etica: per esprimere la cattiveria, stati di salute particolarmente cattivi, la brutalità di alcuni gesti o componenti corporee; si utilizza spesso come un sinonimo di *cattivo*. Anche in inglese *brutto* non è unicamente un aggettivo estetico: *ugly* deriva dalla parola norrena *uggligr*, che significa "aggressivo".

Per secoli il brutto è stato pensato in contrapposizione al bello, in una posizione di subalternità come se quest'ultimo avesse più diritto d'indipendenza dell'altro; mentre sul bello sono state scritte pagine e pagine di trattazione teorica, sul brutto niente fino alla metà dell'800.

Il brutto è esistito come parte della dicotomia brutto/bello, piuttosto che semplicemente come brutto in quanto brutto, interessante in quanto autonomo dal bello.

Nel corso dei secoli questa visione del brutto è cambiata, ed è importante rendersi conto di questi radicali cambia-



menti di prospettiva all'interno di ambiti più propriamente estetici a partire dalla storia dell'arte.

Fino a rendersi conto che quasi non importa neanche più l'autonomia della categoria del brutto rispetto a quella del bello, una volta che si è palesata questa verità l'uomo è passato oltre, e ha capito che forse chiedersi se è bello o brutto non ha più così tanta importanza, e il giudizio si sta spostando verso un nuovo interrogativo: mi piace o non mi piace?



IMG 4  
La basilica dei Santi Alessandro e Teodoro in Germania, costruita nel XVIII secolo in stile Rococò.

IMG 5  
Troll Dolls, creati nel 1959 della Dam Things, dal 2013 della DreamWorks



2  
*Ugly: The Aesthetics of Everything*, S. Bayley

## 1.02 Riesci a distinguere il bello dal brutto?

Siamo convinti di sapere distinguere il bello dal brutto. Ma siamo davvero sicuri che sia così?

Pensiamo ad uno spazio in stile *Rococò*, in cui ogni centimetro sia ricoperto da decorazioni in oro, putti e altri simili ornamenti. Ne saremmo affascinati o inorriditi?

La maggior parte di noi, vissuti nel XXI secolo, preferirebbe a questo una stanza semplice, con linee pulite e mobili in legno.<sup>2</sup>

Pensiamo alla folk art, le sue imperfezioni ci fanno rabbri-vidire o ci vediamo della bellezza?

È facile sentirsi disgustati da un oggetto, ma non lo è altrettanto quando si deve spiegare oggettivamente perché sia brutto. La maggior parte delle persone sono influenzate dal gusto predominante nella cultura e nella moda del loro presente, più precisamente della loro generazione, status sociale e gruppo etnico. È interessante notare che nel momento in cui bisogna esprimere un giudizio extrapolandosi dal contesto, e quindi questi fattori vengano a mancare, risulti quasi impossibile trovare una definizione del brutto che sia ampiamente riconosciuta.

Scrivere della bruttezza è molto difficile, come lo è scrivere della bellezza d'altronde. Nel 2012 lo studioso britannico di design Stephen Bayley, pubblica un libro chiamato *“Ugly: The Aesthetics of Everything”* – *Brutto: l'estetica di ogni cosa* -, e mentre lo scrive e approfondisce la ricerca estetica, scopre lui stesso quanto sia impossibile scrivere dell'idea di bruttezza, perché appena inizi questa comincia a svanire.

Così lo definisce come un libro di domande più che di risposte, affermando che parlare della bruttezza è come cercare di acchiappare un'anguilla, è un'idea molto scivolosa. Altrettanto complicato è progettare il brutto. Il critico britannico, ha infatti osservato quanto fosse difficile per gli studenti d'architettura disegnare un edificio che fosse

brutto, come gli era stato richiesto.

Spesso, infatti, il brutto non è voluto, o almeno il più delle volte si tratta del risultato di un errore.

Libri e studi riguardo la bellezza sono molti, pochi testi accademici, invece, indagano sulla bruttezza.

Il critico di architettura Robin Boyd scrive nel 1960 “The Australian Ugliness” circa l’architettura australiana, mentre nel 2007 Umberto Eco pubblica La Storia della Bruttezza, il quale, secondo Bayley parla dell’orrido, del grottesco, del mostruoso più che del brutto.<sup>3</sup>

Anche la scienza ha iniziato ad occuparsi del problema estetico; agli inizi degli anni novanta vengono poste le basi della neuroestetica, ossia un’area di ricerca che coinvolge le scienze cognitive e l’estetica e che affianca un approccio neuroscientifico alla consueta analisi estetica della produzione e della fruizione di opere d’arte.

La ricerca di una regola esatta per definire la bruttezza o la bellezza di qualcosa, è antica quasi quanto la generazione stessa dell’idea di queste. Già gli antichi matematici greci Pitagora ed Euclide avevano trovato un modello esteticamente gradevole che si trova spesso in natura: la sezione aurea. La stessa sequenza di Fibonacci è presente in diverse forme naturali (per esempio, negli sviluppi delle spirali delle conchiglie).<sup>4</sup>

Sicuramente ci sono molte architetture e prodotti di design che rispettano i numeri di Fibonacci e la sezione aurea, ma ci sono cose che troviamo gradevoli pur non rispettando queste regole.

Ma un mondo sopportabile all’uomo? Oppure sarebbe insopportabile per l’evidente miserabilità dell’essere umano nel confronto con infinita bellezza?

E se tutto fosse bello, e niente brutto, saremmo davvero in grado di riconoscere la bellezza?

Non sarebbe un mondo molto noioso quello in cui tutti gli uomini fossero belli come Brad Pitt, o se tutti gli oggetti fossero disegnati da Dieter Rams?

Sarebbe sicuramente un mondo meno vario, ed è risaputo

3

www.collectorsweekly.com

4

wikipedia

Cit.

W. Shakespeare, Sonetti,  
1609

*“Dalle più belle creature  
desideriamo procreazione,  
cosicché la rosa della  
bellezza non possa mai  
morire”*

che “il mondo è bello perché vario” e forse perché c’è anche un po’ di brutto!

Fondamentale allora che ci sia un conflitto estetico, che il brutto combatti col bello perché l’uomo non possa mai annoiarsi.

Le città europee tra il 1760 e il 1840 circa, cambiarono radicalmente: divennero puzzolenti, l’aria era irrespirabile per l’inquinamento delle fabbriche che vomitavano fumi e fuliggine. Le persone richiamate dalla forte domanda di manodopera industriale, accorsero dalle campagne per raggiungere questi agglomerati di appartamenti fatiscenti e insalubri, producendo una quantità di spazzatura nuova che non si sapeva dove buttare. La società stava diventando brutta.

Agli inizi i binari della ferrovia che penetravano nelle terre incontaminate devono essere sembrate delle diaboliche violazioni del paesaggio naturale. Simbolo della macchina per eccellenza il treno impersonava il mostro dell’epoca moderna, solo più tardi le macchine e il sistema ferroviario acquistano una loro propria estetica, una bellezza diversa da quella consueta.

Questo per dire che l’idea estetica non rimane mai fissa, ma è in continuo mutamento, perché è propria della natura delle cose generare emozioni tramite la loro apparenza, e l’emozione – dal latino *movere* – non è mai ferma, è in continuo movimento e mutamento: così l’uomo nel corso della sua esistenza può cambiare giudizio estetico, e allo stesso modo l’essere umano lo cambia nei decenni, nei secoli...

Allora il treno che prima poteva apparire come un dragone figlio di Mefistofele, diventa bello, splendente nella sua propria bellezza “dragonesca”, ossia meccanica.

In molti casi col tempo ciò che ieri appariva brutto oggi diventa bello. Si tratta di abitudine, di assuefazione al brutto? Esiste un giudizio universale che dura nel tempo, che non sia soggetto a un cambiamento?



IMG 6

*"...gli individui sono diventati insaziabili di novità..."*

Friedrich Schlegel

## 2 Un problema di estetica

---

## 2.01

### L'estetica oltre la bellezza

Per molto tempo estetica e bellezza sono coincise. Ancora oggi troviamo alcune definizioni come quella che segue: *“L'estetica è un campo della filosofia che si occupa della conoscenza del bello naturale, artistico e scientifico, ovvero del giudizio morale e spirituale.”*<sup>4</sup>

In realtà è una concezione abbastanza scorretta se si pensa al significato della parola estetica, che deriva dal greco αἴσθησις “sensazione” e dal verbo αισθάνομαι “percepire attraverso la mediazione del senso”<sup>4</sup>. È infatti originariamente un ramo della filosofia, che si occupava della conoscenza del mondo tramite l'uso dei sensi. Si riferisce a un sentire che non è esclusivamente piacevole, ma ad un sentire universale, che contempla quindi anche ciò che provoca una sensazione spiacevole.

Nell'antica Grecia il bello e il buono coincidevano, così come il brutto e il cattivo. Basta pensare agli eroi mitologici, come Achille che incarna il concetto di καλοκαγαθία, l'unità nella stessa persona di bellezza e valore morale, o al contrario come Tersite, che era brutto e dunque anche cattivo.

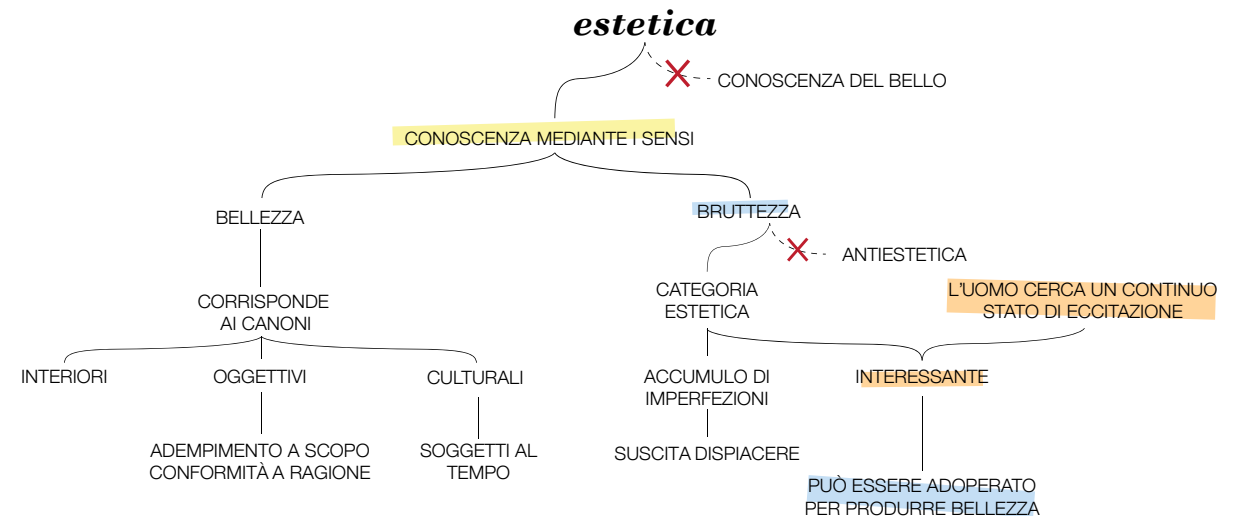
La percezione della bellezza avviene secondo dei canoni che possono avere dei riferimenti interiori e in questo caso si parla di canoni estetici innati, oppure dei riferimenti esterni, acquisiti per istruzione o per consuetudine sociale.

La bellezza oggettiva è definita come un insieme di qualità rispondenti a dei canoni, da kanon e significa regola, e viene percepita tramite i cinque sensi e suscita sensazioni piacevoli. Il canone di riferimento può essere interiore cioè innato oppure acquisito per istruzione o per consuetudine sociale.

Infatti la bellezza oggettiva è funzione del tempo e della propria cultura, perché tali canoni cambiano nel tempo ma restano validi per il periodo indicato.

4  
wikipedia

IMG 6  
Illustrazione di donnainsaziabile di novità estetiche, Lettera D.



5  
Trattato del bello, J. P. de Crousaz

6  
Storia dell'estetica Moderna, T. Griffero

Schema sull'estetica

Per bruttezza oggettiva s'intende invece la mancanza di bellezza o accumulo di imperfezioni che suscita indifferenza o dispiacere e genera una percezione negativa dell'oggetto.

Ma il dibattito sul giudizio oggettivo non è così banale. Nella filosofia occidentale, il bello si definisce in funzione del giudizio che lo esprime, mentre il “bello in sé” è assolutamente chimerico così come lo il brutto in sé.<sup>4</sup>

A essere soggettivo è solo il piacere causato dalla bellezza delle sensazioni. Oggettiva è l'ammirazione della bellezza delle idee.<sup>5</sup>

La riflessione sulla nozione di bellezza del primo Settecento oscilla tra il piano della poetica artistica, in cui sopravvive l'antico problema aristotelico del fare imitativo e quello dell'analisi psicologica della ricezione degli effetti esercitati dall'opera sull'animo dell'uomo.<sup>6</sup>

La bellezza delle idee trae la sua bellezza da criteri oggettivi che sono più biologici (adempimento allo scopo) e razionalistici (conformità a ragione) che matematici (quali

unità, varietà, regolarità, ordine e proporzione).

Soggettivo e relativamente arbitrario, secondo Yves Maria André, è il bello delle istituzioni umane, come ad esempio la moda, mentre indipendente dall'uomo è il bello naturale, come il corpo umano, e il bello essenziale e archetipo, concepito classicamente come ciò che è vero e onesto e ordinato e conveniente.

Si parla addirittura di *Estetica del Sentimentalismo*, espressione coniata da Du Bos, secondo cui il sentimento è in grado di accertare gli oggetti capaci di interessarci e che ci sottraggono alla noia e all'infelicità.



IMG 7  
Illustrazione tratta da Shakespeare "Troilo e Kressida", sono raffigurati Achille, Patroclo e Tersite.

7  
R. Bodei  
Rai.filosofia.it

8  
*Itinerari estetici del brutto*,  
Giordanetti; Mazzocut-Mis;  
Scaramuzza

Cit.  
F. Shlegel

## 2.01

### L'estetica oltre la bellezza

Con *brutto* si intende ciò che induce a un'espressione estetica sgradevole, privo di grazie, sproporzionato, difettoso, che provoca un sentimento di spiacevolezza, alla sola vista.

In arte l'accezione del termine brutto si riferisce al carattere dei soggetti rappresentati, alla forma, ai materiali, ed è il risultato conclusivo dell'oggetto artistico stesso, cioè la sua cattiva o buona realizzazione. In questo caso brutto sta per mal riuscito, scadente, difettoso, mediocre, o ancora, per kitsch, triviale, imperfetto, dozzinale.

In quanto materia di carattere estetico, si deve ricordare che prima dell'Ottocento il brutto era pressoché inesistente, se non come negazione assoluta del bello.

Il critico Remo Bodei afferma che fino a quel momento la critica estetica ebbe sempre considerato "il brutto come l'ombra del bello".<sup>7</sup>

Per Platone il brutto equivale al *non essere*, esiste cioè qualcosa che non dovrebbe essere così.

“...gli individui sono diventati insaziabili di novità e ormai la cultura ha esaurito tutte le sue forme ingenu...”

L'estetica tradizionale ha distinto e classificato le categorie estetiche su cui si basa il giudizio estetico del mondo del visibile in: il bello, il grazioso, il sublime, il grottesco, il tragico, il comico e il brutto. Ma nel corso della storia si è sempre considerato il bello come unica categoria estetica, o come del valore estetico per eccellenza. Gli altri sarebbero solo dei "momenti" o "modificazioni" del bello.<sup>8</sup>

La prima teoria che accetta il brutto in quanto parte del bello la dobbiamo al filosofo tedesco Lessing che nel 1766 scrive nel *Laocoonte* che non tutta l'arte è ridicibile a dei canoni predeterminati, e che inoltre essendo il brutto prevalente nella realtà debba trovare legittimazione nell'arte. Addirittura, secondo Lessing il brutto può essere adoperato dall'arte per produrre bellezza.

Sarà tuttavia Shlegel a introdurre l'espressione assai impe-



IMG 8  
Figura tratta da My small  
love  
<http://preparetobawl.tumblr.com/>

gnativa di “teoria del brutto”, prendendo atto della valenza chiaramente estetica ormai assunta dal problema; anche se è con Rosenkranz che il problema trova esplicazione più matura con la sua “Estetica del brutto”.

Secondo Shlegel gli individui sono diventati insaziabili di novità e ormai la cultura ha esaurito tutte le sue forme ingenuità, per cui l’arte moderna ha bisogno dell’interessante, cioè di qualche cosa che ci metta continuamente in stato d’eccitazione.

Kant supera la negazione platonica del brutto, affermando che il dispiacere è qualcosa di oltre una mera negazione e che gli errori sono anch’essi verità seppur negative, così come una confutazione è una dimostrazione negativa è pur sempre una dimostrazione. Inoltre, rispetto al problema del Design è interessante ciò che Kant dice riguardo il giudizio: il giudicare secondo un tale criterio non può essere mai puramente estetico, e che il giudicare secondo un ideale della bellezza non è un semplice giudizio del gusto. Si parla dunque di un giudizio che è etico e contemporaneamente estetico.

Il brutto ha caratteristica analoga a quella del falso o a quella del male morale, cioè se ne vuole negare l’esistenza positiva.

L’arte rappresenta il brutto (la morte, lo spirito guerresco) mediante un’allegoria o mediante attributi che hanno aspetto piacente, spesso cioè pur rappresentando il brutto lo fa tramite un linguaggio piacevole.

9  
Estetica del brutto, K. Rosenkranz

Schema grafico ispirato al giudizio secondo Kant.



La critica moderna tende ormai a superare la concezione estetica tradizionale che vede il bello e l’estetico coincidere, e il brutto non esiste più solo in relazione con il bello in quanto suo contrario ma come ci aiuta a dire Max Dessoir, il brutto non è più equiparato all’inetestetico, ma è esso stesso un originario concetto estetico, uno accanto agli altri. Nella società capitalista sembra che certi contenuti non possano essere trasmessi se non tramite il brutto. Infatti Lukàcs e Adorno affermano che c’è una stretta connettività del fatto estetico (e dunque delle relative categorie del Bello e del Brutto) con i processi sociali, con lo sviluppo della società borghese, capitalista, con i meccanismi e i rapporti di produzione propri dello stato di cose vigenti. Dunque la categoria estetica del Brutto diventa essenziale per esprimere e rappresentare la società, in maniera sempre più consapevole dei mezzi estetici che si stanno adoperando. Certo, a taluni “Estetica del brutto” potrà suonare un po’ come “ferro ligneo”<sup>9</sup>, perché il brutto è il contrario del bello, ma dobbiamo imparare a separare il termine estetica da quello di bellezza, la quale è solo una delle manifestazioni estetiche possibili con pari dignità e legittimità della bruttezza.

Il brutto rimane, così come il bello, un concetto relativo, comprensibile solo in rapporto a un altro concetto. Per questa ragione il brutto rimarrà inseparabile dal bello. Seppure Rosenkranz elabora una fenomenologia del brutto che va dalla descrizione dello scorretto a quella del ri-

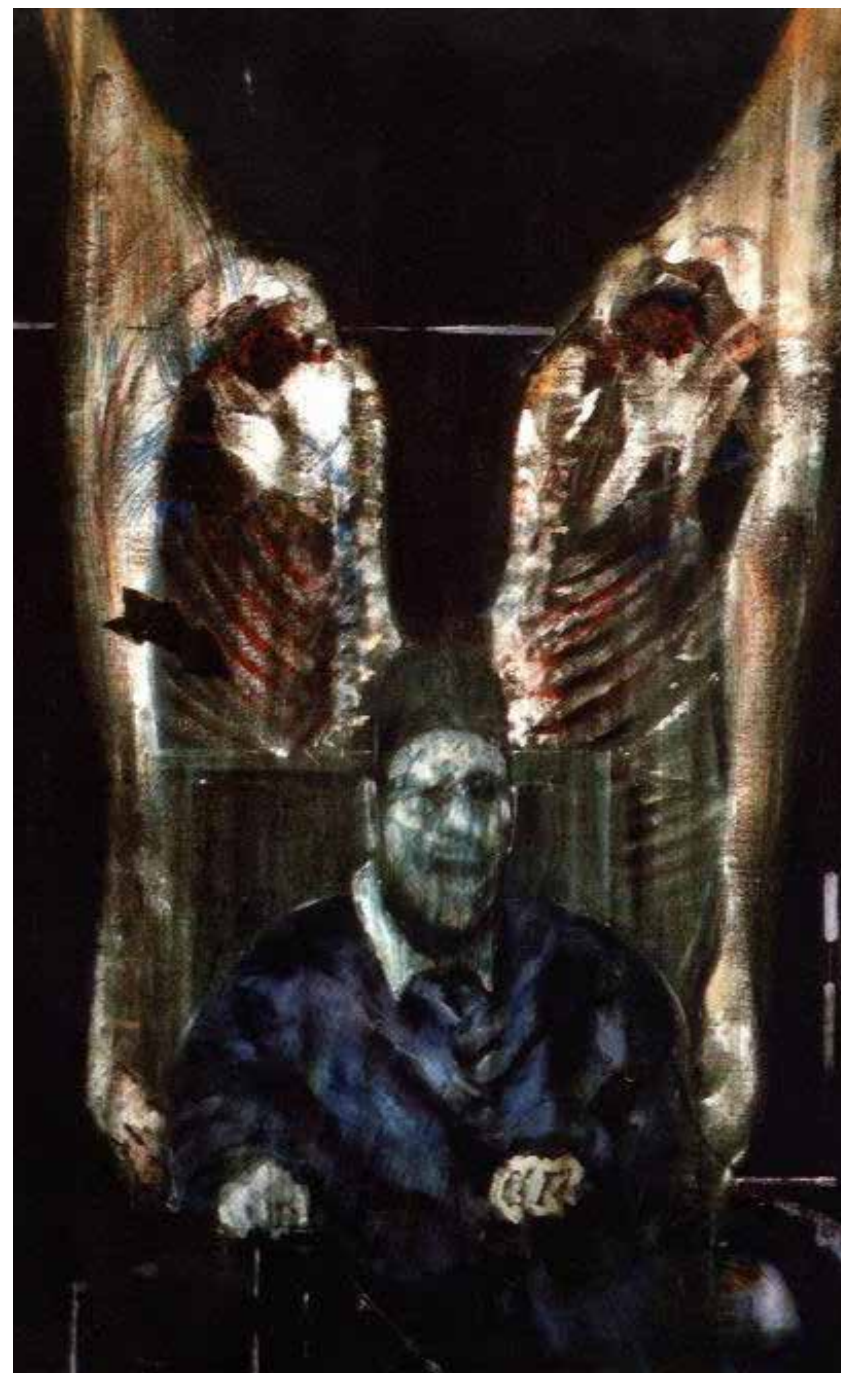
pugnante, passando per l'orrendo, l'insulso, il nauseante, il criminoso, lo spettrale, il demoniaco, lo stregonesco, sino alla celebrazione della caricatura, che può risolvere il ripugnante in ridicolo e la deformazione diventa bella grazie all'umorismo che la esagera, sino al fantastico, in altri termini è una bella rappresentazione che fa un uso armonico della deformazione.

La differenza tra bello e brutto è abbastanza semplice se si considerano le reazioni che questi provocano negli individui, il bello di apprezzamento, il brutto di disgusto, se non di violenta repulsione, orrore o spavento.

Umberto Eco distingue il brutto in sé (un escremento, una carogna decomposta, un essere coperto di piaghe che emana un odore nauseabondo) dal brutto formale, come squilibrio nella relazione organica tra le parti di un tutto. Un conto è reagire passionalmente al disgusto, un conto è la sproporzione di qualcosa e dire che è brutto (malfatto).<sup>10</sup>

10  
*La storia della bruttezza*, U.  
Eco

IMG 9  
*Figure with meat*, Francis  
Bacon, 1954





IMG 10

*“Ogni atto di creazione è, prima di tutto, un atto di distruzione”*

Pablo Picasso

### 3 Il brutto nell'arte



### 3.01

## Il periodo classico

Nell'antica Grecia il brutto coincideva con il cattivo, si pensi a Tersite, esempio dell'anti-eroe, famoso per la sua bruttezza e codardia, nonché uno storpio che era pure il peggiore tra i soldati greci arrivati a combattere a Troia. Tra le testimonianze del brutto abbiamo: un nano grottesco (figurina di terracotta a Tebe VI sec a. C.), Medusa, sul timpano di Artemide a Corfù, nonché una Gorgone, una maschera terrificante che ancora oggi emana il suo potere demoniaco. In questo caso il brutto aveva una valenza simbolica forte e funzionale nei confronti dei visitatori del tempio, che di fronte ad essa dovevano provare terrore. Eppure oggi ci sorprenderemo a elogiare quelle stesse forme che invece facevano rabbrivire gli antichi greci. C'è dunque un continuo cambiamento di percezione, e questo si può notare all'interno della stessa storia dell'umanità. Il mondo greco non è privo di bruttezza, basti pensare a tutti i drammi teatrali, agli orrori nella Mitologia, alle battaglie che insanguinavano continuamente il continente conosciuto. Alcuni dei più orripilanti mostri dell'immaginario occidentale traggono origine dalla cultura greca, come il Cerbero, una delle creature più spaventose dell'Ade, il regno dei morti, un mostruoso cane a tre teste, le quali simboleggiano la distruzione del passato, del presente e del futuro. Tutto il suo corpo era ricoperto, anziché di peli, di velenosissimi serpenti, che ad ogni suo latrato si rizzavano, facendo sibilare le proprie orrende lingue. Ancora, il Grande altare di Zeus, ossia l'altare di Pergamo, con la cruenta rappresentazione della battaglia contro i giganti, ma ancora più forte e storicamente più nota è il gruppo del Laocoonte. Qui viene risaltato il brutto della natura, ossia la morte e la disperazione nel momento di agonia suprema, che lo scultore greco trasforma in spettacolo estetico. Insomma si tratta di rappresentazione del brutto ma tramite il bello.

IMG 10  
Illustrazione, Lettera D.

IMG 11  
Una Gorgone, particolare del frontone del tempio greco di Artemide a Corfù del VI secolo a.C.

IMG 12  
Particolare del gruppo scultoreo del Laocoonte del I secolo d.C.



È interessante il busto di Socrate, il quale viene rappresentato simile a un sileno, e soprattutto non vengono rispettate le regole di composizione artistica di Policletto, che escludeva tracce d'individualità nella rappresentazione. Gli scultori del periodo ellenistico, diversamente dal periodo Classico, non si dedicavano alla glorificazione dell'atleta sano e vigoroso, ma ai corpi afflitti o piegati dalla malattia e dall'età.

## 3.02

### Il Cristianesimo

Possiamo affermare che nel mondo dell'arte l'accettazione del brutto è pienamente consapevole con il Cristianesimo. Infatti, lo stesso Sant'Agostino dice riguardo Cristo: "questa bruttezza è la nostra salvezza." Isaia ha profetizzato: "Il Messia sarà brutto". Clemente e Agostino concludono che *difformitas* è *deiformitas*: il Cristo delle pitture bizantine e fiamminghe contratto dagli spasimi è brutto.

Inoltre se Dio è il creatore di tutte le cose e nella natura e dunque c'è qualcosa di deforme, informe, allora questi non possono non essere accettati.

Ci sono animali strani, oppure bellissimi ma velenosi. Nasce l'idea che la creazione è qualcosa di misterioso, che mette insieme il bene e il male.

Il crocifisso è una delle rappresentazioni più forti di ciò che appartiene alla categoria del brutto, di ciò che fa scaturire sensazioni brutte, ossia la morte. Gesù in croce per noi, il sacrificio di un dio, che muore come ogni altro uomo. La rappresentazione del brutto qui non cerca la perfezione estetica come quella del brutto greco, ma si manifesta in tutta la sua crudeltà e verità: è il dolore perfetto e inimitabile del Cristo.

Il medioevo è passato alla storia come il trionfo della morte, è ricco di sue rappresentazioni. (vedi [IMG 13](#))

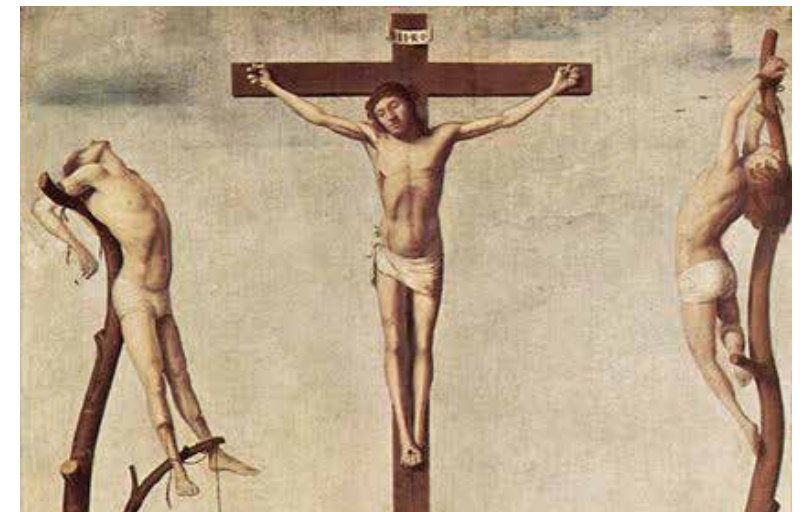
Tante sono le immagini tragiche e crudeli, funzionali al potere religioso e politico, a ricordare le pene dell'inferno: immagini sgraziate, sculture mostruose sui capitelli e altre simili apparizioni ricoprivano le pareti delle chiese, pronte a spaventare i fedeli che nello stesso tempo ne erano maledettamente attratti. Si parla di uno stile proprio dell'Europa oscura di quei tempi bui, chiamata *Estetica Isperica*.<sup>11</sup> Questo periodo vede l'abbandono delle regole tradizionali di bellezza dell'antica tradizione greca.

Inoltre, durante determinati periodi come il carnevale, il brutto veniva preso come modello estetico per particola-

11  
*La storia della bruttezza*, U. Eco

IMG 13  
*Trionfo della morte* di P. Bruegel, 1569

IMG 14  
*La Crocifissione* di Antonello da Messina del 1457.



ri celebrazioni, poteva succedere qualsiasi cosa, come che il più brutto del paese venisse improvvisamente celebrato a festa, un fenomeno straordinario, che veniva accettato solo in questi momenti di surreale ilarità.

Se il brutto era esclusività degli strati più poveri della popolazione, con il Rinascimento questa tendenza cambia, e grazie in particolare alle caricature, il brutto arriva alla rappresentazioni anche dei più altolocati, il brutto viene rappresentato bellamente.

Notiamo quindi che spesso la concezione estetica può variare da classe sociale all'altra, guardando al brutto e al bello in maniera differente nel tempo e nel modo.

### 3.03

## Il riscatto romantico del brutto

Si considera il Romanticismo come il riscatto del brutto. Infatti in questo periodo la bellezza non è più l'idea dominante di un'estetica. È la prima volta che viene compiuta una riflessione completa sul brutto ad opera di Lessing nel 1766, ispirato dal gruppo scultoreo di epoca ellenistica del Laocoonte.

Ciò che rende interessante lo studio di Lessing è l'approccio fenomenologico al brutto, cioè l'osservazione delle diverse modalità di rappresentazione del brutto, del disgusto attraverso le differenti forme artistiche: scultura, poesia, pittura.

Durante il Romanticismo abbiamo anche le prime riflessioni sulla categoria del Sublime: secondo i romantici, l'infinito genera nell'uomo un senso di terrore e impotenza, definito sublime, che non è tuttavia recepita in modo violento, tale da deprimere il soggetto, ma al contrario l'incapacità e la paralisi nei confronti dell'assoluto si traduce nell'uomo in un piacere indistinto, dove ciò che è orrido, spaventevole e incontrollabile diventa bello.<sup>12</sup>

La scuola romantica mira quindi alle rappresentazioni di queste emozioni profonde scaturite dalla contemplazione di paesaggi infiniti.

Le indagini filosofiche di questo secolo sono piene di attenzione verso le categorie dell'estetico che spaventano, angosciano e verso le reazioni dell'uomo di fronte ai fenomeni naturali che li provocano.

Friedrich Schlegel ci parla del dominio dell'interessante che è una crisi transitoria del gusto. Il gusto, sempre più assuefatto ai vecchi stimoli, ne chiederà sempre di nuovi e più forti e violenti, ed è per questo che l'arte dovrà passare attraverso il piccante e il ripugnante o l'impressionante per attirare la nostra attenzione e stimolarci nuovamente.

È proprio con il Romanticismo che il bello non può più bastare nelle rappresentazioni moderne, e si è costretti ad

12  
wikipedia

IMG 15  
*L'incubo* di Johann Heinrich Füssli del 1781.  
[http://it.wikipedia.org/wiki/Incubo\\_%28F%C3%BCs-sli%29](http://it.wikipedia.org/wiki/Incubo_%28F%C3%BCs-sli%29)

IMG 16  
*L'Abbazia nel querceto* di Caspar David Friedrich del 1809.  
[http://it.wikipedia.org/wiki/Abbazia\\_nel\\_querceto](http://it.wikipedia.org/wiki/Abbazia_nel_querceto)



ammettere che l'immensità dell'esistenza sulla Terra non può essere descritta senza la potenza del brutto. Come dirà Nietzsche<sup>13</sup> col Sublime si ha "l'assoggettamento estetico all'orribile".

Ormai il divario tra la cultura classica e quella romantica era chiara, la Prefazione al Cromwell di Victor Hugo è illuminante in questo senso. Infatti ci dice che se anche sia ingiusto dire che il grottesco e la commedia fossero stati ignoti agli antichi, di certo però il grottesco nel pensiero dei moderni ha una parte immensa; il contatto dei moderni (ossia i romantici) con il deforme ha fatto scoprire qualcosa di mille volte più grande di ciò che il bello antico poteva, il bello non ha che un tipo, il brutto ne ha mille. Sul bello vince l'interessante che per vivere ha bisogno del deforme e dell'irregolare.

13  
*L'origine della tragedia*, F.  
Nietzsche

## 3.04

### Il Moderno e il Contemporaneo

Dal XVIII secolo, con l'invenzione dei telai meccanici e della macchina a vapore, si erano prodotte radicali trasformazioni nell'organizzazione del lavoro; nel secolo successivo, con lo sviluppo di manifatture e industrie, si affermava la produzione capitalista, il sorgere di un proletariato urbano e la nascita di invivibili agglomerati urbani. Parliamo quindi della bruttezza del "bello industriale" (v. Hans Sedlmayr)

La vita delle persone era impregnata della bruttezza industriale, che gli artisti hanno cercato di rappresentare in tutto il suo squallore. Carducci descrive il treno come un mostro "bello e orribile" che simboleggia col progresso la riscossa di un Satana che si ribella dall'oscurantismo medievale.

Vorrei qui riprendere un concetto espresso nel 1932 da Carl Gustav Jung e cioè che il brutto di oggi è segno e avvisaglia di grandi trasformazioni a venire. Quello che sarà apprezzato domani come grande arte potrà comunque apparire sgradevole oggi e che il gusto è in ritardo sull'apparizione del nuovo. Il progresso è dunque un esempio importante di come inizialmente venisse guardato con sospetto e successivamente apprezzato proprio per le stesse ragioni per cui era odiato, forse anche grazie alle anti-celebrazioni delle avanguardie.

Si parla del Novecento come il secolo dell'assenza della Bellezza. E in effetti il contenuto brutto non poteva che aumentare nell'arte moderna, dal momento che le avanguardie si occuparono della rappresentazione dello squallore industriale. Il brutto, inoltre, diventa un mezzo di lotta contro la classe borghese, un mezzo per scandalizzarla, sconvolgerla.

Da presupposti nuovi non può che derivarne una nuova qualità. Nell'arco del secolo passato i canoni estetici hanno subito molteplici modificazioni, ogni movimento ar-

tistico si esprimeva inventando nuovi modelli di rappresentazione, rivoluzionando l'ideale estetico precedente, modificandolo e inventando nuove categorie estetiche di riferimento.

I futuristi proponevano nei loro Manifesti di "fare coraggiosamente il brutto", utilizzando, quindi, il brutto come mezzo provocativo. Gli espressionisti tedeschi lo utilizzavano come tramite di denuncia. Il movimento del Dada, facendo appello al grottesco esprimeva lo sconveniente. I surrealisti, infine, trovava nel brutto un modo per rappresentare il conturbante.

Con questi movimenti abbiamo una rottura di ogni ordine e schema percettivo istituzionalizzato, un rifiuto delle norme della vita bella (della classe borghese) nella società brutta (dove vivevano tutti gli altri).

Nel contemporaneo il brutto usato dalle avanguardie viene ormai assorbito dalla classe borghese e diventa il nuovo bello. Il brutto delle avanguardie sono entrate nelle case dei borghesi e nei musei più pop, totalmente accettati come nuovo bello, nonostante rappresentassero il brutto.

Oggi, il brutto viene usato nell'arte cinematografica e nasce l'horror, lo splatter. Nell'arte ci sono performances che celebrano il brutto, con esempi di auto lacerazioni e simili. Paradossalmente esistono particolari filoni artistici come ad esempio il camp che piace proprio perché orribile.

Il bello non problematico, cellofanato si è trasformato in kitsch, cioè in qualche cosa che non produce più alcuna emozione estetica, perché semplicemente asseconda tutti i pregiudizi e tutte le forme percettive ormai consuete.

12  
wikipedia

IMG 17  
*Merda d'artista* di Piero Manzoni del 1961.  
<http://www.dago-art.it/>

IMG 18  
*A Thousand Years* di Damien Hirst, 1990  
<http://www.damienhirst.com/>

IMG 19  
Marina Abramovic, *Balkan Baroque*, 1997



## Estratto da “Estetica del brutto”

Karl Rosenkranz

Di Elio Franzini

*L'estetica del brutto di Rosenkranz che prosegue la sua fondamentale, e altamente meritoria, opera per far conoscere i principali classici dell'estetica, è un volume che riveste un ruolo centrale nel quadro delle scuole post-hegeliane. Scritta nel 1853 da un allievo di Hegel, assume senza dubbio quale suo punto di partenza gli assunti metodologici del maestro, aprendo al tempo stesso prospettive culturali che ancora oggi rivestono totale importanza. Il problema del brutto era peraltro ben presente tra le questioni di cui si occupa l'estetica di Hegel e già ve ne erano state teorizzazioni di autori del Romanticismo tedesco quali Schlegel e Jean Paul. ... Lo stesso Hegel ponendolo in una relazione dialettica con la bellezza, riserva al brutto, pur senza attribuirgli un'esplicita autonomia spirituale, numerose figure del percorso dell'arte. Per Rosenkranz il brutto appartiene alla natura dell'Idea che, nella sua libera manifestazione, ha anche la possibilità di porre il negativo in ambito artistico. Il brutto è il termine medio tra bello e comico, e di per sé negativo, ha senso solo in relazione alla bellezza e in un percorso che implica comunque un suo necessario superamento. Rosenkranz sottolinea fin dalle prime pagine che nel brutto troviamo gli abissi pieni d'orrore del male, subito precisando al lettore, che la teoria delle belle arti, così come la scienza estetica, non ha se non raramente, e in modo occasionale, indagato questi abissi.*

*Colmare tale lacuna significa perciò avere piena consapevolezza del senso spirituale del bello, da cui il brutto è inseparabile come suo momento di errore, come minaccia nella sua tensione verso la forma. Per cui il bello è "l'idea divina originaria" e il brutto, che è soltanto una sua negazione, ha un'esistenza meramente secondaria.*

*Nel processo dialettico dell'arte il bello si rivela come la forza che sottomette al suo dominio la ribellione del brutto. In questa conciliazione sorge un'improvvisa serenità, che suscita il sorriso e, permettendo al brutto di riconoscere la sua impotenza, può trasformarlo nell'altro suo estremo dialettico, cioè nel comico.*

*Se il bello è infatti la condizione positiva dell'esistenza del brutto, il comico è la forma in cui esso, di fronte al bello, si libera dal suo carattere solo negativo. Il brutto, sostiene dunque Rosenkranz, ha due frontiere: il limite iniziale del bello, che da sé lo esclude, e il limite finale del comico che, pur fraternizzando con il brutto, elimina da esso l'elemento ripugnante mostrandone invece la relatività, la nullità nei confronti del bello. All'interno di questo quadro generale, ... un ruolo particolare, quale vertice dialettico del percorso, spetta alla caricatura, capace di restaurare una sorta di armonia, trasfigurando il negativo attraverso l'esagerazione sia quantitativa che qualitativa. L'informe, l'asimmetrico, il disarmonico e l'eccesso che sfigura la forma operano qui come fattori dinamici, all'interno di una totalità organica in cui è comunque l'ordine a trionfare sul disordine.*

*Il brutto è di per se stesso sempre ostile alla forma, è il contrario della normalità, che nelle singole arti e negli stili diviene esibizione di elementi scorretti. Ma questa negazione di rapporti di misura e delle norme fisiche ha origine in un processo negativo dell'interiorità, che nella deformità esteriore non fa altro che manifestare il proprio dissolvimento. Per questo motivo come vertice dell'orrendo appare il male che, nella sua diabolicità, è la negazione cosciente del bene e la ricerca vana di soddisfazione nell'abisso del proprio tormento. Infatti la rappresentazione del diavolo è la caricatura assoluta, è la menzogna come distruzione fittizia della verità, volontà perversa come volontà del nulla. Ma la caricatura è al tempo stesso in grado di risolvere il ripugnante in ridicolo, potendo raccogliere in sé tutte le forme sia del bello sia del brutto.*

*L'estetica del brutto vuole sempre mostrare che l'invenzione scaturisce da fonti misteriose ed erompe risuonando tripudiante come un torrente montano mentre l'imitazione scorre lenta e taciturna come le acque morte in canali regolati.*

Articolo tratto da Domus 1996



IMG 19

Il novecento, viene definito anche come il secolo dell'assenza della bellezza. Con l'avvento della riproduzione tecnologica, l'arte perde la sua funzione della rappresentazione della realtà e della bellezza, così deve trasformarsi. L'arte performativa è un esempio, di questo cambiamento radicale, dove il bello viene superato da altre categorie estetiche più interessanti, più vicine al brutto.



IMG 20

*“Piante acquatiche, rane e fogliame ornano il portaombrelli impedendo agli ombrelli di essere riposti con facilità e lacerandoli a ogni minimo contatto con l'oggetto stesso.”*

Adolf Loos

## 4 Design ed Estetica

## 4.01

### Estetica e design nel tempo

Lo studio estetico del Design appare fatalmente legato all'universo estetico greco, in particolar modo alla *techné* e alla *mimesis*. Infatti sin da subito il problema estetico degli artefatti sembra ingabbiato nella questione forma-funzione.<sup>14</sup>

Per Platone l'estetica di un oggetto stava nella sua capacità a compiere il suo scopo. Corrispondenza ontologica tra *kalon* e *agatov* che equivale a un'identità inscindibile.

Per Aristotele non si tratta solo di semplice configurazione esterna dell'oggetto, ma il modo in cui quest'ultima si uniforma alla sua qualità interna.

Kant parla di bellezza aderente, che implica anche il fine a cui la cosa deve servire.

Con la rivoluzione industriale cambia il concetto di *techné* e i processi produttivi cambiano, in base a ciò il bello deve essere rivisitato. Nella metà dell'800 avviene l'estetizzazione della merce: è l'avvento del Design. Il passaggio dall'opera al prodotto, dall'oggetto singolo a quello in serie, per il quale l'estetica non si rivelò del tutto pronta.

Nel 1851 nel Crystal Palace avviene la Great Exhibition di Londra. Gli oggetti esposti erano brutti, mostri tra un passato remoto e un qualcosa di ancora non chiaro. Come osserva Maldonado, *"alla Great Exhibition di Londra del 1851 si è sempre assegnata una posizione rilevante in tutte le storie del disegno industriale finora scritte. Ma non per il 'buon disegno' degli oggetti che vi erano esposti, bensì...per il loro atroce cattivo gusto. In altre parole, la Great Exhibition sarebbe importante in quanto avrebbe contribuito a renderci consapevoli del degrado degli oggetti, nel momento del trapasso dall'artigianato alla produzione industriale"*.<sup>15</sup>

Per l'architetto tedesco Semper la Great Exhibition rappresentò il luogo dove l'arte smarrì la propria identità, non più epicentro esclusivo dell'elaborazione del gusto, ma sempre più immagine tra immagini, bella tra le bellezze

14  
*Estetica e Design*, A. Meccacci

15  
*Disegno Industriale: un riesame*, T. Maldonado pp. 28-29.

IMG 20  
Illustrazione, Lettera D.

IMG 21  
Immagine della Great Exhibition di Londra del 1851

IMG 22  
Due paia di forbici esposte alla Great Exhibition di Londra del 1851,



possibili.<sup>12</sup>

Vi era però un'abbondanza ornamentale che si traduceva in una deriva estetica sia per l'arte tradizionale sia per l'industria artistica, il design. Secondo Semper, inoltre, la bruttezza stava nella mancanza di rispetto al materiale e alla destinazione d'uso.

Così nacquero molti movimenti artigiani che mal sopportavano gli oggetti altamente decorati prodotti dalle macchine. Il più celebre tra tutti, Arts and Crafts, fortemente anti-industriale, promuoveva uno stile semplice di mobili, gioielli, tessuti, oggetti tutti realizzati artigianalmente.

In effetti le città in periodo vittoriano pullulavano di un'e-



estetica dell'abbellimento superficiale.

Questo fenomeno è spiegato dalla crescente quantità di persone con un reddito medio, la working class, che aveva la possibilità nuova di spendere del denaro per piccoli oggetti che comunicassero il loro status sociale, sebbene non potessero accedere ai più costosi beni di lusso.

È qui che nasce il mercato per il Kitsch, che Bayley considera come cinica spazzatura prodotta col patrocinio del consumatore, in quanto nessun mercato potrebbe esistere senza il suo consumatore.

Secondo lo studioso il cattivo gusto è dunque legato a questa parte della popolazione a cui manca raffinatezza, istruzione e ricchezza, nonché quindi figlia della democratizzazione dei consumi, madre di tutto il brutto. E forse Bayley qui si sbaglia, perché sono proprio i ricchi di un tempo ad aver inventato quei pomposi ornamenti rococò mentre la popolazione più povera viveva con oggetti artigianali e per lo più semplici. Quel che è certo è che la rivoluzione industriale ha trasformato tutti in consumatori del superfluo, l'appetito del necessario è stato soddisfatto, la ricerca si volge verso altro.

Il problema fondamentale dell'epoca moderna era la coesistenza dell'opera d'arte con la merce.

*“È una fortuna che il fondatore della poesia moderna sia stato un feticista. Senza la sua passione per il vestiario e la capigliatura femminile, i gioielli e il maquillage, difficilmente Baudelaire sarebbe potuto uscire vittorioso dal suo confronto con la merce”.*

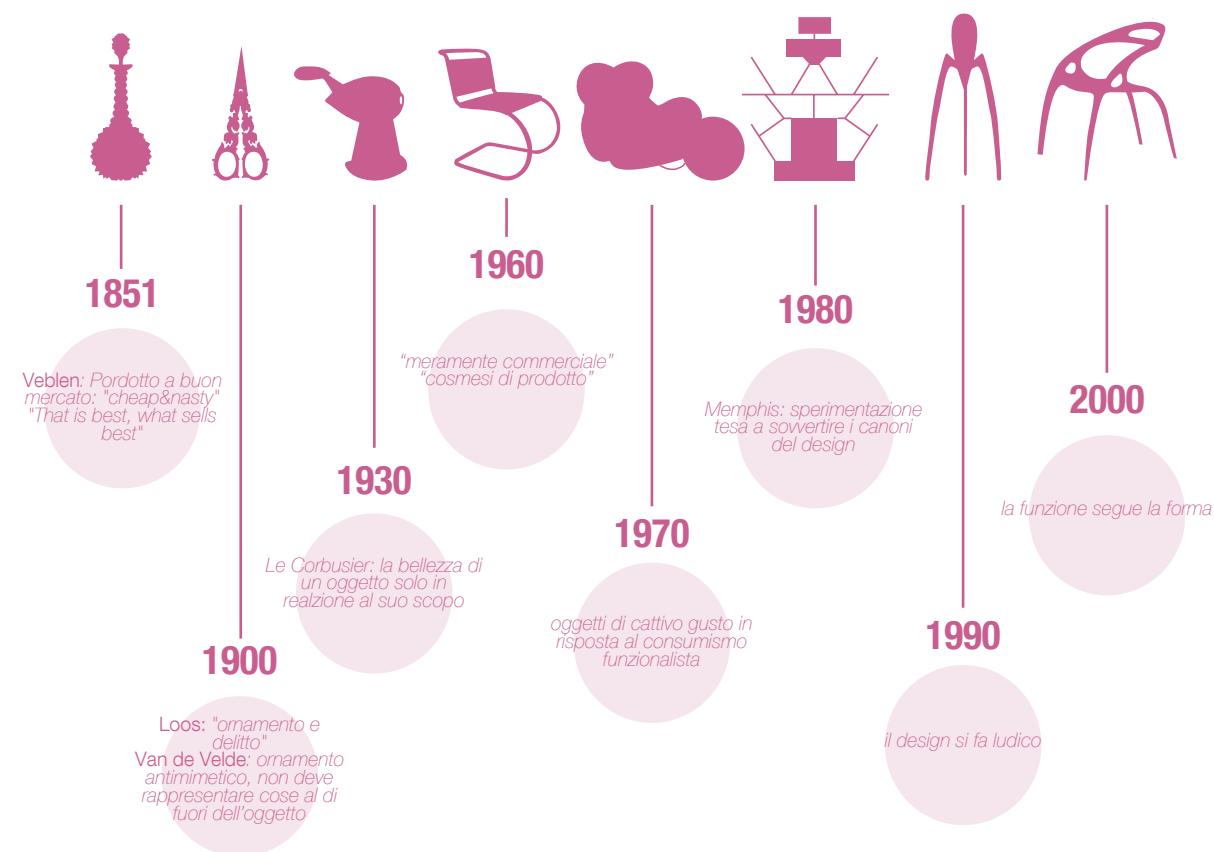
Baudelaire ha definito le coordinate base per un'estetica dell'oggetto, ne ha delineato le valenze non solo estetiche ma anche psicologiche e sociali, dando del feticismo moderno una visione antropocentrica. La bellezza non è altro che un'incessante rielaborazione del soggetto nell'oggetto, il feticismo.

Secondo Baudelaire la bellezza ha in sé qualcosa di doppio: eterna e contingente, in cui la contingenza la indirizza verso la moda, verso il gusto sociale mutevole e inquieto del moderno, del mercato. Ormai l'arte, che era diventata anche merce, è prostituzione. Il bello si configura solo

16

*Estetica e design, A. Meccacci*

Schema storia critica del design



all'interno del mercato e la bellezza non è più la decorazione dell'oggetto, ma la sua forza economica.

Nasce con Baudelaire l'estetica dell'artificio, per cui si riconosce che merce e tecnologia sono i perni della società moderna.

Nel 1899 Thorstein Veblen scrive "The Theory of the Leisure Class" e mette a punto una sacrosanta verità: tutto ciò che acquistiamo sono status simbol, tutta l'oggettistica che compriamo la definisce "conspicuous consumption", cioè di cui non abbiamo bisogno ma che comunque compriamo. Gli stessi Vittoriani dovevano essere abbastanza consapevoli dei loro eccessi in fatto di estetica d'oggettistica, tant'è vero che nel 1852 Henry Cole in quello che oggi è il Victoria and Albert Museum aprì la "Gallery of False Principles" che raccoglieva esempi di brutto gusto del tempo, nota più tardi come Camera degli Orrori. C'erano forbici dalla forma di cicogna, bottiglie rose a forma di serpenti, carta da parato strabordanti di decorazioni...

A questa mostra seguì più tardi un'altra di grande importanza per la storia del brutto, quella curata da Pazareuk agli inizi del XX secolo nel museo di Stoccarda, di cui tratteremo in modo approfondito in seguito.

A salvarci dal cattivo gusto nei primi anni del '900 arrivò la Bauhaus, così pure l'Art Deco e lo Streamline, e così finalmente il bello permeò nella casa di tutti, ricchi o poveri che fossero.

Ma quest'epoca così positiva aveva vita breve, perché quel Modernismo, che da lì a poco sarebbe sbocciato, subito poi sfiorì nel brutalismo, con quei suoi palazzoni in cemento, che più non profumavano del futuro roseo promesso.

Le persone si stancarono in fretta del Modernismo e abbracciarono un Kitsch ancora più autocosciente e sensazioni più finte, nasce Las Vegas, Disneyland. Seguirono gli anni 70 caratterizzati da una più forte ribellione ai puliti e commerciali standard di bellezza razionalisti, rispondendo con uno stile sporco e aggressivo, con piercing e creste ai capelli, mentre le città diventavano sempre più brutte, con centri commerciali, fast food e parchi di appartamenti che andavano diffondendosi sempre più.<sup>17</sup>

17  
www.collectorsweekly.com

18  
Cit. di Adolf Loos in Estetica  
e design

## 4.02

### Critica del bello e del brutto Design

Uno dei primi e più sentiti dibattiti della storia della critica estetica del design verte sulla questione dell'ornamento. Il problema estetico nasceva insieme al design industriale, in quanto i nuovi prodotti, pur essendo ottenuti mediante il lavoro della macchina, seguivano il gusto dell'oggetto classico, quello cioè lavorato a mano dall'artigiano.

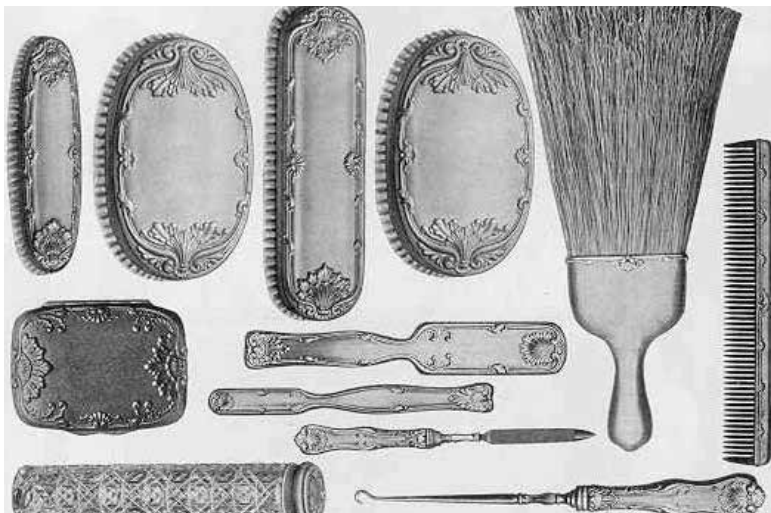
Il sociologo americano, per esempio, Lewis Mumford era tra quelli che disprezzavano la condizione moderna, in cui non poteva essere giustificato l'eccesso decorativo della macchina che imitava la mano dell'uomo.

L'ornamento era considerata un'aberrazione da parte dei critici ma continuava a rappresentare il gusto della massa. A difesa della decorazione arriva Henry Van de Velde, il quale tende alla sua integrazione, affermando che la vita senza ornamento non è vita, e che esso non è valido se non si inserisce organicamente nel tutto. Dunque il brutto design era nell'eccesso decorativo, mentre il bello era quello che lo integrava in maniera coerente e organica.

La dicotomia forma-funzione è la naturale continuazione del dibattito sull'ornamento, il brutto è laddove la funzionalità dell'oggetto venga ostacolata dalla sua stessa forma. Secondo Adolf Loos nulla in natura è superfluo, e dunque anche negli oggetti la condizione necessaria affinché siano belli è che non abbiano caratteristiche inutili che contrastino la praticità.

*"Più un popolo è primitivo, più è prodigo di ornamenti, di decorazioni. [...] Cercare la bellezza nella sola forma e non farla dipendere dall'ornamento: questa è la meta cui tende tutta l'umanità".<sup>18</sup>*

All'esposizione di arte applicata del 1898 a Monaco Loos si imbatté in un portaombrelli. L'oggetto anziché soddisfare le ovvie esigenze pratiche, è avviluppato in decorazioni che alludono alla relazione che l'oggetto ha con la pioggia. Piante acquatiche, rane e foglie ornano il portaombrelli.



IMG 23  
 Servizi per toeletta di Unger  
 Brothers, inizio XX secolo  
<http://www.silvercollection.eu/toiletsetsITA.html>

IMG 24  
 Interni stile Shaker Design,  
 1860  
<http://godhatesacowar-dblog.blogspot.it/2012/05/shakers.html>

IMG 25  
 La Sedia Wassily, Marcel  
 Breuer, 1925



li impedendo agli ombrelli di essere riposti con facilità e lacerandoli a ogni minimo contatto con l'oggetto stesso. Questo è per Loos lo "spirito medievale" dell'oggetto che ne mina la funzionalità e conseguentemente la sua autentica riuscita estetica.

L'ornamento corrisponde a spreco di forza lavoro e di materiale, nonché spreco di capitale. Non è più neanche espressione della società.

Le Corbusier parla di triplice atteggiamento nei confronti dell'ornamento: quello dell'industria, del folklore e dell'arte, e l'industria ha usato la decorazione come cosmesi del prodotto da commercializzare, abbassando l'estetico alla dimensione di mercato.

Ma si può fare a meno del bello? Secondo Morris il bello è un diritto di tutti, e dunque il brutto è sintomo di un disagio sociale, d'altronde secondo l'economista e sociologo Thorstein Veblen la produzione non produce solo l'oggetto ma anche il consumatore, dunque se l'oggetto è brutto, significa che il produttore è brutto così come il consumatore.

Dunque l'estetica dell'oggetto è fondamentale quanto la funzionalità dello stesso. Il design producendo oggetti plastici esprime anch'esso come l'opera d'arte, lo sviluppo tra tecnica e arti figurative; esso rientra in quella dimensione di diffusione dell'artisticità che coinvolge sempre più fasce di popolazione.

Il grande problema del design è che non si può giudicare a pezzi, prima il punto di vista estetico e poi quello pratico o l'inverso. Maldonado rende chiaro questo punto affermando che il design non è scindibile dai fattori economici e dalla produttività industriale. Il prodotto di design ammette una coesistenza di più fattori nel quale nessuno è predominante: produttivo, costruttivo, simbolico, artistico.

Per Dorflès addirittura, non c'è distinzione tra la fase progettuale e l'estetico, anzi questi combaciano.

Per quello che viene considerato il padre del Movimento Moderno, Louis Sullivan il brutto doveva corrispondere agli oggetti e architetture la cui forma non seguisse la fun-

zione. “La forma segue la funzione” diventa il credo dei maggiori movimenti del periodo antecedente alla Grande Guerra, alla base dell’architettura razionalista e, nell’ambito più marcatamente del design, dei movimenti del De Stijl e del Bauhaus. Secondo questo tipo di approccio progettuale, la forma è secondaria rispetto alla funzione, addirittura ne consegue da questa. Nonostante il fatto che Gropius fosse contrario alla nascita di uno stile caratteristico della sua scuola, non si può nascondere a posteriori la chiara evidenza di uno stile basato sulla razionalità, l’economia, l’esattezza, ecc.<sup>19</sup>

Dopo il periodo delle due guerre che avevano sconvolto il Novecento, emerge come mai prima di allora la cosiddetta società dei consumi. In particolare durante gli anni Sessanta l’economia degli Stati Uniti e dell’Europa occidentale, inclusa l’Italia, attraversò un periodo di grande sviluppo.

In questo scenario di prosperità sempre più diffusa, non bastava più che un oggetto corrispondesse alla funzione pratica ma anche a quella psicologica, dunque estetica. L’assioma forma-funzione viene superata secondo Reyner Bahnam da due nuovi paradigmi: l’iconicità e la consumabilità. Il design diventa la pop-arte tecnologica per eccellenza, nasce l’idea di un oggetto allo stesso tempo totemico e consumabile, di cui l’automobile diventa l’esempio perfetto. L’oggetto pop deve ora vedersela con tre grandi strutture: produttiva, estetica ed economica.

Nonostante la ricchezza sempre più diffusa, l’accessibilità alle merci non si fa paritaria e cioè non tutti hanno gli stessi oggetti. Secondo lo studioso francese Baudrillard nel criterio stesso di esclusività del possesso dell’oggetto si crea la valorizzazione stessa dell’oggetto, nasce il valore simbolico: si realizza esattamente ciò che Marx aveva predetto e cioè che la logica feticista dilaga nella società del consumo. La stessa definita da Perniola come la società dei simulacri, nella quale avviene una derealizzazione della società e i significanti prevalgono sui significati. Anche nell’arte non ci sono più opere, ora ci sono esperienze: si realizza una sorta di vaporizzazione dell’estetico, legata

19  
Storia del design, R. De fusco

20  
Design, la fabbrica del desiderio, F. Carmagnola

IMG 26  
Lavatrice del 1935.  
Gli elettrodomestici erano visti come dei mostri agli inizi dello sviluppo tecnologico.

IMG 27  
Pubblicità di un tosaerba Streamline

IMG 28  
Pininfarina Etabetta, 1996.  
Un’automobile che ha tentato di ribaltare i canoni estetici delle auto prefissati.



forse a un’inflazione del bello, e dello stesso design, che non si fa più oggetto quanto invece informazione. L’estetico si riduce a produzione del desiderio.<sup>20</sup> Gli oggetti hanno una duplice caratteristica: quella di essere investiti di una specifica funzione e quella di avvolgere, inglobare tale funzione mediante un particolare aspetto esterno che deve assumere delle modalità più o meno costanti: che in poche parole deve diventare estetico. Il punto è che tramite la pelle che diamo agli oggetti veniamo a creare dei miti di cui la massa si nutre, si crea appunto il feticismo. All’interno di questo meccanismo feticista, quanto è im-

portante il gusto delle persone e quanto viene influenzato dalla produzione? Se tutti gli oggetti fossero standard, non si rischierebbe un appiattimento del gusto?

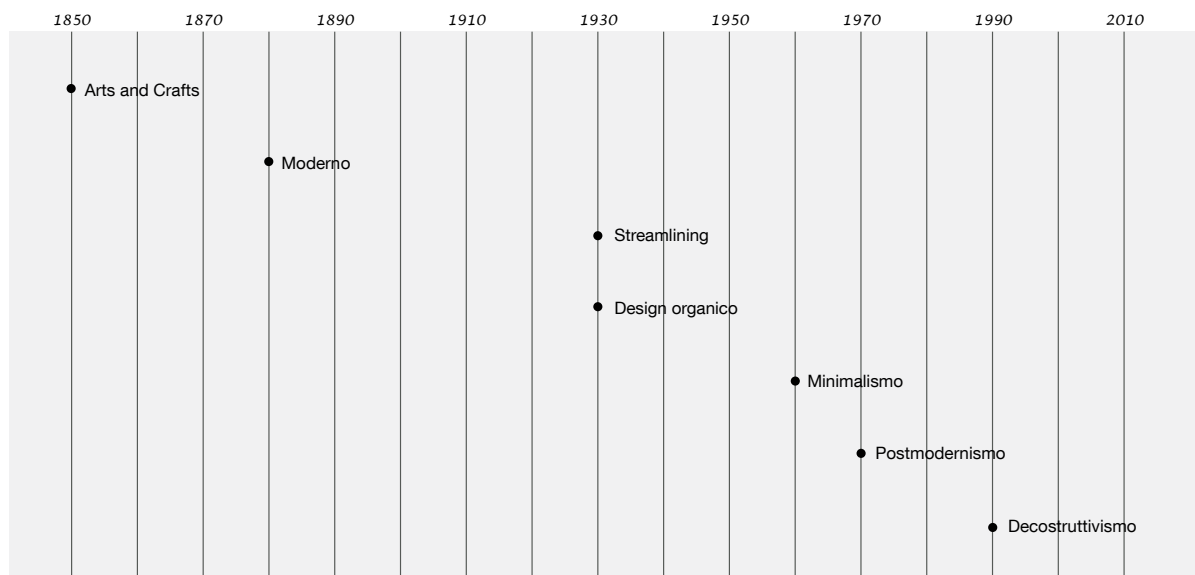
In questo modo si rischierebbe un'estetizzazione forzata, come nel caso della Kitsch, nato forse anche a causa del consumo di massa e della conseguente necessità di dover soddisfare i gusti della maggioranza.

Un gusto per il bello troppo facile e melenso lontano da un vero buon gusto.

Oggi gli oggetti devono rispondere a requisiti d'uso ma anche estetici e soprattutto simbolici. Possono essere oggetti totalmente anonimi e usa e getta, senza alcun legame magico con chi li usa, oppure essere dei feticci, in cui si concentrano tanti ricordi, e lo si carica di un'aura misteriosa e propiziatoria. O ancora, l'oggetto industriale, può rivestire quella carica estetica che di solito appartiene all'opera d'arte, prerogativa che non è più solo dell'oggetto fatto a mano, dell'unicum artistico.

Schema temporale dei principali cambiamenti di gusto

Principali cambiamenti di gusto



## 4.03

### Le rivoluzioni del gusto nella storia del Design

Il gusto estetico durante tutta la storia del Design ha attraversato diverse fasi ed è stato caratterizzato da molti stili diversi tra loro.

Il Design Industriale, per sua stessa natura, nasce con l'industria e da questa è fortemente dipendente.

Ogni rinnovamento in ambito industriale, dallo sviluppo di nuove tecnologie di produzione, alla definizione di nuovi macchinari, fino alla conoscenza di nuovi materiali influenza in maniera fatale il destino degli oggetti disegnati per la produzione industriale.

I primi mobili prodotti industrialmente, che conservavano il gusto per l'ornamento dell'800 mise in evidenza l'incoerenza del sistema, e spinse la produzione verso un nuovo stile, che fosse lo stile industriale.

Vengono così a delinearsi nuovi ideali estetici che più si allineavano ai valori della macchina: la semplicità della linea, le forme geometriche, superfici facilmente pulibili etc., erano il nucleo della nuova estetica.

Parliamo del Bauhaus, di Gropius e il sogno del Design democratico, che fosse il più facilmente producibile e di conseguenza economico, in modo tale che tutti potessero permetterselo.

L'ornamento viene bandito, e il bello non è più sinonimo di artigianato, ma ciò che veniva prodotto dall'industria.

Una delle rivoluzioni estetiche successive avviene nel Post-moderno, quando in particolare in Italia, nascono diversi movimenti di progettisti che si rifiutavano di disegnare per il sistema preconstituito, e inventarono un personale linguaggio immaginario. Alessandro Mendini, Ettore Sottsass, Andrea Branzi e tanti altri, diedero vita a un nuovo scenario domestico, dove le forme semplici furono sostituite dalla libertà formale degli anni '70.

Fino poi all'eccesso, rappresentato dagli oggetti di cattivo gusto di Gaetano Pesce, che pur di esprimere il suo di-



IMG 29  
LC3, Cassina, Le Corbusier,  
1928

Icona dell'austerità razionalista

IMG 30  
La cova, Poltronova, Ruffi G.  
del 1973



stacco dal consumismo funzionalista, nel rifiuto totale dell'estetica dell'industriale tradizionale rasenta il kitsch. Effettivamente non possiamo nascondere che il kitsch sia una delle categorie più importanti dell'oggetto moderno, come affermava lo stesso Baudrillard.

Nella società del consumo di massa, dove non si ha più bisogno di niente, e si desidera tutto, il design non guarda più a soddisfare le caratteristiche fondamentali di un oggetto d'uso, come la funzionalità, la produttività industriale, l'economicità, ma solo al significato simbolico dello stesso. Il progetto si risolve in una spettacolarizzazione che definisce il passaggio dalla progettazione dell'oggetto

a quella del gusto.

Oggi il design contemporaneo è ancora una volta chiamato a fare i conti con un nuovo sistema di valori e organizzazioni sociali e politiche; viviamo in quella che viene definita l'epoca post-industriale, le industrie vengono spostate all'estero, in Italia, quelle che rimangono, non sono più pronte ad investire o ad innovare come negli anni '90, e i progettisti devono ora fare innovazione contando spesso solo su se stessi. Nasce così la rivoluzione dei makers dei bit: l'open source apre la porta a un fenomeno mai visto prima, la totale condivisione di idee, sempre nuove e aggiornate a cui tutti possono accedere.

A questi si affiancano i makers degli atomi, ossia della materia concreta, che funziona più o meno allo stesso modo, spesso in un ibrido tra tecnologico e analogico. Tra questi ci sono gli autoproduttori, che non trovando una strada possibile nel percorso tradizionale della produzione industriale di serie, si affidano a piccoli artigiani locali, oppure producono essi stessi i prodotti che venderanno poi in maniera autonoma, tramite sito web e altri metodi alternativi. Di questo gruppo fanno parte anche quella nuova generazione di designer che costruiscono delle mini fabbriche nei loro studi, necessari per la produzione stessa dei loro oggetti.

Qui nasce una nuova estetica, quella del processo, perché ciò che importa più del prodotto è la narrazione della produzione dello stesso.

Insomma la rivoluzione estetica del design è legata ancora una volta a come cambia l'industria e il sistema produttivo.



IMG 31

*Ispirato a "The Widow", popolare litografia di Frederick Dielman esempio kitsch del tardo XX secolo.*

## 5 Il kitsch

---

## 5.01

### Il cattivo gusto, il brutto che piace

Inizialmente il termine kitsch equivaleva inderogabilmente a “cattivo gusto”, e come tale comprendeva tutte quelle forme di “non-arte”, “sublim-arte”, “pseudo-arte” che costituivano il pasto estetico (anzi anti-estetico) della borghesia trionfante.

La vera nascita del kitsch si deve situare verso la metà dell'Ottocento, in sintonia con l'avvento dell'industrializzazione e delle grandi borghesie europee, quando cioè i bisogni più primitivi stavano cominciando ad essere soddisfatti dalla maggior parte della popolazione, e gli strati sociali più poveri iniziarono ad imitare la ricchezza borghese, a sua volta ispirata a quella aristocratica, e cioè nello sfoggiare nelle vetrinette di casa collezioni di oggetti inutili e spesso di poco valore che però erano il simbolo che potevano permettersi anche ciò che fosse futile, indicando così il loro grado di agiatezza, o almeno ne davano una falsa e vistosa apparenza.

È infatti con la redistribuzione del bene artistico che si insinua e si sviluppa il germe del Kitsch.

#### Le categorie del Kitsch secondo Gillo Dorfles

- *cambio delle misure*
- *camuffamento-spiazzamento*
- *scarto metodologico*
- *presunzione di alternativa*
- *sentimentalismo*
- *simbolismo*
- *pura trasposizione*
- *mistificazioni*

#### Schema delle categorie del Kitsch di Gillo Dorfles

IMG 32  
Statuina di Ganesha

IMG 33  
Statuina di Sant'Antonio

IMG 34  
Statuina di Raffaella Carrà,  
"Trenta anni di Fiesta"

IMG 35  
Statuina

IMG 36  
Statuina Madonna Nera

IMG 37  
Statuina Regina del Regno  
Unito Elisabetta II





Il kitsch ha accompagnato nel corso del tempo il mutare dell'identità del soggetto novecentesco, divenendo di volta in volta il pretesto per indagare le questioni irrisolte della cultura borghese: dalla deriva del sentimentalismo romantico alla crisi dell'età moderna, dalla cultura di massa alle pratiche ibride della contemporaneità estetizzata.<sup>21</sup>

La parola kitsch si diffuse verso la fine dell'800 a Monaco, nei mercatini dell'usato, e nasce per indicare quei prodotti artistici di scarso valore e qualità. Le origini etimologiche sono alquanto incerte, si pensa possa derivare dal termine inglese sketch (schizzo), riferito all'abitudine dei turisti inglesi a comprare a poco prezzo una riproduzione di un quadro senza valore. Oppure potrebbe derivare dal verbo Kitschen (raccogliere fango dalla strada o far spacciare dei mobili nuovi per vecchi).

Come ci aiuta Kundera a spiegare *“il kitsch è la negazione assoluta della merda, in senso letterale quanto figurato: il kitsch elimina dal proprio campo visivo tutto ciò che nell'esistenza umana è essenzialmente inaccettabile”*.

Una cosa è definibile kitsch se provoca quel sentimento che può essere condiviso dal numero più grande di persone, che si connetta con ciò che sia radicato nel profondo dell'inconscio collettivo del momento storico, perché deve essere immediatamente e banalmente fruibile, totalmente accessibile dalla massa, qualsiasi sia l'estrazione sociale degli individui.

Se esiste questo tipo di estetica del prodotto vuol dire che esiste di contrappeso un uomo che lo apprezzi, ossia esiste l'uomo-kitsch, quello che lo produce e quello che è disposto a comprarlo e a volte a pagarlo pure bene.

Il design per un periodo si era posto come obiettivo quello di superare l'eteronomia tra l'utile e l'inutile, tra il valore artistico e valore d'uso, identificando nel bello anche l'utile, dove appunto la forma e la funzione coincidano.

Il design così aveva trovato la sua dignità, la sua purezza, proprio nell'opporsi al kitsch, al brutto gusto dei consumatori, così come alle pressioni dell'industria e dello styling.<sup>22</sup>

Negli anni Ottanta si parla di “estetica diffusa”. Sudjic dice

21  
Il kitsch, Andrea Mecaacci

22  
La società dei simulacri,  
Perniola M.

IMG 38  
Sale e pepe sotto forma di  
donna distesa, 2009

IMG 39  
Scarpe con raffigurazione di  
Obama B.

IMG 40  
Riproduzione della statua di  
Bruxelles “Manneken Pis”,  
come souvenir

IMG 41  
Orologio sveglia a forma di  
Moschea



che al designer non resta che la superficie, l'aspetto e le sfumature semantiche, tramite le quali si interpretano e comprendono i messaggi che un oggetto ci vuole lasciare. Il design industriale è dunque diventato un linguaggio fondativo della narrazione estetica della contemporaneità, nonché uno dei codici più riconoscibili del sistema della comunicazione globale. Ormai il consumo estetico dell'oggetto non è altro che la predominanza del gusto sulla tecnica, l'espressione estetica che precede la funzione meccanica.

Alle forme di contenuto, variabili nel tempo e nello spazio, corrispondono altrettante forme dell'espressione che tengono conto del clima, dei materiali locali e del costume di vita dei fruitori, nonché del loro universo ideologico e culturale. Lo stile non è dunque solo una convenzione estetica, ma si giustifica sempre come un nuovo codice che si appoggia su contenuti emergenti.

Il Kitsch non è stato solamente come l'ha definito Baudrillard nel 1972 "il nemico mortale del design", ma rappresenta una sorta di categoria estetica limite per comprendere il passaggio dal gusto modernista, che ha sostanziato la parabola classica del design, a quello postmoderno dell'estetica diffusa, come ci insegna Dorflès.

Ne Il Kitsch. L'arte della felicità di Abraham Moles si supera la dicotomia tra bello e brutto, e si parla piuttosto di arte e conformismo, documentando storicamente l'ascesa del kitsch, con quella della gusto borghese nel momento in cui si registra un eccesso dei mezzi sui bisogni. Il kitsch è chiara premessa dell'estetica diffusa, in quanto si nutre delle tre grandi categorie dell'estetica del quotidiano: il feticismo, l'estetismo e il consumismo. L'etica funzionalista era la risposta perfetta al kitsch, ma nello stesso tempo apparteneva a una logica anticapitalista, dunque è proprio il kitsch che viene a sciogliere questa contraddizione. La cultura del neokitsch si basa proprio sul superfluo, del consumo a oltranza, della promozione dell'obsolescenza, infatti si creano oggetti inutili dalla funzionalità fittizia, il ruolo significativo dell'oggetto oltrepassa quello funzionale.

23  
*Il Kitsch*, Gillo Dorflès

## 5.02

### Il Neo-Kitsch, la rivalutazione del kitsch

Negli ultimi decenni, molti elementi che un tempo avremmo attribuito al "cattivo gusto", sono entrati a far parte dell'arte, per cui la distinzione tra le due categorie contrapposte di arte e non arte si è fatta molto più problematica e spesso addirittura impossibile.

Alcuni artisti prendono in prestito elementi dal kitsch per dare maggiore risalto alla composizione volutamente dissacratoria.

Infatti l'arte di oggi deve fare i conti con la presenza del kitsch, e deve accettare un'oscillazione verso il basso, e forse proprio da questa immissione di cose dal basso possono nascere nuove forze creative per l'arte stessa.<sup>23</sup>

In seguito all'avvento dei mezzi di comunicazione di massa e in genere allo sviluppo di nuovi fattori informativi e comunicativi, l'intero mondo dell'arte ha subito un'incredibile metamorfosi e una sorta di rovesciamento e di de-costruzione o destrutturazione.

In "Elogio della disarmonia" Gillo aveva già precisato come nell'epoca che attraversiamo, alcuni principi, come quelli di armonia, euritmia, piacevolezza, siano ormai obsoleti, e come sia indispensabile accettare forme d'arte che si allontanino dagli ideali di bellezza un tempo prevalenti.

"Il vero abbaglio da parte di molti studiosi è di non saper distinguere tra quanto c'è di positivo in certe forme para-artistiche, ingiustamente disprezzate, e quanto invece c'è di negativo in altre forme esaltate come "spontanee", "popolari", mentre sono soltanto l'estrema propaggine epigonica di creazioni riallaccianti al passato".

Ormai bisogna estendere il concetto stesso di arte e scinderlo da quelle costanti di Genuss – di "assaporamento" – che un tempo presiedevano a ogni fruizione estetica.

Con il Postmoderno prevalse il risorgere di spinte più libere verso il decorativismo, per troppo tempo osteggiato. E questo portò, da un lato, ad accettare una ripresa or-



IMG 42  
Gnomi, Kartell di Philippe  
Starck, 2000

IMG 43  
Whippet Bench, panca, di  
Radi Designers, 1998



namentale spesso fantasiosa e vitale, ma anche a eccedere talvolta verso forme pleonastiche e velleitarie, con pericolosi ritorni di fiamma verso stilemi revivalistici.

Il fatto stesso di definire Kitsch alcune architetture e alcuni oggetti di design postmoderno, sta a dimostrare come oggi si possa accettare in alcuni casi la presenza consapevole e intenzionale di tali elementi, anche se gli stessi – secondo pregressi standard – sarebbero da includere nell’ambito del “cattivo gusto”.

Infatti il kitsch può essere utilizzato in una certa maniera per dare ad un ambiente un’atmosfera sofisticata proprio tramite la svalutazione-rivalutazione del kitsch.

IMG 44  
Poltrona Proust, Cappellini,  
Alessandro Mendini, 1978



Sempre in merito alla rivalutazione del Kitsch, prendiamo, ad esempio, il Camp, che non sarebbe altro che un kitsch redento e divenuto in, elevato agli altari del Gusto (i nanetti da giardino, le canzonette di San Remo, le false statue classiche gettate in cemento). E poi c’è la mid-cult, di cui fanno parti tutti quegli artisti, certo non disprezzabili, che però non hanno apportato alcun cambiamento, innovazione, che non sono inventori di nuovi linguaggi, ma si immettono all’interno di un sistema artistico già costituito e accettato.

L’oggetto Kitsch riproduce quello spiazzamento rispetto al reale che permette all’autentica opera creativa una nuova

collocazione rispetto al reale stesso e quindi una nuova conoscenza del mondo.

Solo che si tratta di una caricatura di quello spiazzamento, o meglio si tratta di far scivolare l'operazione dal piano dei principi a quello dell'effetto. Un bicchiere diventa nuovo ed originale nell'operazione Kitsch se le sue misure, per esempio, sono ingigantite, fuori scala rispetto alla funzione, ma quella funzione è ancora possibile, contrariamente al processo pop che si fonda sulla dimensione dell'inutilizzabilità. Oppure lo spiazzamento è ottenuto tramite il cambio del materiale, attraverso l'uso del materiale improprio, con il camuffamento della funzione, o il contrasto indebito tra la sua forma e ciò che realmente è. Un veliero che in realtà è un accendino, un accendino che sembra un rossetto, un rossetto che sembra la torre di Pisa.

Il kitsch ha la presunzione di offrire un'alternativa al processo di unificazione e massificazione formale del prodotto, tramite una continua manipolazione formale, facendo uso della memoria sentimentale, della trasposizione simbolica, in cui l'evidenza letteraria è in primo piano rispetto all'oggetto stesso. Ancora il kitsch si basa sulla ridondanza del messaggio, e sulla pura trasposizione, quando cioè delle grammatiche e tecniche vengono estratte da un contesto e ricollocate in altre, a livello del puro consumo.

IMG 45  
Comodino, Fornasetti



## The Nature & Aesthetics of Design

David Pye

di Imma Pezzella

*La bellezza delle cose è qualcosa che anche la poesia ha difficilmente saputo spiegare.*

*La bellezza non può essere descritta ma solo sperimentata, dunque la si deve trovare dentro di noi, come l'amore, per il fatto che come ogni altra esperienza non può essere spiegata, ma va vissuta direttamente. La definizione non sarà mai al pari dell'esperienza. Lo scopo del design è quello di promuovere la felicità umana. Quello che può oggettivamente fare è promuovere le condizioni per cui la felicità diventa praticabile.*



IMG 46

*La rivoluzione estetica del Postmodernismo e le sue forme estreme, oltre i canoni estetici del Moderno.*

## 6 Il postmoderno



23  
Wikipedia

IMG 46  
Illustrazione di una radio ispi-  
rata allo stile Memphis, di  
Lettera D.

IMG 47  
Fenicottero artificiale rosa,  
Gino Marotta, 1973

## 6.01

### Il postmoderno e le forme estreme

Già alla fine dell'800 Nietzsche ci annuncia la morte di dio, racconta di un cambiamento epocale dell'umanità, artefice dell'omicidio di dio, perché ormai non crede più. Ma l'umanità non era ancora pronta ad accettare questo totale sentimento nichilista. Nella seconda metà del '900, è ormai palese questa scomparsa di certezze, e questo fenomeno toccò anche l'estetica, e i campi di cui essa si occupa. Questo è quello che viene definito postmodernismo, quel sentimento che cresce durante il corso del '900, che mise in crisi la modernità, l'illuminismo, la classicità stessa, insomma il mondo intero si trovava senza più punti di riferimenti saldi a cui guardare.<sup>23</sup>

Tutto ciò ovviamente colpì anche l'ambito della progettazione industriale.

Un tempo si compravano o si ammiravano solo oggetti se non utili, almeno obiettivamente belli, ricordiamo infatti una frase di William Morris: "se si vuole una regola d'oro in grado di soddisfare chiunque eccola: non tenere in casa propria nulla che non si ritenga utile, o non si consideri bella."

Con il Postmoderno, e la fine di ogni certezza umana, anche la bellezza finisce di essere una certezza, e comincia ad essere ammirata la bruttezza. Il kitsch improvvisamente si trova ad essere in auge, quando invece si considerava solo robbaccia di brutto gusto. Ora sembra invece che il gusto volga sempre più verso il brutto, il kitsch, il trash vengano apprezzati, e i vecchi canoni di bellezza sdoganati.

Che fine ha fatto il classico? Dice David Pye che il design ha il compito di rendere la vita delle persone più felice. Oggi forse le persone sono più felici con oggetti che non sono classicamente definibili belli.

Il Postmodernismo è un momento estetico rivoluzionario, palesa un grande cambiamento del gusto, ha sdoganato gli stilemi moderni del disegno industriale e ne apporta di

nuovi e mai concepiti prima.

I parametri del bello razionalista vengono negati, si agisce addirittura in maniera opposta: la forma viene prima della funzione.

Nel 1966 una prima precisazione di progetto postmoderno fu espressa da Robert Venturi in "Complexity and Contradiction in Architecture". Qui, la complessità e la contraddizione dell'architettura furono contrapposte al celebre motto di Mies van der Rohe *Less is More*, atto di fede del Movimento Moderno. Piuttosto *Less is a bore*, "il meno è una noia", e sicuramente *More is no Less* "il più non vale di meno". Allo stesso modo *Form Follows Function* (la forma segue la funzione) diventò *Form Follows Fun* (la forma segue il divertimento) o addirittura *Form Follows Fiasco*, come titola sarcasticamente il saggio di Peter Blake.

Come Ernesto L. Francalanci racconta nel suo *Estetica degli oggetti*, è con il Postmodernismo che la bellezza è tornata a essere l'orizzonte delle cose, tant'è che possiamo guardare alla storia dall'Ottocento in poi come una progressiva ipersignificazione che le merci hanno conquistato grazie all'inserimento al loro interno di una nuova qualità energetica, che ha saputo trasformarle in entità dotate di forte attrattività.

Lo stesso Dorfles ci parla della funzionalità estetica degli oggetti.

Infatti, ne *Introduzione al disegno industriale*, Dorfles afferma che una delle condizioni necessarie del design "è una maggiore o minore – ma comunque sempre presente – esteticità del prodotto sui cui valori ovviamente sarà arduo intendersi, ma che dovremo ipotizzare come momento essenziale d'ogni opera del design".

E ciò si comincia ad avvertire in modo particolare proprio con il Postmodernismo, quando la produzione estetica è integrata nella merce e la "frenetica necessità economica di produrre nuove linee di beni dall'aspetto sempre più inconsueto (dal vestiario agli aeroplani), con un giro d'affari sempre più grande, assegna all'innovazione e alla sperimentazione estetiche una funzione e una posizione strutturali sempre più essenziali". (F. Jameson)

25

Una generazione esagerata. Dai radicali italiani alla crisi della globalizzazione, A. Branzi

IMG 48

il gruppo Memphis al completo nel boxing ring Tawarayama di Masonori Umeda, 1981



Negli anni '60 un numero crescente di designer d'avanguardia iniziarono a ribellarsi alla stilizzata eleganza del modernismo. I designer cosiddetti radicali fondarono collettivi autonomi e nel 1966 questi gruppi erano ormai noti come movimento radicale e antidesign. Rifiutavano i valori formali del neomodernismo italiano, e si prefiggevano il compito di rinnovare il ruolo culturale e politico del design, cercavano di minare il buon gusto e i principi estetici elitari sostituendoli con tutti quei valori a cui il modernismo si era da sempre opposto: l'effimero, l'ironia, il kitsch, i colori intensi e la distorsione delle proporzioni, che mettevano in discussione il valore prettamente funzionale di un oggetto. Questo tipo di approccio alla progettazione divenne in seguito nota come postmodernismo.

Andrea Branzi parla di generazione di esagerati, la sua, schiacciata tra la Guerra Fredda e il Miracolo Economico. Per superare questo enorme contrasto i cosiddetti radical designers utilizzarono il conflitto politico non come categoria ideologica ma come tema figurativo, che coinvolgeva anche la cultura Pop ed era in grado di rendere visibile quei tempi.<sup>25</sup>

Prendiamo ad esempio il collettivo milanese di design e architettura fondato da Ettore Sottsass: Memphis, attivo tra il 1981 e il 1987. I loro progetti erano caratterizzati dall'uso di colori vivaci e forme geometriche, con un sapiente recupero del Kitsch.

Secondo Memphis il progetto è il rapporto con una serie

di problemi e la loro interrelazione, ed è un rapporto non sistematizzabile perché obbedisce alla logica dell'occasione. Coerentemente con questo atteggiamento e con l'idea che non esistono realtà oggettive ma forme e percezioni culturali, quando i designers Memphis hanno cominciato a progettare, invece di compattare e tenere insieme gli oggetti con una struttura, li hanno squarciati, fatti esplodere, disintegrati, per poterli leggere e manipolare come sistemi di segni. Un mobile Memphis è un assemblaggio linguisticamente controllato dove la figura finale non è il risultato di un racconto progettuale sostenuto da coerenza costruttiva ma un frullato di possibilità, un accidente che rappresenta la logica variabile e instabile delle parti che lo compongono: volumi spezzati in superfici di diversa natura, superfici a loro volta frantumate dentro decori e diversificate da textures, materiali, colori.

“Lo stile Memphis – dice Swoden – è di allargare l'area stilistica, di non accontentarsi mai di quello che è stato fatto, di andare continuamente a cercare uno stile.” È la fiducia in una permanente inquietudine creativa.<sup>26</sup>

Nasce il concetto di “arte utilizzabile”. Infatti questo periodo rappresentò un passaggio da una produzione unicamente industriale a delle produzioni di pezzi unici o di edizioni limitate, tra queste ci sono le più recenti opere di Tom Dixon e Ron Arad.

26  
*Memphis Design*, Radice B.

27  
*Il design dei nostri tempi*,  
Russo D.

## 6.02

### Fine dell'innocenza

Quest'idea di un perenne, accelerato consumo e mobilità stilistica e della possibilità di un continuo aggiornamento e diversificazione dell'immagine, prevede un mutamento di base degli atteggiamenti manageriali e della logica tradizionale dell'industria, in sintonia dell'avvento della cultura post-industriale che non è più monolitica, monocentrica, e monocorde ma polivalente, settoriale, decentrata, “transistorizzata”, prevede cioè che l'industria si aggiorni sulla base della cultura che ha contribuito a creare.

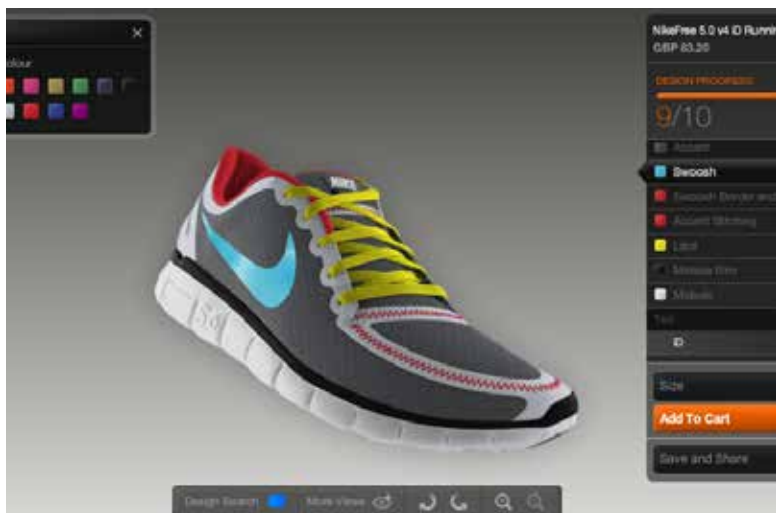
“Il progetto tradizionale di design era indirizzato ad individuare oggetti e prodotti standard per grandi mercati di massa, prodotti che rappresentavano una sezione neutra e dovevano andar bene per tutti. Ma nell'interno della società attuale, che i teorici chiamano post-industriale, i grandi mercati di massa sono scomparsi, sostituiti da un mercato policentrico, cioè da diversi mercati settoriali, organizzati attorno a gruppi culturali attestati su linguaggi, tradizioni, comportamenti diversi.”<sup>26</sup>

Se nella seconda fase della Rivoluzione Industriale l'arte ha potuto predisporre alla “tecnica di riproduzione, moltiplicando la produzione”, vale a dire ai processi industriali, come registrava acutamente Walter Benjamin, nella terza fase il prodotto viene predisposto per essere veicolato con successo attraverso i mass media e conseguentemente spettacolarizzato.<sup>27</sup>

Se il prodotto non si afferma nei flussi mediali, retrocede nell'anonimato, perché “è l'industria informatica, intrecciata al sistema dei media e involupata nella rete, a rappresentare il modello di riferimento della cultura industriale di oggi.” ( G. Anceschi)

Nel sistema attuale il prodotto stesso viene pensato in funzione mediatica, in base a quanto quel prodotto sia coerente con l'immagine dell'azienda, e soprattutto alla capacità di costruire un microevento, di “bucare lo schermo”.





IMG 49  
Screenshot dal sito della Nike, nell'applicazione per la personalizzazione della scarpa.  
[http://www.nike.com/it/it\\_it/c/nikeid?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.it%2F](http://www.nike.com/it/it_it/c/nikeid?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.it%2F)

28  
*Il design Industriale e la sua estetica*, Dorflès G.

La nostra epoca è stata definita “post-fordista”. Se il fordismo si basa sulla grande serie di prodotti standardizzati, il postfordismo contempla la produzione differenziata all'interno della serie continua (specializzazione flessibile). Così se il fordismo vuol dire “pochi modelli per molti esemplari”, il postfordismo significa esattamente il contrario: “molti modelli per pochi esemplari”.

Il mercato diviene sempre più frammentato in tanti piccoli mercati, nei quali il prodotto di nicchia si è dimostrato competitivo e in grado di essere diffuso attraverso flussi di merci e informazioni.

Il postmoderno ha portato al proliferare di un design giocattoloso che perdura nel tempo in un filone di progetto ad alto tasso simbolico.

Il valore del prodotto, o meglio ciò che lo rende interessante e fa sì che qualcuno sia disposto a comprarlo, non è il valore d'uso, non è più l'utilità nuda e cruda, ma la “qualità energetica”, il valore estetico, il simbolo incarnato.

Il simbolo con il postmoderno divenne sempre più importante, diventò strategia commerciale, grazie anche alla grossa attenzione dei mass media su ogni prodotto, fino a caratterizzare il panorama merceologico e in generale visivo. Se la qualità simbolica può rappresentare la funzione dell'oggetto e questo può essere inteso prima di tutto come un'immagine (significante), il postmodernismo ha reso la funzione simbolica più rilevante di quella pratica e per certi versi autonoma, rendendo l'immagine delle cose il

fulcro stesso del progetto, anche indipendente dalla funzione d'uso, purché si dimostri commercialmente e mediaticamente (con)vincente.

Un oggetto che entra nel mercato sarà maggiormente richiesto se più nuovo o insolito. Più di qualsiasi opera d'arte il valore di un oggetto viene a scadere inesorabilmente, una volta che l'inaspettatezza formale, dunque estetica dello stesso, venga sbiadendo. Il valore dell'oggetto sta non solo nella sua utilità, ma quanto più nel suo valore simbolico, nella novità della sua forma, e non appena quella qualità comunicativa venga meno, il valore dell'oggetto decade, e a differenza dell'oggetto artistico non persiste nonostante sia andato smarrito il valore informativo. In queste ultime, infatti, l'usura e l'invecchiamento sono meno sensibili, non solo, ma non basta l'inaspettatezza e la novità a crearne la validità.<sup>28</sup>

I valori formali dell'oggetto industriale sono sensibili al decadimento così come gli altri aspetti della vita quotidiana legata alla moda. È dunque errato affiancare i canoni estetici che regolano la produzione industriale con quelli delle opere d'arte. Tutta quanta la particolare atmosfera di piacevolezza legata al lento deteriorarsi delle opere, la patina dell'antichità, l'aspetto di rudere d'un'antica architettura, non possono entrare in gioco nella valutazione d'un'opera industriale; a meno che questa venga a smarrire completamente le sue caratteristiche di oggetto funzionante e funzionale per convertirsi in frammento, in rottame, in relitto d'una civiltà tramontata, assumendo allora delle connotazioni ben diverse da quelle per cui è stata creata e venendo a smarrire completamente la sua vera e propria qualità funzionale.



IMG 50

*"Terrific design!"*

Sole24ore

## 7 Forma, materia, simbolo

---

## 7.01

### Che cosa s'intende per brutto design?

Il fotografo milanese Gabriele Basilico interrogato sul brutto design dice: "il brutto design non è design". Egli negava la possibilità stessa che si possa produrre un brutto design, perché verrebbero meno i principi base del design stesso, il cui scopo non è certamente quello di produrre qualcosa di brutto.

Occorre fare una distinzione tra i prodotti fatti male e quindi classificabili come brutto design e le manifestazioni del brutto nel design, le forme del brutto appunto, e la loro influenza positiva, creativa su di esso.

Noi non ci occuperemo del brutto design, se non in piccola parte, ma indagheremo le possibilità del brutto e le sue forme nel design, cioè quelle forme che si differenziano dall'estetica predominante.

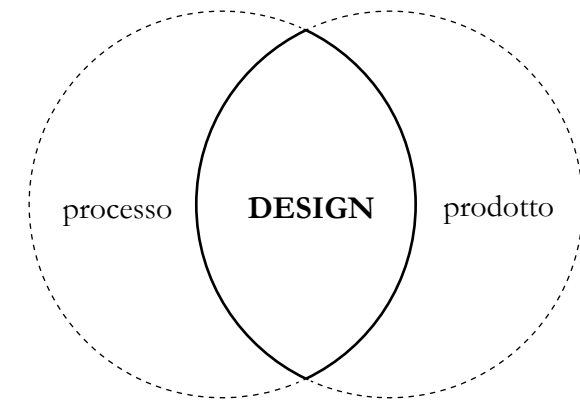
Secondo il filosofo Tomás Maldonado il design è "insieme prodotto e processo dal quale viene concepito, ossia è una coesistenza di più fattori: produttivo, costruttivo, economico, simbolico e artistico". Dall'unione delle due concezioni, quella di Maldonado e di Basilico, si può dire che il brutto design esiste quando non viene rispettata la coesistenza di questi fattori.

In termini generali potremmo dire che il brutto design è: volgare, malfatto, irrispettoso dell'ambiente e il suo ciclo di vita non è stato pensato in maniera sostenibile. In un'intervista Dieter Rams<sup>28</sup> dice di essere arrabbiato con il design di oggi, e si riferisce soprattutto alla quantità impressionante di oggetti totalmente inutili per condurre una vita che può definirsi felice. E ancora, pensiamo alle cosiddette cinesate, o agli inutili gadget che non rispondono a nessun vero bisogno della persona. La domanda da porsi sarebbe questa: perché vengono acquistati i prodotti, pur non essendo ben fatti? Il fatto che non corrispondano a quello che Maldonado ritiene essere design, non cancella la realtà in cui viviamo nella quale viene permessa la

29  
www.fastcodesign.com

IMG 50  
Illustrazione ispirata alla de-  
formazione degli oggetti,  
Lettera D.

Schema: il design è insieme  
di prodotto e processo, e  
come tale dev'essere giu-  
dicato



produzione industriale di questo tipo di oggetti.

La futilità non indica necessariamente che si tratti di brutto design, difatti molti oggetti pur essendo inutili rispettano la concezione di Maldonado.

Basti pensare agli innumerevoli prodotti di grande successo venduti alla Rinascente di Milano. Sembra quasi che le persone tendino a circondarsi di oggetti giocattolosi, che rendano la vita meno triste, e le azioni quotidiane più gioiose. Alessi è stata una delle prime aziende a combinare funzione e ironia, senza cadere troppo nel cattivo gusto, o nel kitsch, che negli ultimi tempi sta comunque vivendo una grande rivalutazione.

Bisogna stare attenti al vero brutto design, perché ad esso corrisponde l'uomo brutto, che lo produce e che lo compra. Il brutto design è come un campanello d'allarme di una società brutta, malsana, che non si nutre di bellezza (e di oggetti belli) ma che si accontenta e si culla nella bruttura della produzione più becera.

Ma cosa s'intende per design volgare? L'ostentazione della marca ne è un esempio, la ripetizione ossessiva del brand è da sempre ritenuta tale, perché è pari all'ostentazione della propria ricchezza. Quando l'apparizione della marca è più importante del prodotto stesso è sintomo di un chiaro problema di progettazione, perché pone la ricerca della bellezza del prodotto in secondo piano rispetto alla mar-

ca stessa. Ancora, volgare può essere considerato ciò che manca di cultura, di rispetto dell'ambiente e degli uomini; ciò che è grossolano, ordinario, rozzo. Ciò che appare inappropriato, pacchiano, dozzinale.

Un'altra categoria del brutto design è il falso: parliamo di contraffazione, un fenomeno molto diffuso, che nel sistema della progettazione industriale si cerca di limitare tramite il brevetto. Ma nonostante ciò, rimane difficile controllare un mercato dalle dimensioni globali come quello in cui siamo inseriti, per cui moltissimi sono i casi di falsi. Una parte del brutto design richiama il trash, un concetto vicino al kitsch, definito come "l'orientamento del gusto basato sul recupero, spesso compiaciuto e esibito, di tutto quanto è deteriore, di cattivo gusto, di pessima qualità culturale".<sup>30</sup>

30  
Enciclopedia Treccani

Schema dei prodotti analizzati nella definizione delle categorie di forma, materia e simbolo.

31  
Storia della bruttezza,  
Eco U.



forma ← ----- → simbolo

## 7.02

### Forma, materia, simbolo

L'espansione del design va di pari passo con l'estetizzazione dei prodotti di consumo. È evidente infatti che, con la saturazione dei mercati il design arrivi a incorporare elementi estetici e simbolici - talvolta anche pacchiani o pseudo-artistici - che possono fare la differenza in termini commerciali.

Come afferma Fulvio Carmagnola, bisogna rivedere il concetto di estetica tradizionale, non si parla più di bellezza perfetta, l'estetica odierna è impura.

E infatti il mercato si arricchisce (o impoverisce) di prodotti che sfruttano la forza attrattiva del brutto e le sue categorie che, come il kitsch, stanno modificando i gusti e stanno entrando nella sfera d'accettazione estetica odierna. Per cui il consumatore non è più spaventato da un cuscino a forma di tortello, o da un tavolo dalle sembianze di un ragno, o dall'evidente asimmetria delle parti, ma è spesso conquistato al punto da comprarlo.

Per rendere interessante o diverso un oggetto, oggi si fa appello al brutto: che paradosso!

La sensazione di brutto può scaturire in due modi: la prima è naturale, libera da ogni preconetto, che nasce in maniera spontanea di fronte a qualcosa che risulta deforme, trasformata, non in linea, asimmetrica. Paradossalmente i canoni della bellezza classica sono già insiti nello sguardo di chi osserva, e non serve un critico d'arte per dire se un viso è deforme o no. Dunque esiste una bellezza (e quindi anche bruttezza) che si può giudicare in maniera naturale e spontanea. Di questa fanno parte le manifestazioni del brutto del gruppo forma/materia, delle quali per capirne la bruttezza, non si necessita di informazioni insite nell'osservatore, e non importa la provenienza sociale né culturale.<sup>31</sup>

Nel gruppo forma/materia rientrano i prodotti in cui convivono linguaggi formali o materici, che sembrano incom-

patibili tra loro. Dunque la prima impressione da parte dell'osservatore sarà quella di incomprensione, e non di apprezzamento. Le stesse caratteristiche che fanno odiare l'oggetto al primo sguardo, sono quelle che, in un momento successivo, rendono l'oggetto prima particolare, poi piacevole, addirittura adorabile. Come ci dice Donald A. Norman, "il conflitto a diversi livelli emozionali è comune nel design: i prodotti reali provocano una serie continua di conflitti".<sup>32</sup>

Dunque esistono diversi livelli emozionali: il livello viscerale che è pre-coscienza, pre-pensiero, nel quale l'impatto visivo vince su tutto, infatti il design viscerale riguarda l'impatto iniziale con il prodotto, l'apparenza, il tatto, le sensazioni che provoca. L'autore di Emotional Design, ci parla poi del livello comportamentale, dove vengono presi in considerazione diversi aspetti: funzione, prestazione e usabilità. Se l'utente riesce a usarlo senza problemi, allora ne avrà un'esperienza positiva. Segue poi il livello riflessivo, in cui risiedono la coscienza e i gradi più elevati dei sentimenti, delle emozioni e del razionalità. Questo è il livello più sottoposto all'impatto della cultura, dell'esperienza, dell'educazione e delle differenze individuali. È qui che si capisce come mai un prodotto può sortire effetti differenti in base ai fruitori, alcuni giudicano disgustoso o spiacevole o addirittura pauroso ciò che per altri risulta attraente e seducente.

Ciò che vale per le persone può, quindi, accadere anche per gli oggetti?

Spesso, infatti, quando si incontra una persona per la prima volta con una caratteristica peculiare, come può essere un naso storto, lo stesso dettaglio, di per sé imperfetto, col tempo può diventare ciò che la rende interessante, diversa dunque apprezzabile.

Allo stesso modo, un alimento detestabile al primo assaggio può diventare uno dei più prelibati. Tutto ciò ha che vedere con il livello viscerale, che si è evoluto per proteggerci. Nonostante ciò, anche le esperienze più pericolose o paurose, sono le più popolari e ricercate, come i racconti del terrore, i film d'orrore, gli sport rischiosi... Ovviamente-

32  
*Emotional design. Perché amiamo (o odiamo) gli oggetti della vita quotidiana,*  
Norman D.A.

IMG 51  
Ciotola lavorata secondo la tecnica del Kintsugi

IMG 52  
anonimoitaliano, Patrizi G.

IMG 53  
Hybrid, Piatti del gruppo di designer Ctrlzak, 2011



te il piacere del rischio varia di persona in persona. L'imperfezione risulta essere un valore aggiunto all'oggetto, ancor più della perfezione.

Le cose imperfette, spesso vengono apprezzate perché considerate uniche ed esclusive, ad esempio gli oggetti in vetroresina che Il laboratorio dell'imperfero disegna e produce nella propria bottega a Gambettola (FC).

*“La collezione di oggetti e mobili di design, ispirata all'imperfezione della materia vuole esprimere una sintesi fra natura e artificio che diventa familiare, domestica.*

*Nato da uno stampo comune, ogni pezzo viene carteggiato, dipinto e lucidato a mano. La lavorazione è differente per ogni genere di oggetto, una personalizzazione attenta e minuziosa che permette a tutti gli elementi di acquisire identità ed unicità, oltre all'estrema cura del dettaglio figlia di una sapiente manifattura artigianale.”<sup>33</sup>*

Il brutto materiale è l'imperfezione propria del materiale, nell e crepe che possono manifestarsi, che nel caso della tecnica giapponese del *kintsugi*, letteralmente “riparare con l'oro” possono essere sfruttate: consiste nell'utilizzo di oro o argento liquido o lacca con polvere d'oro per la riparazione di oggetti in ceramica (in genere vasellame), usando il prezioso metallo per saldare assieme i frammenti. La tecnica permette di ottenere degli oggetti preziosi sia dal punto di vista economico (per via della presenza di metalli preziosi) sia da quello artistico: ogni ceramica riparata presenta un diverso intreccio di linee dorate unico ed ovviamente irripetibile per via della casualità con cui la ceramica può frantumarsi. La pratica nasce dall'idea che dall'imperfezione e da una ferita possa nascere una forma ancora maggiore di perfezione estetica e interiore.<sup>34</sup>

La visione del mondo giapponese, o estetica, ossia il *wabi-sabi*, descritta come bellezza imperfetta, impermanente e incompleta è infatti fondata sull'accoglimento della transitorietà delle cose.

L'imperfezione del prodotto è stata celebrata durante un salone del Mobile di Milano, dal PadiglioneItalia con l'esposizione “La disfunzionalità mediterranea”, attraverso cui sondare le infinite possibilità di un mondo latino e dei

33  
[www.imperfetolab.com](http://www.imperfetolab.com)

34  
[wikipedia](https://en.wikipedia.org/wiki/Imperfezione)

IMG 54  
*Schale,*  
Meneguzzo F., 1960

IMG 55  
Oggetti in ceramica trafilata,-  
Mango R., 1954

IMG 56  
Deform, Milena Kraus



suoi oggetti immersi in uno stato “imperfetto dell'essere”. Disfunzionale rispetto alla norma, agli standard, ai canoni, alle aspettative in auge. In pratica l'errore può essere un plusvalore, una diversione (dall'ordinario) che diventa eversione del proprio status.

La disfunzionalità è all'antitesi del banale:

una piccola, inaspettata, deformazione può fare una grande differenza!<sup>35</sup>

Parte del brutto materiale e formale è il design del riuso, creato non tanto per evitare lo spreco, quanto per proporre un modo diverso per considerare le cose, soprattutto quelle semplici della quotidianità. È il design di una nuova classe di progettisti internazionali che tentano di scrollarsi di dosso il linguaggio postmoderno e gli eccessi stilistici degli anni Ottanta.<sup>36</sup>

Questa design frugale, talvolta eccessivo nel suo pauperismo, è il segnale di un disagio diffuso nei confronti della società consumistica, anche se non rappresenta una reale soluzione al problema della sostenibilità. Un disagio che, paradossalmente, si manifesta adottando le stesse logiche degli anni Ottanta e cioè, ancora una volta, proponendo singoli oggetti da immettere nel circolo vizioso del consumo: il trash.

Avvertiva Gillo Dorfles che “non bisogna dimenticare che un tempo il riuso avveniva per ragioni di economia”. Oggi, il riuso sembra rappresentare il massimo del lusso, dato che per costruire il suo lampadario Eccetera (Asap 1997) con un colino e tanti pentolini-giocattolo in plastica made in China, infilzati su sottili spiedini di metallo, Massimo Varetto, uno dei più estrosi designer di resurrezione dell'attuale panorama artistico, ha impiegato molti mesi.

Il design trash, poiché in sostanza non rappresenta una soluzione realmente ecologica, vale per il suo messaggio. Un messaggio di libertà dalle convenzioni estetiche, dalle regole consumistiche, dai dettami stilistici, che non intende dare risposte definitive, ma solo proporsi come ipotetico linguaggio alternativo.

Questi oggetti trash, prevalentemente inutilizzabili, talvolta ironici, sovente solo rozzi, raramente eleganti sono

35  
<http://padiglione-italia.com/2014/03/31/disfunzionemediterranea/>

36  
Oggetti Risorti, Morozzi C.

IMG 57  
Fomasier bowl, Damiani L.

IMG 58  
C'est du beton, Charlot M.

IMG 59  
Mertixell Mir Sofa, Myers F.,  
1980



come campanelli d'allarme che suonano sguaiatamente per avvertire che qualcosa deve cambiare.

Il brutto simbolico fa uso delle esperienze e conoscenze pregresse dell'individuo per innescare in questi il sentimento del brutto. Quindi sfruttano le forme del brutto già consolidate nella società. Come per esempio una pistola, oppure una bomba, che sono tutti simboli di guerra, morte e distruzione.

Si usano quindi figure culturalmente poco piacevoli nella definizione della forma di un prodotto, senza un reale riscontro funzionale.

Oggi ci troviamo di fronte a un tipo di design diverso da qualsiasi altro perché non gli si chiede semplicemente di funzionare, ma viene richiesto quasi esclusivamente di soddisfare la funzione estetica.

Alcuni oggetti di design, infatti, vengono commissionati da galleristi, cosa che prima veniva riservata solo agli artisti, come dice il professor Pasca.<sup>37</sup> Quindi gli oggetti devono prima di tutto apparire, essere fruibili esteticamente, per essere collocati negli spazi espositivi dell'arte. Questo processo alimenta un tipo di design di lusso. L'obiettivo è di produrre impatto comunicativo proponendo l'insolito, l'anomalo, l'eccedente, come icone di una nuova spettacolarizzazione del quotidiano, capaci di "bucare lo schermo" della società delle ipermerci.

Nel momento in cui il design arriva a coincidere con l'immagine dell'oggetto che non si usa più (perché non si può usare), ci troviamo immancabilmente nel paradosso: l'oggetto nega se stesso - la funzione d'uso - ma funziona benissimo nel raggiungimento dell'obiettivo commerciale. Nello scenario attuale, infatti, molto design sembra affermare proprio questo: ciò che conta è quello che fa vendere il prodotto, ciò che serve a renderlo interessante, accrescendone il prezzo attraverso il desiderio incorporato.<sup>38</sup>

*"..le cose che la gente compra posseggono, oltre alle loro funzioni, anche significati, personali e sociali. I beni moderni sono riconosciuti come oggetti psicologici come oggetti che simboleggiano attributi e scopi, come simboli dei modelli sociali dei livelli di aspirazione"* (Bernard-Henri Lévy)

37  
*Il design nel futuro*, Pasca V.

38  
[http://www.treccani.it/enciclopedia/il-design-nel-futuro\\_%28XXI-Secolo%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/il-design-nel-futuro_%28XXI-Secolo%29/)

IMG 60  
Hidden beauty – inner skins,  
Studio Gutedort



Il brutto viene toccato e superato con questo progetto "Hidden Beauty". Le interiora degli animali vengono trattate e colorate per produrre degli accessori di bellezza.



Secondo il professor Flaviano Celaschi<sup>39</sup> la dispendiosità di alcuni prodotti viene abilmente camuffata dalla bellezza, ma per queste merci l'estetica non ha più niente a che vedere con le categorie del bello e del brutto. Si mescolano ancora indifferentemente le due espressioni di bellezza e di valore estetico, ma esse non sono logicamente paragonabili nella merce contemporanea.

Questa confusione a detta di Baudrillard è in realtà strategica, in quanto permette di conservare la concezione di un valore preindustriale: lo stile. Secondo Dorfles, gli oggetti industriali rientrano da sempre e a pieno titolo nell'insieme di oggetti destinatari del giudizio estetico, e per i quali "l'estetica del prodotto di consumo è l'estetica dell'arte popolare" (Baham).

Quindi l'oggetto contemporaneo, così quello del passato, deve confrontarsi con una "terza e autonoma facoltà dell'uomo, il sentimento di piacere o dispiacere, del quale l'oggetto bello è solo l'occasione".<sup>40</sup>

Dunque gli oggetti si confrontano con il problema del gusto, inteso come la facoltà di giudicare un oggetto in base al piacere o al dispiacere. Connesso al gusto è l'innovazione della forma, infatti esiste una domanda di "nuovo" secondo il concetto moderno determinato dall'accelerazione della storia. Le cose come ci aiuta a dire Baudrillard, stanno diventando la nostra consolazione, in un'epoca in cui stanno scomparendo le credenze ideologiche e religiose, gli oggetti dunque diventano la mitologia quotidiana che assorbe l'angoscia del tempo e della morte.

Una forma può evocare una serie di ricordi nella mente di un essere umano. Su questo tipo di emozione si basano molto gli oggetti kitsch, che richiamano alla memoria forme già viste, già trattenute nella nostra memoria, che dunque rendano l'osservatore meno distante dall'oggetto e più suscettibile alla sua potenza emotiva. Prendiamo ad esempio l'oggetto "monumento ricordo", il souvenir dalla forma del monumento più famoso della città visitata, come la Tour Eiffel, nel caso di Parigi. Giustamente ritenuto un oggetto kitsch, privo di valore per poter essere giudicato un'opera d'arte, nonostante ciò, pieno di valore

39  
Lusso versus design. Italian design, beni culturali e luxury system: alto di gamma & cultura di progetto, Celaschi F., Cappellieri A., Vasile A

40  
Storia dell'estetica, Givone S.

IMG 61  
Insectilix Lolly

IMG 62  
Contemporary Vanitas, Vaso In Capelli

IMG 63  
Orecchino fatto con escremento di alce

IMG 64  
Orecchino fatto con una pallottola, trovata in Cambogia.

IMG 65  
Peaceful Bomb Vase, Biaugust's Peace



emotivo per i ricordi che evoca.

Questi oggetti hanno un enorme valore commerciale, le persone vi associano un valore, soddisfano dei bisogni fondamentali, e dunque dovremmo chiederci “perché tutto questo successo popolare?” Si deve riconoscere la potenza del valore simbolico delle forme, degli oggetti, che possono richiamare nella mente di chi le osserva esperienze vissute, passate, oppure altri mondi di realtà immaginarie.

Alcune forme possono sfruttare la cosiddetta “*energia psichica*”, cioè quella attenzione mentale, tramite cui le persone si affeziono alle cose, e ancor di più alla relazione, ai significati e ai sentimenti che la cosa rappresenta.

Dopo il postmodernismo e l'avanzata del kitsch il design sembra pronto per assumere forme mostruose e ad elevato livello simbolico, libero di poter utilizzare linguaggi caratterizzati da elementi sgraziati che rispecchiano l'ascesa del cattivo gusto.

*“Divani a forma di grande nido, armadi come cabine da spiaggia, sedie a punto interrogativo, sgabelli-sasso, scaffali-fenicottero, cassettoni-rinoceronte, tappeti di ceramica, caffettiere che si animano in una sorta di magico balletto... Che cosa succede al paesaggio domestico quando è un artista (o architetto/artista) a mettere mano al disegno di mobili e suppellettili?”* (Isa Tutino)<sup>41</sup>

Il design simbolico si avvicina molto a un tipo di progettazione molto artistica.

Secondo Alain de Botton prediligiamo di più gli oggetti che ci comunicano le qualità e le caratteristiche di cui avvertiamo maggiormente la mancanza, in noi stessi e nel mondo intorno a noi. Se ciò fosse vero allora la fortuna del design-arte dovrebbe essere attribuita a una generale carenza d'immaginazione nella società del nostro tempo, il che non è da escludere.

Dalla metà dell'Ottocento i critici si sono a lungo arrovelati sul dilemma arte-non arte, riferito alle arti applicate e in particolare al design. Negli anni venti abbiamo una rivalutazione delle arti applicate, e una ribellione nei confronti di chi usava diversi criteri per giudicare oggetti

41  
*Arte del quotidiano, un percorso tra arte e design*, Jan-none, Lovi, Tutino

IMG 66  
Lampadario Eccetera, Asap, Varetto M.

IMG 67  
Erbale, Driade, Maffei S.

IMG 68  
Rag Chair 3700, Tejo Remy

IMG 69  
Anemone Light, Paolo Ulian



d'uso comune e opere d'arte. Ma più tardi questo punto di vista viene riconsiderato.

Bruno Munari dice che quando tutto è arte, allora niente è arte.

Sottsass diceva: *“dovrei sfatare l'idea che i designer abbiano a che fare con l'arte. Disegnare oggetti, infatti, ha a che fare con il loro uso e anche se sono ben disegnati non vuol dire che chi li ha fatti ha prodotto arte. L'arte è un'altra cosa, è prendere il fulmine con una mano e tenerlo lì per qualche istante. Il design, invece, è una professione abbastanza razionale o almeno razionalizzabile”*.

*“Se consideriamo la desiderabilità delle cose, allora saremo capaci di vedere gli oggetti utili nella giusta luce di cose a noi più o meno care”*.<sup>42</sup>

Nel 1970, la linea del design italiano aveva ormai conquistato tutto il mondo. Non si parlava ancora di Post-modern, però erano ormai entrati in crisi i canoni classici del design, così come erano stati tramandati nell'eredità del razionalismo, del Movimento Moderno. Si affacciava alla ribalta l'anti-design. Il mobile cercava di allontanarsi dal mondo limitato dell'oggetto d'suo, per acquistare nuovi valori, nuovi significati.

Negli anni Settanta, il gusto Pop e l'interesse per il Kitsch si avvertivano non solo nel mondo dell'arte, ma si riflettevano anche in quello del design.

Interessante è il lavoro di Gino Marotta che in quel periodo creava il suo eden traslucido, fitto di animali e piante di metacrilato dagli improbabili colori. Per lui si trattava di una provocazione, di una ricerca di un materiale squallido, usato però in modo poetico, per trovare un rapporto tra natura e artificio.

42  
*La forma del tempo*, Kubler G.

43  
*Itinerari estetici del gusto*, Giordanetti, Mazzocut-Mis, Scaramuzza

## 7.02

### Il valore estetico del brutto

La filosofa contemporanea Maddalena Mazzocut-Mis ci dice il brutto non è più bandito, ma viene effettivamente utilizzato nella ricerca estetica, come fertile stimolo alla creatività che si misura con le disarmonie dell'esistere.

Riconoscere la bellezza del difetto è importante nell'estetica, e anche nel design. *“Il bello è una categoria che non m'interessa”*, afferma l'architetto e studioso visionario Rem Koolhaas.

In realtà il discorso sul bello e il brutto passa in secondo piano, infatti nell'arte il brutto può essere bello. La discussione si sposta su un'altra opposizione: ciò che è degno di essere estetico e ciò che invece è insignificante. Il brutto può essere utilizzato e rappresentato per essere valorizzato in quanto tale, come fonte di piacere e di significati per il suo fruitore.

Nella descrizione del lavoro di Merel Witteman *“Aversive Aesthetics”* sull'estetica repulsiva si legge che l'avversione ha un effetto paradossale: più vogliamo scappare dalle cose disgustose, più ci sentiamo attratti da queste. C'è qualcosa di seducente nello shock di vedere film che non vogliamo vedere, odorare cose che non vogliamo odorare e sentire storie che non vogliamo ascoltare. Merel Witteman si pone come obiettivo quello di arricchire l'estetica innescando un'emozione eversiva: il disgusto.

*“Proprio nell'interessante si cela quindi la crisi transitoria del gusto. Essa può avere esiti assai diversi, ma altrettanto negativi. L'identificazione dell'arte con lo svago o l'evazione, oppure la sua riduzione a strumento morale e conoscitivo. Infatti l'arte, facendo ricorso a una sempre maggiore energia estetica, chiede continuamente nuovi stimoli sempre più forti e violenti. Il piccante, l'impressionante, l'insulso, ciò che produce shock, l'eccentrico, il ripugnante, e l'orrido, quali ultima convulsione del gusto agonizzante hanno appunto questa origine e giustificazione.”*<sup>43</sup>

*“Il bello non ha che un tipo. Il brutto ne ha mille. (...) Gli è che il bello, dal punto di vista umano, altro non è che la forma considerata nel suo rapporto più elementare, nella sua simmetria più assoluta, nella sua più intima armonia col nostro organismo. (...) Quel che al contrario chiamiamo brutto, è il particolare di un grande tutto che ci sfugge, e che si armonizza non già con l'uomo ma con la creazione intera. Ecco per quale motivo ci presenta senza tregua aspetti nuovi, incompleti”.*

(Victor Hugo, Cromwell, Prefazione 1827)

IMG 70  
Immagine del lavoro di Merel  
Witteman "Aversive Aesthetics"

Estratto da un'intervista a  
Di Remo Bodei

*“Il bello non problematico, cellofanato, si è trasformato in kitsch, cioè in qualche cosa che non produce più nessuna emozione estetica, perché semplicemente asseconda, liscia tutti i pregiudizi e tutte le forme percettive ormai consunte - complice fra l'altro, indirettamente, anche la fotografia, ritenuta per esempio, rispetto alla pittura, riproduzione pura e semplice della realtà; noi sappiamo che questo non è vero, nemmeno per la fotografia, ma comunque si credeva -, ecco, in questa situazione allora l'arte reagisce sperimentando qualche cosa che va al di là delle forme "fruste", come si chiamano, delle forme consumate, e quindi introduce, ad esempio in musica, in forma massiccia quelle dissonanze che già Mozart, per esempio, aveva sperimentato, o l'ultimo Beethoven. E le introduce per far sentire il dolore del mondo, una specie di pianto, che invece l'arte ufficiale, in genere sotto la grande ala dello Stato, cerca di eliminare in forma trionfalistica. Tutta l'arte veristica, l'arte dei trattori o delle colonne, del realismo più o meno socialista, per esempio quella sostenuta dal Lukacs, viene combattuta sia dalle avanguardie letterarie, sia in teoria, ad esempio, da posizioni come quelle dei filosofi della Scuola di Francoforte. In generale si pensa che nel cosiddetto mondo amministrato, regolamentato, tutto ciò che è in un certo senso armonico sia falso e che quindi l'arte deve recuperare tutto ciò che è stato condannato dalla società come brutto e messo da parte. In questo recupero avviene una presa di coscienza, perché noi, attraverso questi elementi che riusciamo a strappare alla condanna sociale riusciamo a recepire che cosa sono i pericoli per questa società, cosa teme questa società, di modo che le figure di Picasso, tutte contorte, hanno un valore di denuncia artistica, non soltanto sociale, che può essere espressa da un aneddoto che ha raccontato Picasso stesso: durante l'occupazione di Parigi venne un ufficiale tedesco nel suo studio e per prenderlo in giro, mostrando il quadro "Guernica", che rappresenta, come sappiamo, un bombardamento dei Tedeschi su questa città basca durante la guerra civile*

*spagnola, disse: "Chi è che l'ha fatto questo orrore, l'avete fatto Voi?". E Picasso risponde: "No, l'avete fatto voi", cioè voi Tedeschi, cioè voi nazisti che volete appunto stravolgere la realtà. Se invece di rappresentare fiorellini, rondini, si rappresenta l'orrore, questo orrore ha un valore di carattere catartico e pedagogico, cioè ci fa capire come è fatto il mondo e nello stesso tempo ci addita una dimensione utopica di come potrebbe essere il mondo diversamente.”*



## 7.03

### Il “bad taste” di Pazaurek

Il critico d'arte e direttore del museo di Stoccarda Gustav Pazaurek sviluppò un sistema per categorizzare tutti i possibili errori nel design, in base al quale scelse gli oggetti da esporre alla mostra “Cabinet of Bad Taste” nel 1919.

La prima categoria è quella degli errori del materiale: il materiale rovinato, come un legno nodoso, una lega povera, l'utilizzo di sostanze tossiche, difetti di stampo o di colore.

Tra gli errori di materiale poneva anche l'uso dei materiali da lui definiti bizzarri, ma che nel design contemporaneo sono molto diffusi, come materiali di scarto, nocchie, spezie, ghiaccio, sughero, corna di rinoceronte etc.. poi degli oggetti che sembrano artigianalmente prodotti, figli di ossessioni come ad esempio il *découpage*.

La violazione del materiale: quando cioè si utilizzano materiali non consoni allo scopo, oppure si sceglie un materiale troppo costoso o troppo buono semplicemente per ostentazione. Quando un materiale viene usato con lo spirito di un altro, usare uno stile che va bene per un altro tipo di materiale.

Richiami di materiale: l'imitazione cioè di un materiale, creando una sorta di mascheramento del materiale, peggio se quando il materiale che si usa per mascherare è più costoso di quello da imitare.

Passiamo agli errori di che Pazaurek definisce di errori di Design.

Errori nel bilanciamento dell'oggetto, o troppo leggero o troppo pesante. Errori di ergonomia, come maniglie non afferrabili, oggetti non lavabili, che si capovolgono facilmente.

Un oggetto che dice di assolvere a due scopi ed effettivamente risulta totalmente inadatto a entrambi gli scopi.

Presenza di componenti inutili. E infine gli oggetti copiati, palesi plagi di altri oggetti.

Seguono poi gli errori decorativi, che ai tempi di Pazaurek dovevano essere molto sofferti.

L'ornamento eccessivo: un'estrema concentrazione di spreco. Decorazioni utilizzate per imitare un altro materiale, oppure per distogliere l'attenzione da difetti.

Idee eccessivamente originali non rende l'oggetto più bello. Motivi decorativi sconvenienti, di altre culture o del passato. Spesso le decorazioni primitive seppur semplici vengono usati in maniera sbagliata e incoerente.

Una categoria a sé spetta al Kitsch, che lo studioso definisce spazzatura di massa. Cose economiche, senza attenzione per la scelta dei materiali, forma o decorazioni, ma nonostante tutto ancora capace di creare un qualche interessamento da parte dell'acquirente.

Queste le categorie definite da Pazaurek, alle quali sono state aggiunte altre in un secondo momento dai contemporanei che io ho classificato come categorie etiche.

Sono definiti brutti quegli oggetti che glorificano la violenza, i giocattoli nocivi, quelli che per la loro produzione sfruttano il lavoro minorile. Lo spreco delle risorse, come gli oggetti monouso, quelli che utilizzano dei materiali limitati in maniera irresponsabile e non sostenibile. Ciò che produce inquinamento in quantità ingiustificate. Gli oggetti che ostentano un potere assoluto dell'uomo rispetto agli animali, o che fanno uso di animali o vegetali in via d'estinzione. Progetti sessisti, razzisti, esclusivi.



IMG 71

*“Un bello e orribile mostro...”*

Giosuè Carducci , Il treno

 Nuove estetiche  
contemporanee

---

## 8.01

### Design e arte

Se esiste il designer che si fa artista, dobbiamo anche ammettere l'esistenza dell'artista che spesso e volentieri si fa designer.

Il sistema dell'arte sta diventando essa stessa un'enorme industria, dove le opere diventano prodotti, gli artisti semplici artefici, i galleristi negozianti e i critici agenti di commercio.<sup>44</sup> Insomma prima ancora dei designer che fanno gli artisti ci sono stati gli artisti che hanno fatto i designer. Molte opere infatti, spesso non vengono realizzate dagli artisti stessi, ma li commissionano, e allora presentano un livello di accuratezza propri dei prodotti industriali. Allo stesso tempo il pubblico non è più una comunità di fruitori-spettatori, ma sono diventati consumatori.

Il fatto che il design e l'arte siano due discipline sempre più intrecciate è dovuto anche e soprattutto a una questione fondamentale: la riproducibilità tecnica che ha travolto l'operato artistico. Durante il XX secolo l'arte ha dovuto confrontarsi con un cambiamento epocale, con l'industrializzazione. Il suo compito non poteva essere più lo stesso: doveva rinunciare alla rappresentazione mimetica della realtà e alla ricerca del bello, subendo così un grande cambiamento interno. Nel frattempo il design industriale prendeva il suo posto nella manifestazione del bello estetico conquistando quella valenza simbolica che fino ad allora era propria solamente della produzione artistica.

Il bello non è più interessante per l'arte che anzi usa come chiave di lettura l'anti-estetica come si vede in molte opere d'arte del contemporaneo.<sup>45</sup>

Il mondo sta diventando sempre più estetico e sempre meno artistico. Non possiamo più considerare come una cosa sola il bello estetico e il bello artistico, perché a differenza del primo, il bello artistico non può essere colto e compreso solo attraverso la percezione sensoriale, ma ci devono essere delle basi di conoscenza pregressa che ne

44  
*Designart*, Agudio E.

45  
*Anti-Aesthetics: Essay on Postmodern Culture*, Hal Foster

IMG 71  
Illustrazione, "Treno mostruoso", Lettera D.

IMG 72  
Oggetti surrealisti, Simeon Collectio

IMG 73  
Charles Trevelyan

IMG 74  
Sebastian Brajkovic alla Carpenters Workshop Gallery



permettano la fruizione.

“La designart potrebbe essere definita più o meno come quella produzione di opere d'arte che tenta di giocare con il luogo, la funzione e lo stile dell'arte mescolandoli con l'architettura, il furniture design e la grafica.”

Neal Jackson

Abbiamo qui la prima definizione di designart, termine usato dapprima per indicare una tendenza artistica che sperimentava con il design, e successivamente venne usato anche per quei designer che facevano “design d'arte”.

Già nel 2001 il confine tra i due ambiti era sufficientemente confuso e gli esemplari di design del pezzo unico cre-

scevano esponenzialmente, basti pensare a quelle mostre e fiere d'arte contemporanea come ad esempio quella di Miami, che vedono una presenza sempre più massiccia del design, accompagnata da un'esplosione dei prezzi di mercato e dei collezionisti di questi pezzi di design limited edition.

Nella società post-industriale c'è stato un epocale cambiamento di gusto e di percezione del prodotto industriale stesso. Se nel periodo d'oro dell'industrializzazione la grande ammirazione era tutta rivolta alla capacità di una produzione in serie massiccia, le cose sembrano essere cambiate, e l'oggetto raro diventa quello più desiderato. Il sogno dei moderni cala così nell'ombra, e diminuisce l'interesse per una qualità artistica per tutti, democratica e diffusa.

Con il fenomeno della designart alcuni capisaldi del design industriale vengono quindi messi in secondo piano, posti in discussione da un sistema di valori differente, guidato dall'avidità di guadagnare sul valore semantico più che su quello funzionale dell'oggetto.

La Carpenter Workshop Gallery di Londra è una galleria emergente proprio di designart di cui ho selezionato alcuni dei lavori da loro esposti in alcune mostre. La maggior parte di questi non rispetta le categorie estetiche classiche, anzi vi si oppone radicalmente. Le forme, le finiture, i materiali sembrano offendere addirittura il gusto tradizionale. Pezzi unici, scelti dai curatori della galleria proprio per la loro potenzialità iconica e audacia, non importa chi sia stato a idearlo o a realizzarlo, se sia stato un designer o un artista, basta che rispetti i nuovi standard di un'estetica fuori dagli schemi.

## 8.01

### Oltre il marketing

Il design al tempo della globalizzazione non poteva fermarsi ai precetti del moderno e del postmoderno, ma si è trasformato, come ha fatto da quanto è nato, insieme alla società stessa.

La globalizzazione ha portato alla definizione di un nuovo sistema culturale secondo cui ciò che importa davvero è il suo valore simbolico, racchiuso nella brand.

Il design, infatti, come rimproverava Ettore Sottsass in un'intervista durante un salone del mobile milanese, è diventato marketing.

In ambito economico-produttivo la nostra epoca è stata definita post-fordista, ciò vuol dire che viviamo una fase postindustriale, che contempla la produzione differenziata all'interno di quella di serie. Si producono molti modelli per pochi esemplari. Tutto questo è conseguente a un cambiamento e progresso in termini produttivi e tecnologici. Pensiamo alle macchine a controllo numerico, e all'avanzata dell'informatica, che regala una grande flessibilità lavorativa, tempi rapidissimi, prodotti personalizzati, piccole serie.

Questa flessibilità va di pari passo con gli altri effetti della globalizzazione, tra cui quelli che osserva il filosofo Zygmunt Bauman quando descrive la nostra come una modernità fluida, molliccia e disgregata, senza più punti di riferimento solidi, opposta a come appariva la forte modernità al tempo della Seconda Rivoluzione Industriale.

Siamo circondati da informazioni e immagini, così tante che abbiamo perso la capacità di decifrarle e di giudicarle, non riusciamo più a memorizzare niente, le relazioni sentimentali si basano su comunicazioni virtuali, e anche queste si liquefanno insieme al resto della società.

La personalizzazione dei prodotti e le piccole produzioni sono alcuni dei mezzi attraverso cui il design tenta di salvarsi dall'anonimato della produzione di massa.



Si pensi alla poltrona di Droog, che con il suo costo (4.890 € il modello che devi colpire tu) si avvicina di più al mondo dell'arte; con questa sedia il concetto di personalizzazione viene estremizzato, infatti il consumatore viene spinto a fare da codisegnatore a colpi di martello.

La produzione e l'imprenditoria post industriale sta percorrendo ormai strade radicalmente differenti da quelle tradizionali, percorse dai designer del XX secolo. Se da una parte il numero di progettisti è in aumento, dall'altra non è facile trovare un'azienda che sviluppi la tua idea, molte si affidano a nomi famosi, come è il caso del designer stellato Philippe Starck, o semplicemente hanno paura di innovare o ancora di investire su un nome sconosciuto o su una nuova tecnologia o su un nuovo linguaggio formale.

Lo scenario del design contemporaneo sta cambiando radicalmente, e per sopravvivere vengono aperte nuove strade. Nascono ad esempio modi alternativi per finanziare un progetto; si pensi al crowdfunding, che sfrutta la straordinaria potenza dei social della rete per diffondere l'idea di un progetto, e insieme ad essa cresce anche una rete di persone affezionate ad esse, una community pronta a sostenere in prima persona il progetto.

Un'altra strada possibile è l'autofinanziamento e l'autoproduzione. Non si tratta più di semplici disegnatori, sono artigiani, lavoratori della materia e della conoscenza. Si occupano dei finanziamenti, della produzione, della comunicazione e infine della vendita, nonché di ogni aspetto della produzione, dall'idea fino alla sua realizzazione, per questa ragione possono essere definiti anche imprenditori e manager.

Viviamo una sorta di rinascita dell'artigianato in una nuova veste, un artigianato post industriale, che conosce bene le tecnologie e le caratteristiche della produzione di massa, e punta a sfruttarne le differenze.

In questo modo il designer si sta allontanando dalla produzione massiccia e brandizzata, che chiamava i consumatori all'acquisto mediante l'induzione di falsi bisogni, parte della *fabbrica del desiderio*.<sup>46</sup>

46  
*Design, la fabbrica del desiderio*, Carmagnola F.

47  
*Le oscillazioni del gusto*, Dorles G.

## 8.01

### Il brutto di oggi: il nuovo bello

Il giudizio estetico di un oggetto si basa, a volte, su parametri che appartengono al passato e che non hanno più niente a che vedere con il nostro tempo, che non sono altro che fantasmi apparentemente moderni che si rifanno a condizioni, schemi, stili, propri dell'arte del passato.<sup>47</sup>

Una delle cause della diffidenza generale nei confronti delle nuove tendenze artistiche è legata al fatto che nei cosiddetti paesi a "industrializzazione avanzata" il proletariato agricolo-industriale si è borghesizzato, acquisendo, tra l'altro, le peggiori caratteristiche della mentalità borghese, tra cui il sospetto verso il nuovo e il diverso, e la maggior parte delle persone si rivela impreparata ai movimenti estetici d'avanguardia, che solo con il tempo vengono accettati e fatti propri dalla stessa massa borghese, e a quel punto il cambiamento di gusto si può dire assorbito.

Il critico e storico Baldinucci sull'artista Borromini diceva: *"il cavalier Borromini divenne assai pratico maestro, senonché, per voler... troppo innovare, seguendo il proprio capriccio, talvolta uscì di regola"*.

*Questo è un po' quello che succede ai cosiddetti artisti "premonitori" di un gusto successivo, che in qualche modo sono più avanti di tutti gli altri e allora non vengono compresi, perché escono dalla "regola"*.

Triste destino non solo del Borromini, ma come lui molti altri personaggi nel corso della storia furono incompresi, riscoperti più tardi, a volte troppo tardi. I consumatori, dunque, sono spesso impreparati rispetto al nuovo e al diverso dal conosciuto, dal già assorbito. Nell'ambito della moda e così pure del design

industriale, le novità non vengono immediatamente accettate, ma anzi vengono considerate “brutte” rispetto a quelle precedenti. Così come una moda diffusamente affermata a un certo punto vive un decadimento e scompare, per poi riapparire dopo qualche tempo con nuova forza nella generazione successiva. I jeans inizialmente erano mal considerati dalla classe media, perché associati al lavoro di fabbrica e ai “cercatori d’oro”<sup>48</sup>; negli anni settanta hanno visto una diffusione globale, con continui cambiamenti nel corso degli anni. È un chiaro esempio di come un oggetto può essere giudicato in maniera differente a seconda della società e del momento storico in cui si trova inserito, evidente indizio dell’instabilità del gusto e che soprattutto qualcosa prima di apparire bella ai più, può essere molto brutta.

Insomma il bello di oggi non è sempre apparso bello, ma prima di raggiungere l’altare del Bello è stato probabilmente ignorato o denigrato.

Anche nel campo del design il gusto non è stabile, ma ci sono state e continueranno ad esserci parecchie oscillazioni.

Fin dall’inizio il design ha avuto un compito molto importante, quello cioè di rendere a portata di tutti la bellezza degli oggetti, un diritto per tutti e non un lusso per pochi, così come affermava già Morris. È importante allora non dimenticare questo significativo aspetto del design e della sua storia, di quanto sia intrinsecamente legato all’estetica e proceda parallelamente all’arte.<sup>49</sup>

È chiaro ormai che l’estetica si esibisca non più per mezzo solo dell’arte, ma tutta la quotidianità ne è testimone, con tutti gli oggetti che costruiscono l’immaginario e la vita delle persone. Tra l’arte e il design si può vedere un percorso comune nel quale la presenza estetica del brutto non può essere trascurata, e

<sup>48</sup>  
wikipedia

<sup>49</sup>  
Rai.educazione.it Lezioni di  
Design, Dorfles G.

nel design sbiadiscono quelle regole di good design che hanno fondato e caratterizzato la progettazione moderna. Anche l’industria e i suoi prodotti sono, come già l’arte, proiettati sempre più verso la categoria dell’interessante, e gli oggetti non rispecchiano più quell’idea di bellezza classica dalla gropiussiana forma.

È come se il design stesse seguendo le orme dell’arte, allontanandosi dal sistema valoriale del giudizio degli artefatti che ha caratterizzato la nascita e l’ascesa del good design e del bel design italiano. Anche il disegno industriale si scrolla di dosso la responsabilità della rappresentazione del bello così come era tradizionalmente inteso, evolvendo e creando nuovi sistemi di valutazione.

Gli oggetti d’uso, sono il risultato di un’arte applicata che muta radicalmente le sue caratteristiche dalla metà dell’ottocento per mezzo della meccanizzazione e dell’industrializzazione in Europa.

Fino ad allora, come ci ricorda Gillo Dorfles in un’intervista, l’unico modo per creare un oggetto d’uso comune era l’artigianato. Così l’oggetto artigianale viene sostituito da quello prodotto industrialmente e per la prima volta si parla di produzione in serie, e di una nuova figura professionale: il designer.

Contemporaneamente allo sviluppo di correnti artistiche come il cubismo, il futurismo, agli inizi del Novecento, nasce un movimento architettonico internazionale: il razionalismo, che vale anche per il disegno degli oggetti, più consono per una produzione che fosse industriale.

Con il razionalismo avviene il battesimo vero e proprio del design, segnato dal famoso binomio forma/funzione. Per molto tempo la bellezza di un prodotto è stata legata necessariamente alla sua funzione, l’unica cosa che contava era l’utilità pratica e la decora-

zione doveva essere bandita.

O almeno così doveva essere già verso gli anni '30 nei paesi più tecnologicamente avanzati, mentre invece il gusto della massa, e forse la società stessa, ancora per la maggior parte analfabeta e rurale, non era ancora pronta a questo nuovo tipo di estetica, considerata fredda. Le persone almeno fino agli anni del secondo dopo guerra, vivono ancora con mobili artigianali, del falegname, e i rapporti interni degli spazi domestici erano regolati dai vecchi dettami ottocenteschi. Negli anni successivi lo stile moderno si fa spazio all'interno delle abitazioni della classe media e ancora una volta le oscillazioni del gusto fanno il loro corso, il vecchio viene sostituito dal nuovo, e ciò che era considerato brutto si trasforma nel desiderato bello. Una recente mostra nella Triennale di Milano "*Il design italiano oltre la crisi*" porta all'attenzione dell'osservatore una serie di progettazioni "diverse" (che non segue i canoni di bellezza vigenti). Ogni crisi, infatti, porta con sé una tensione al cambiamento e soprattutto pone di fronte ad un'alternativa, non consente l'inerzia, il sistema non può rimanere uguale a se stesso così come i valori che lo strutturano.

Nel lavoro di Antonia Campi, un'interessante disegnatrice di ceramica industriale del dopoguerra, si legge subito una rottura con quell'estetica austera dalle linee chiare e nette del modernismo anni Trenta, e contribuì a definire il gusto degli anni Cinquanta. Per i suoi artefatti utilizza smalto lucido/satinato e bicromatismo acceso, forme zoomorfe e asimmetriche.<sup>50</sup>

Come giudicare il tentativo fatto negli anni Cinquanta da Roberto Mango di raccordare le secolari tradizioni produttive artigianali del Sud d'Italia con il progetto industriale? A guardarli, i suoi oggetti, sembrano privi di una coscienza grafica, nati dalla magia del caso senza una reale volontà dietro di essi. Eppure

50  
*Il design italiano oltre la crisi*,  
Corraini

IMG 75  
Oggetto in ceramica trafileta,  
Mango R., 1954



c'è da ammirare queste sorprendenti spinte creative dell'Italia in un periodo così difficile (il dopoguerra), dimostrandosi cosciente delle proprie risorse territoriali. Il designer partenopeo (Roberto Mango) applica la tecnica della trafileta, solitamente utilizzata nell'industria alimentare, e la applica al gres, ottenendo così un sistema capace di comporre circa venti trame, con una differenziazione simile a quella di un artigiano, fatto in modo da creare lampade, fruttiere e candelieri.

Gli artefatti di Riccardo Dalisi, che sembrano essere il frutto del lavoro delle mani di un bambino, effettivamente lo sono se si guarda alla "*Architettura d'animazione*", nata da una "didattica spontanea" con i suoi studenti e soprattutto con i bambini del Rione Traiano di Napoli, artefici di una produzione caratterizzata da materiali semplici, di scarto, riutilizzati e ricomposti in modo del tutto nuovo da quelle tradizionali.<sup>52</sup>

Si può definire brutto un oggetto perché costituito da materiali poveri?

Prendiamo ad esempio i gioielli di Giancarlo Montebello, con invenzioni da ready made, le sue invenzioni sono ornamenti costituiti da elementi liberamente



IMG 76  
Animali, Gio Ponti, Paolo de  
Poli, 1956

IMG 77  
Coppia di candellieri C176  
Antonia Campi - S.C.I. - La-  
veno

componibili, come la stringa tessile con puntali d'oro da legare al collo, o alla collezione "Bradamante", dove abbiamo una collana composta da una maglia d'acciaio, rifinita con dettagli sartoriali d'oro.

Nelle numerose sedie autoprodotte da Martino Gamper risalta l'asimmetria e la varianza cromatica a contrasto e più di tutte l'amore per l'ibridazione, grazie all'unione di due componenti storicamente e materialmente diversi arriva a definire oggetti d'uso carichi di nuovi significati, magicamente contemporanei, senza esser passato per schemi precostituiti.

La mostra della Triennale espone tra gli altri anche alcuni pezzi di un design definito Neoprimitismo di una nuova generazione di designer che dagli ultimi anni di difficoltà ha trovato degli spunti di riflessione ripartendo dalle origini, dalle cose più primitive appunto. Una ricerca progettuale che guarda alle cose semplici, dai materiali alle tecniche, quasi come fosse un elogio all'atto progettuale più basilico. Questo Neoprimitismo vede la riconsiderazione delle fibre vegetali, della paglia al vimini, al legno naturale.

Un altro progetto esempio di un allontanamento dall'estetica tradizionale è Specimina del designer toscano Valerio Sommella. Egli dichiara di sentirsi

51  
[www.klatmagazine.com](http://www.klatmagazine.com)

IMG 78  
Specinima, Sommella V.



attratto da quegli oggetti seriali venuti non come i progettisti volevano venissero, da quelli cioè difformi. Quelli nati male e destinati fin da subito a essere scartati, gettati o riciclati. Oggetti-freak, insomma: troppo bassi, troppo tondi, troppo lunghi, comunque eccessivi. Mentre nel mondo naturale la difformità dallo standard è diffusissima, viene vista per lo più come intollerabile nel mondo industriale, dove acquista subito una valenza negativa. Sommella cerca di rovesciare questo luogo comune. Per farlo, prende l'archetipo di un vaso, l'ideale del vaso perfetto, e poi cerca di alterare questa forma in modo che la trasformazione non dipenda dalla volontà del progettista ma, come avviene in natura, dalla temperatura, dall'umidità, dalle coordinate geografiche del luogo in cui il "seme" è stato gettato.

L'obiettivo è provare a dimostrare che il designer dovrebbe sviluppare un progetto per un'intera specie, e non deve concentrarsi tanto sui singoli prodotti. Così nasce la sua famiglia di vasi, tutti diversi l'uno dall'altro, la cui diversità non è merito né responsabilità del progettista, a cui compete solo l'aver progettato un po' darwinianamente lo sviluppo di una specie.<sup>51</sup>



IMG 79

*Le nuove tendenze del design contemporaneo sono caratterizzate da una nuova estetica: quella del processo, mentre il prodotto passa in secondo piano.*

## 9 Dimentica il prodotto

## 9.01

### I lavoratori della conoscenza

Nel corso degli ultimi anni, grazie all'apporto di nuove tecnologie di fabbricazione, c'è stata una trasformazione che ha reso il designer una figura con più teste: designer/produttore/imprenditore e questo fenomeno si trova attualmente al centro del dibattito e dell'attenzione critica di chi si occupa di design e delle sue modalità di produzione. Da questo punto di vista, le tesi di Chris Anderson - il primo a tratteggiare il nuovo universo dei makers - hanno riscosso un largo successo, dando origine a una visione dello sviluppo imperniata sulla figura del nuovo artigiano tecnologico, che ricomponne le proprie specializzazioni storiche all'interno di una prospettiva tecnologica tale da abilitarlo a servire con rara efficacia le infinite nicchie dei mercati attuali.<sup>52</sup>

La dinamica della deindustrializzazione sta avvenendo di pari passo alla configurazioni di nuove forme di produzione negli spazi metropolitani.

Occorre ridefinire la concezione di fabbrica odierna, poiché oramai non coincide più con quelle del passato (o almeno non totalmente), bisogna capire le caratteristiche e i nuovi volti del sistema di produzione, il modo in cui si riformano, sia in contesti tradizionali, sia in ambienti nuovi. Oltre ai makers che popolano i cosiddetti *fab-lab* (*fabrication laboratory*), queste piccole officine dove vengono offerti servizi di lavorazione digitale, e che danno la possibilità ai loro utenti di poter costruire dispositivi tecnologici propri, locali e personali, che sarebbero i makers dei bit, dobbiamo guardare anche a quei makers degli atomi e a quei designer che sono anche piccoli inventori/artigiani. Molti sono i progetti caratterizzati da questo tipo di approccio *semplesso*<sup>53</sup> e sofisticato nella selezione e utilizzo di materiali e tecnologie, usando, ad esempio, i materiali più umili con l'intento di nobilitare gli scarti e di rinnovare le materie del passato.

IMG 79  
Illustrazione Lettera D.

52  
Smart design, diid

53  
Da Smart design, diid: è un neologismo riferito a un modo semplice di venire a capo a una complessità.

IMG 80  
Interno di un fablab milanese, Opendot



Un esempio può essere il *Padiglione Italia di Foodmade*, che presenta, nel 2013, una serie di progetti rispondenti ad esigenze di semplicità etica, minimalismo estetico e resistenza sociale, come *Pain|Burit* di Antigone Acconci e Riccardo Bastiani, o anche il lavoro del gruppo 4P1B con il loro progetto a-perdere, una sperimentazione di un nuovo metodo di produzione del materiale in cui non ci fosse bisogno di estrarre lo stampo utilizzando come base il ghiaccio.

Ciò che accomuna questi progetti è il metodo di lavoro e l'autoproduzione, la conoscenza delle tecnologie di lavorazione e la formazione di piccole produzioni, infine, la creazione di piccole innovazioni.

Non si tratta di semplici artigiani, che producono in base alla loro sensibilità e al rapporto col cliente, sono "*lavoratori della conoscenza*", che usano in maniera innovativa e originale le loro competenze produttive, tecnologiche e digitali, senza le quali non saremmo qui a parlare di makers. Questi rappresentano la punta estrema dei *knowledge workers*, devono contare sulle proprie forze e conoscenze, farsi strada da sé; non possono affidarsi a rappresentanze tradizionali, come possono fare gli artigiani, ad esempio. Questo tipo di approccio *smart* alla fabbrica diffusa, vede il coinvolgimento tanto della progettazione dei prodotti quanto del processo produttivo.

Il processo produttivo è il carattere peculiare e distintivo di questi designer, e contribuisce, forse senza neanche sa-

perlo, insieme alla creazione di risultati concreti (i prodotti) alla definizione di un nuovo sistema di valori estetici e le nuove avanguardie del gusto del futuro.

Alcuni di questi prodotti parlano un linguaggio formale lontano dall'ideale di bellezza dei tradizionali del design industriale. Infatti non è raro trovare dei difetti nella realizzazione, sbavature, segni di bruttezza percettiva, come la difformità, l'asimmetria ecc..

E queste caratteristiche che tradizionalmente vengono considerate brutte, imperfette, diventano in questi casi punti di forza.

Per ora si tratta di una tendenza di nicchia, sono ancora pochi i designer che lavorano con questo tipo di approccio, mentre il resto del mondo ne è quasi totalmente ignaro e a poco a poco ne viene a conoscenza ed inizia ad apprezzare questi nuovi parametri estetici.

La mia attenzione si è concentrata in particolare su una serie di progettisti che ho deciso di chiamare low-tech designer.

Le loro produzioni sono caratterizzate da alcuni punti distintivi fondamentali:

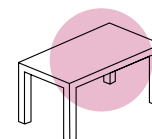
- piccola serie
- metodo di produzione (utilizzo artigianale di tecnologie industriali o con una mentalità industriale)
- il processo è più importante del prodotto (forte attenzione per il video del processo)
- ricerca sui materiali (la maggior parte rinnovabili e naturali)
- pezzi unici, lavorati o finiti a mano
- sperimentazione
- forte componente di casualità

Schema degli elementi che caratterizzano il lavoro dei lavoratori della conoscenza

## ***Gli elementi del processo dei lavoratori della conoscenza***



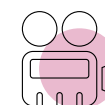
***designer***



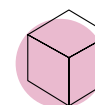
***tavolo di lavoro***



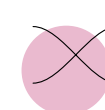
***materia prima***



***video***



***prodotto finale***



***casualità***

## 8.02

### L'estetica del processo

Il fenomeno dei nuovi makers degli atomi, e più in particolare dei low-tech designer (vedi sopra) è riconoscibile da un elemento in particolare: il fare, l'azione in sé, il processo sono al centro di tutto, la parte più importante del progetto, più del risultato stesso.

Stanno mettendo in atto una rivoluzione produttiva ed estetica.

Il video del progetto, dunque la messa in scena del processo produttivo e del fare design, diventa per questo gruppo di designer uno strumento imprescindibile di tutto il loro lavoro, senza avrebbe un significato incompiuto, il prodotto finale di per sé non avrebbe alcun valore, ma questo esiste solo perché c'è una spiegazione di come è stato fatto, da chi, in quali condizioni, meglio se attraverso delle immagini-video.

Ogni video presenta le stesse componenti (in ordine di apparizione): il tavolo da lavoro, il designer, il materiale, gli utensili e infine il prodotto finito. Mai come ora, il design viene celebrato, messo in scena come in una cerimonia sacra in cui il tavolo-macchina è l'altare dove viene celebrato il sacrificio al dio Design per opera del Designer/sacerdote, e il pubblico da Youtube o Vimeo (per i più raffinati) osserva il miracolo.

Allo stesso tempo il design viene messo a nudo, perché tutti possono intendere i meccanismi produttivi utilizzati, e tutti potrebbero riprodurli.

Inoltre, così come è già accaduto per l'arte, sembra che anche il design si stia allontanando da uno degli scopi iniziali con cui è nato, quello cioè di portare la bellezza nelle case di tutti. Il bello democratico era uno dei precetti del design italiano storico, così come l'arte prima dell'era della riproducibilità tecnica aveva il compito della rappresentazione mimetica della realtà e della bellezza. L'arte dopo l'industrializzazione ha dovuto ripensarsi, a poco a poco ha per-

so interesse nell'idea di rappresentare il bello, e ha subito un grande cambiamento interno, si è come smaterializzata sempre più. Per comprendere l'arte contemporanea si deve avere una conoscenza delle intenzioni dell'artista, chiedersi che cosa vuole comunicare, qual è il messaggio; non c'è più diletto per la semplice osservazione. Anche nel design accade che il risultato non è più il fine ultimo dell'operato, ma è l'operare, l'azione del fare design che è l'oggetto da osservare e giudicare.

L'oggetto realizzato il più delle volte non rispetta i principi estetici tradizionali di forma e funzione, ciò nonostante risultano interessanti e piacciono. Perché ciò che attira di questo tipo di design è il processo attraverso cui sono stati realizzati, in particolare, c'è piacere nel vedere, sapere, conoscere il processo che ha portato alla realizzazione dell'oggetto. Il significato e la storia di un oggetto non sono mai stati così determinanti come oggi nella definizione di valore.

Il designer low-tech è autoprodotto assoluto: realizza tutto, non solo il prodotto, ma anche l'attrezzatura per produrlo. Il tavolo-macchina è emblema fondamentale di questa nuova forma di produzione, ecco perché è giusto sottolineare la sua presenza, nei video e nella comunicazione. In esso è concentrata una mini fabbrica, con micro tecnologie industriali per una applicazione artigianale, simile ad un piccolo laboratorio di chimica, dove il designer/scienziato si destreggia tra i suoi esperimenti di produzione, infatti nei video i designer indossano dei camici bianchi come quelli utilizzati dai ricercatori scientifici.

Il cambiamento di gusto stavolta non riguarda l'oggetto, l'attenzione estetica è passata dall'oggetto al processo. Il nuovo bello sta nell'osservazione dei makers all'opera, e il valore dell'estetica degli artefatti finali è ridimensionato. Si tratta di un passaggio epocale, verso l'affermazione di una nuova estetica: l'estetica del processo.



## 8.03 Casi studio



IMG 81  
Terra Stool by Adital Ela, 2013.  
Gli sgabelli "Terra" sono realizzati mediante un processo di compressione unico che unisce le conoscenze indigene e metodi di produzione moderni. Alla fine del suo ciclo di vita degli oggetti può essere ri-modellati dall'utente o semplicemente restituiti alla terra, perché sono composti da materiale organico al 100%, terra e fibre naturali.



IMG 82  
Original Stool by Breadedescalope, 2010  
Questo sgabello viene realizzato tramite un particolare metodo di stampaggio rotazionale. Infatti, lo stampo, che viene riempito di una miscela ottenuta con sabbia locale, si trova all'interno di una sfera che viene lasciata in mare e accompagnata dai designer stessi o da altre persone che decidono di partecipare alla realizzazione dell'oggetto.



IMG 83

Impasto Chair by Steenfatt, 2013.

Il designer Steenfatt ha sviluppato un processo per ottenere un materiale in fibra naturale a base di avanzi di legna, produzione caffè- e la pelle. Le materie prime vengono mescolati con il pigmento in un impasto, pressati, laminati e piegati in golgi piatti. I colori si mescolano solo in parte, rendendo ogni foglio unico. Successivamente il foglio può essere plasmato da formatura sotto vuoto.



IMG 84

A-perdere by 4P1B, 2013

L'idea alla base di "a-perdere" è quella di creare un metodo di stampaggio che permetta di realizzare qualsiasi geometria senza la necessità di estrarre il pezzo dallo stampo. Il pezzo viene prima realizzato in ghiaccio, immerso in una soluzione di cera d'api e cera carnauba che, indurendosi istantaneamente, forma una pelle solida. Infine si aspetta che il ghiaccio si sciogla lasciando il pezzo cavo all'interno, l'oggetto non va quindi estratto dallo stampo perché è lo stampo che cola via naturalmente.



IMG 85

A-R studio, PAIN | BRUT, 2013

Progetto very low tech dalla poetica essenziale e dall'estetica quasi autarchica. In attesa di un futuro prossimo di stampanti 3d e di design open source da prodursi in ogni casa, il pane armato è anticipazione che consente di produrre oggetti a bassissimo costo e bassissima tecnologia nel forno di casa. Dall'unione di un'anima in rete elettrosaldata e di un pane senza impasto nè lievitazione nasce un materiale, duttile, plasmabile, resistente, profumato e sostenibile. Ne scaturiscono piccoli oggetti per la quotidianità, minimi ed essenziali; assolutamente deperibili ed senza dubbio effimeri rispondono ad esigenze di semplicità etica, minimalismo estetico e resistenza sociale. Riciclabili e reeditabili all'infinito.



IMG 86

"Shaping Sugar" by Amelia Desnoyers, 2012

La designer francese Amelia Desnoyers, ha creato tutta la filiera produttiva per creare dei bicchieri fatti di zucchero.



IMG 87  
"Rocking-Knit" della scuola ECAL by Damien Ludi, Colin Peillex, 2012  
È una nuova interpretazione della sedia a dondolo disegnata da Damien Ludi, Colin Peillex. Il suo movimento produttivo offre relax all'utente. Il movimento oscillatorio di questa poltrona crea cappelli di lana per l'inverno e non richiede alcuno sforzo.



IMG 88  
Wellprovenchair by Marjan van Aubel e James Shaw, 2012  
Sono stati ricercati modi di incorporare trucioli rifiuti nella progettazione utilizzando bio-resina. Una reazione chimica curiosa si verifica quando viene miscelato con i trucioli, espandendosi in una struttura espansa. Con l'aggiunta di colorante e trucioli di varia grandezza, un materiale colorato, leggero e plasmabile viene creato, rinforzato con fibre di trucioli di legno duro.



IMG 89  
Shaking clock by Breadedescalope, 2010  
Resina in bottiglia viene immessa in stampi tramite erogatori. Al fine di curare la resina, si ha la necessità di scuotere lo stampo per uno o due minuti. Si tratta di un processo di produzione tra artigianato e performance art. Anche se il processo utilizza fondamentalmente gli stessi principi che vengono applicati nella produzione industriale di massa, si produce ogni singolo pezzo con lavorazione a basso consumo energetico in un ambiente insolito.



IMG 90  
Balloon Bowls by Maarten De Ceulaer, 2011  
Le ciotole di Maarten De Ceulaer vengono ottenute utilizzando dei palloni in lattice per la forma, e il gesso per il materiale dell'oggetto.



IMG 91  
 The Improvisation machine by Annika Frye, 2013  
 La macchina è fondamentale. La designer parte con l'obiettivo di riprodurre una produzione di tipo industriale all'interno del suo atelier. Utilizzando un polimero che non ha bisogno di ulteriori lavorazioni, ottiene molte forme diverse senza la creazione di uno stampo troppo costoso.



IMG 92  
 Line 02: The creative factory di Thomas Vailly, 2012  
 Produzione di forma fluide e organiche tramite questa macchina creata dagli stessi designer, tramite l'utilizzo di palloncini di lattice interpretati come superfici numeriche, che possono essere allungati, scalati e soffiati per creare un'infinita quantità di forme fluide.



IMG 93  
"Growth animal" by Eleonora Castellarin, Moises Hernandez, 2012  
"La crescita degli animali" di Eleonora Castellarin, Moises Hernandez della scuola ECAL. Attraverso l'uso di semplici utensili a mano, questo divertente piano suddivide il processo di produzione di giocattoli animali fabbricati in schiuma espansa. Taglio, incollaggio, riempimento e vedrete gli animali prendere forma davanti ai vostri occhi.



IMG 94  
Bio-vessels by HandMadeIndustrials, 2014.  
Questo studio ha come obiettivo quello di contraddire lo standard industriale. Utilizzano un materiale industriale, quale la plastica riciclata, in un contesto diverso, i loro oggetti riflettono un contrasto tra artigianato e industria. Si tratta di una produzione in serie che non rispetta le regole classiche dell'industria, ogni pezzo è diverso dall'altro e plasmato a mano, con l'intenzione di creare degli oggetti con una loro forte identità. Questo studio ottiene oggetti tramite un metodo artigianale di stampaggio e modellazione di granuli di polistirolo in palloni, partendo da tecniche industriali.



IMG 95  
Faceture machine and vases by Phil Cuttance, 2012  
I vasi vengono prodotti utilizzando uno stampo artigianale, in cui viene colato un composto di acqua e resina. La macchina stessa è in vendita.



IMG 96  
"Stamp" di Anaïs Benoit Dignac, Arthur Didier, Edris Gaaloul della scuola ECAL, 2012  
Una linea di produzione che trasforma semplici tralicci di plastica in lampade portatili. Le fasi del processo di produzione sono svolte lungo una rotaia: la plastica è riscaldata, stampata, e infine agganciata ad un bulbo. Il risultato di questa produzione ingegnosa è una lampada portatile.





IMG 97  
"Marbelous" di Anurag Etchepareborda, Flora Fixy, 2012.  
Utilizzando un metodo di trasferimento superficie nota come "marezzatura", il Marbelous trasforma oggetti semplici con un rivestimento di un strato sottile di motivi marmorizzati. Con qualche goccia di vernice, effetti cromatici sorprendenti sono trasferiti sugli specchi metallici, dando alla vostra riflessione un'impressione inaspettata.



IMG 98  
"Swing" di Léonard Golay, Camille Rein, 2012  
Un pugno gigante che trasforma i pezzi di telone in sacchi traforati estensibili. I prodotti sono realizzati dal peso dell'utente esegue un movimento di produzione simile a un passo di danza.



IMG 99

*I designer "Low-tech" ricordano dei chimici alla prese con i loro esperimenti in un laboratorio...*

# 10 Progettare low-tech

# ricerca estetica del design

10.01

## Il concept

La mia ricerca nasce dalla volontà d'indagare la sfera estetica del brutto nell'ambito del design industriale per scovare un di bello nel brutto. Grande attenzione è stata destinata alla categoria del cattivo gusto e del kitsch, con cui non voglio celare il mio personale rapporto conflittuale: da una parte ne sono disgustata dall'altra attratta.

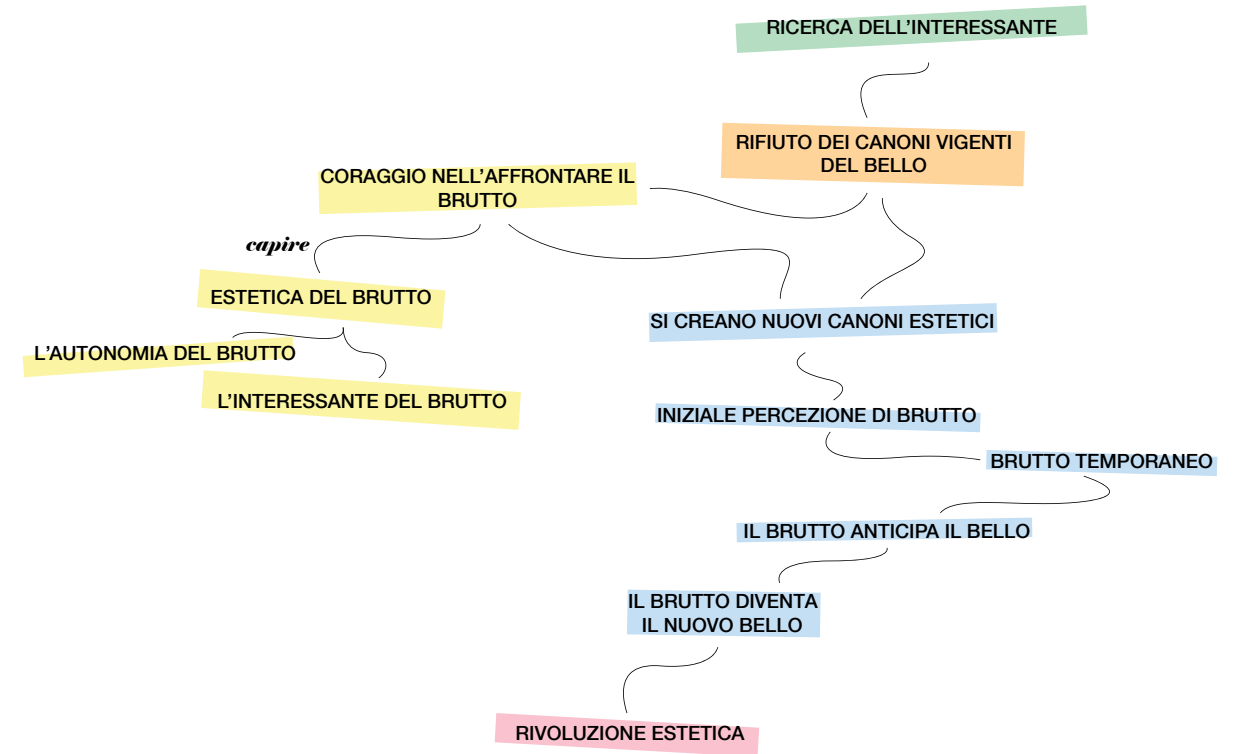
Sono cresciuta in un universo disneyano (come direbbe Bruno Munari), i miei eroi ed eroine erano i protagonisti dei cartoni animati, per lo più oggetti inanimati che prendevano vita, animali parlanti, principesse sfortunate che venivano salvate da un principe stile Ken, e a proposito giocavo solo con le Barbie. Crescendo, lentamente, mi sono accorta di quanto melensi e sentimentali fossero, ho iniziato a odiare tutti gli oggetti kitsch di cui le persone attorno a me (non fanno eccezione i miei genitori!) si circondano: gli inutili sopramobili, i souvenir in plasticaccia, le bomboniere di dubbio gusto che si conservano giusto per una questione di "buona educazione", infine, i quadri di paesaggi naturali in cornici dorate pesanti e vecchie come solo una sedia di legno imbottite che quando ti siedi si sgonfiano possono esserlo.

La fascinazione verso questi oggetti inizia e finisce con i miei legami sentimentali di ricordi infantili felici e la comprensione dell'esistenza di queste cose nelle case delle persone.

Questa ricerca si presentava come la mia occasione per poter esprimere il mio sentimento di amore-odio (per lo più odio) nei confronti di questo tipo di oggetti.

IMG 99

Schema della ricerca



Infatti, la mia ipotesi progettuale nasce con l'intenzione di utilizzare il brutto rappresentato dagli oggetti ceramici kitsch e dall'immaginario della produzione cinese contemporanea, le cosiddette cinesate, per trasformarli in nuovi oggetti, e dargli una nuova vita. L'idea era quella di partire da questi oggetti che appartengono al mondo del brutto gusto e del brutto design, distruggerli e ricavare dai loro frammenti un materiale utile alla sperimentazione di nuovi prodotti.

Proprio grazie allo studio di forme lontane dai canoni del classico design industriale, guardando a quelle piccole produzioni o addirittura ai pezzi unici del design, che rasentano l'artistico, mi sono avvicinata

al mondo dei designer/autoproduttori, in particolare a colori che sono lavoratori della conoscenza, perché indagano le nuove forme di produzione, e prima ancora di guardare al prodotto finale, questi guardano alla ricerca produttiva e a un nuovo metodo per fabbricare, creare.

Spesso ne vengono fuori degli oggetti dalla forma esteticamente non piacevole, o almeno non corretta, sono asimmetrici, non sono pensati, disegnati, ma frutto di una casualità, certo progettata ma non matematica. Questo modo di fare design risulta estremamente interessante, al di là del risultato a volte anomalo dal punto di vista estetico, non per il valore funzionale, che spesso è nullo, ma per il valore segnico, in quanto un oggetto portatore di molti significati, tra cui quello evidente di esser frutto di un processo produttivo nuovo, innovativo, diverso da ogni altro usato in precedenza, sviluppato dalla ricerca personale del designer che lo ha pensato e realizzato, realizzando ancora prima dell'oggetto il processo.

Sono restata affascinata dall'armonia che sembra regnare sul lavoro di questi designer e soprattutto dall'idea di creare una piccola fabbrica creativa, di cui esser capace di gestire tutte le fasi.

L'obiettivo non era tanto l'oggetto finale, ma quanto quello di creare un sistema produttivo che mi permettesse di ottenere quello che volevo: sfruttare i frammenti degli oggetti che avrei distrutto e inglobarli in un nuovo prodotto.

La provocazione di distruggere un oggetto che appartiene alla produzione di massa è grande, si tratta di un gesto molto forte che veicola un messaggio di critica verso l'accumulazione e la sovrapproduzione di oggetti inutili e di gusto popolare di cui parla molto Gillo Droses.

Non solo, questi oggetti della produzione di grande

IMG 100  
Smashing,  
Jimmie Durham

IMG 101  
Oggetti in ceramica kitsch,  
acquistati per distruggerli.



serie vengono frantumati per creare una piccola produzione da parte di una designer che li ha consapevolmente scelti per sfruttarne il segno e dargli nuovo valore. La mia volontà era poi quella di unire l'utilizzo di questi oggetti kitsch di basso valore economico con la ricerca di un metodo produttivo caratterizzante il lavoro dei designer low-tech.

Distruzione controllata, creativa. L'atto in sé è un atto brutto, malvagio, cattivo, da sfruttare nella definizione di un'azione di design, di un piccolo processo produttivo, nato dalla necessità di usare i frammenti.

## 10.02

### Progettare il processo

Una volta procurati gli oggetti da cui ricavare i detriti (per lo più oggetti in ceramica dal valore massimo di 6 euro, acquistati in negozi di casalinghi gestiti da commercianti di origine cinese), li ho frantumati usando un martello, e ne ho ottenuto dei bellissimi frammenti colorati.

L'ispirazione di partenza per il disegno dell'oggetto finale era la forma organica di una spugna, in cui la prima cosa che colpisce l'occhio è la finitura superficiale, così volevo che questi frammenti guidassero la lavorazione esterna dei miei artefatti.

Dal momento che mi serviva un metodo produttivo che fosse ripetibile, proprio come per una qualsiasi produzione di piccola serie, gran parte del mio lavoro è stato dedicato alla sperimentazione e alla ricerca di un sistema che mi permettesse di ottenere un oggetto nella maniera più semplice possibile ma che, nello stesso tempo, non fosse artigianale.

Nasce così questa macchina, che sfrutta lo spazio cavo di un cubo in legno dalle facce vuote, che mi consentissero di operare e muovermi liberamente all'interno di esso. Il secondo elemento fondamentale è il telo in lycra che ha quell'elasticità che cercavo perché si deformasse secondo il peso e le tensioni che vi vengono arrecate.

Questo telo viene teso con dei fili che terminano con palloncini riempiti con acqua, ciò mi consente di creare dei piedini per le ciotole. I frammenti in ceramica vengono incollati alla lycra in modo tale da non disperdersi nel momento in cui viene colato al suo interno il gesso liquido, ma una volta estratto l'oggetto

IMG 102  
Oggetto kitsch da  
distruggere

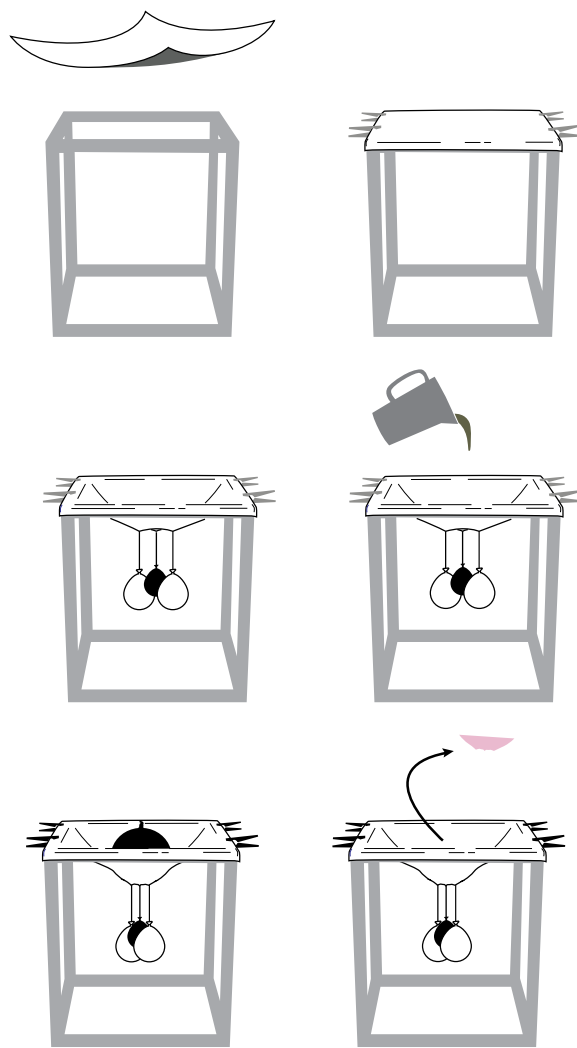
IMG 103  
Distruzione dell'oggetto con  
martello

IMG 104  
Frammenti



dalla macchina, i frammenti risulteranno posizionati esternamente, sulla superficie della ciotola.

Con questo sistema posso creare questi oggetti senza dover produrre uno stampo, ma le ottengo di volta in volta in modo diretto, con un certo grado di casualità sulla collocazione dei frammenti, della forma stessa della ciotola, tale che ognuna di quelle prodotte siano differenti l'una dall'altra.



Schema grafico del processo

IMG 105 Selezione frammenti

IMG 106 Stesura del velo di lycra

IMG 107 Tendere il velo con fili e palloncini





IMG 108  
Incollaggio alla lycra i fram-  
menti

IMG 19  
Preparazione l'impasto di  
gesso, acqua ed eventuali  
coloranti

IMG 110  
Colatura dell'impasto nella  
stampo di lycra



IMG 111  
Posizionamento del pal-  
loncino per creare la forma  
cava dell'oggetto

IMG 112  
Estrazione dell'oggetto

IMG 113  
Oggetto estratto





IMG 114  
Macchina

## 10.03 Kiss Kitsch Goodbye

Il processo-prodotto è fortemente caratterizzato dall'azione di disruzione dell'oggetto Kitsch, che come fosse sacrificato viene offerto a un dio: il design.

I suoi frammenti vengono usati per creare la decorazione superficiale di nuovi oggetti. A loro volta questi, contenenti del "kitsch" verranno distrutti per farne altri, in un ciclo potenzialmente infinito. Come un percorso quasi purificatorio, in cui si cerca con la ripetizione dell'atto di ottenere un risultato sempre più puro aspirando alla liberazione totale.

Così nasce il nome del progetto "*Kiss Kitsch Goodbye*", che rimanda in inglese al sacrificio, ma anche al "lasciar andare", "perdere"; è infatti un'azione volta a lasciarsi alle spalle il prodotto e a pensare al segno creatore del processo che si ripete di volta in volta.

Diciamo addio al Kitsch e celebriamo il processo, viva l'azione creatrice!

Il processo è ciò che dev'essere osservato, il prodotto finale può essere anche distrutto di nuovo per creare altre decorazioni per altri oggetti, ciò sottolinea il passaggio da un'estetica del prodotto a quella del processo, messo in scena e registrato in un video che mostra tutti i passaggi della creazione, e celebra il design.





IMG 115  
La ciotola con i frammenti dell'oggetto Kitsch in vista, come decorazione superficiale.



IMG 116  
Dettaglio frammenti della ciotola una volta rotta, finito il processo di creazione.

## Bibliografia

Alessi C., Dopo gli anni zero, il nuovo design italiano, Bari, Laterza, 2014

Agudio E., Designart, la poetica degli oggetti bastardi, Milano, Lupetti, 2013

Anderson C., Makers, Il ritorno dei produttori, Milano, Rizzoli Etas, 2013

Bauman Z., Modernità liquida, Bari, Laterza, 2006

Bhaskaran L., Il tempo del design. Correnti e stili nel design contemporaneo, Logos, 2006

Bofinger K., Wicked! Design on the Edge of Bad Taste, Birkhäuser Architecture, 2011

Branzi A., La Crisi della qualità, Edizioni della battaglia, 1997

Branzi A., Una generazione esagerata. Dai radical italiani alla crisi della globalizzazione, Milano, Baldini e Castoldi, 2014

Briatore V., Restyling. Meraviglie e miserie del progetto contemporaneo, Castelveccchi, 2000

De Fusco R., Design 2029. Ipotesi per il prossimo futuro, Milano, Franco Angeli, 2011

De Fusco R., Storia del Design, Bari, Laterza, 2002

Eco U., Storia della Bellezza, Milano, Bompiani, 2004

Eco U., Storia della Bruttezza, Milano, Bompiani, 2010

Franzini E., Introduzione all'estetica, Bologna, Il Mulino, 2012

Carmagnola F., Design, la fabbrica del desiderio, Milano, Lupetti, 2010

Finessi B., Il design italiano oltre le crisi. Autarchia, austerità, autoproduzione, Milano, Corraini, 2014

Gillo D., Design: percorsi e trascorsi, Milano, Lupetti, 2010

Gillo D., Il Kitsch. Antologia del cattivo gusto, Milano, Mazzotta, 1972

Giordanetti, Mazzocut-Mis, Scaramuzza, Itinerari estetici del gusto, Libreria Cortina, Milano, 2011

Jannone, Lovi, Tutino, Arte del quotidiano, un percorso tra arte e design, Lucca, Fondazione centro studi sull'arte licia e carlo ludovico ragghianti, 2009

Klein N., No logo, Milano, Baldini&Castoldi, 2000

Mecacci A., Estetica e design, Bologna, Il Mulino, 2012

Mecacci A., Il Kitsch, Bologna, Il Mulino, 2014

Morozzi C., Terrific Design, 24 Ore Cultura, 2014

Munari B., Artista e Designer, Bari, Editori Laterza, 1971

Munari B., Good Design, Scheiwiller, 1963

Norman D., Emotional Design, Milano, Apogeo, 2004

Norman D., La caffettiera del masochista. Psicopatologia degli oggetti quotidiani, Milano, Giunti, 1990

Perniola M., Disgusti. Le nuove tendenze estetiche, Ancona-Milano, Costa & Nolan, 1998

Perniola M., La società dei simulacri, Mimesis, 2009

Radice B., Memphis design, Milano, Rizzoli, 1985

Russo D., Il lato oscuro del design, Milano, Lupetti, 2013

Russo D., Il design dei nostri tempi, dal postmoderno alla molteplicità dei linguaggi, Milano, Lupetti, 2012

Toscani O., Colors Magazine, 1000 Extra/Ordinary Objects, Londra, Taschen, 2003

Vezzoli, Mizzini, Design per la sostenibilità ambientale, Modena, Zanichelli, 2007

## Sitografia

[www.fastcodesign.com](http://www.fastcodesign.com)

[www.treccani.it](http://www.treccani.it)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

[www.artribune.com](http://www.artribune.com)

[www.klatmagazine.com](http://www.klatmagazine.com)

<http://www.dezeen.com>

[www.breadedescalope.com](http://www.breadedescalope.com)

[wellprovenchair.com](http://wellprovenchair.com)

[steenfatt.dk](http://steenfatt.dk)

[www.terradesign.org](http://www.terradesign.org)

[www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

[living.corriere.it](http://living.corriere.it)

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.nike.com](http://www.nike.com)

[design.repubblica.it](http://design.repubblica.it)

<http://www.collectorsweekly.com/articles/think-you-know-ugly-think-a-gain/>

<http://www.core77.com/posts/11563/ugly-how-unorthodox-thinking-will-save-design-by-tad-toulis-11563>

[http://archivistorico.corriere.it/2006/luglio/05/Dal\\_mostro\\_kitsch\\_rivincita\\_del\\_co\\_9\\_060705114.shtml](http://archivistorico.corriere.it/2006/luglio/05/Dal_mostro_kitsch_rivincita_del_co_9_060705114.shtml)

<http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/11/what-is-ugly/281244/>

<http://www.disegnoindustriale.net/il-progetto-dellerrore/>

[http://www.emsf.rai.it/dati/interviste/ln\\_153.htm](http://www.emsf.rai.it/dati/interviste/ln_153.htm)

[http://www.archiportale.com/news/2009/02/eventi/il-buono-il-brutto-e-il-cattivo\\_13945\\_32.html](http://www.archiportale.com/news/2009/02/eventi/il-buono-il-brutto-e-il-cattivo_13945_32.html)

<http://espresso.repubblica.it/foto/2014/03/13/galleria/terrific-design-di-cristina-morozzi-1.157138#7>

<http://www.rivistaorizzonte.com/il-maiale-quel-brutto-che-sa-diventare-bello/>

<http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2009/02/20/le-buone-cose-di-ottimo-gusto-design.html>

[http://www.ted.com/talks/denis\\_dutton\\_a\\_darwinian\\_theory\\_of\\_beauty.html](http://www.ted.com/talks/denis_dutton_a_darwinian_theory_of_beauty.html)

<http://www.vailly.com/project/contemporary-vanitas/>

<http://www.zerodisegno.com/site/content/collection/nobodys-perfect>

# INDICE delle figure

- p\_11* IMG 1\_Illustrazione "Il brutto ombra del bello"
- p\_12* IMG 2\_Illustrazione "L'anguilla", Domenico Lettera
- p\_14* IMG 3\_Disegno di Mosca, Christian Gottlob Winterschmidt, 1765
- p\_16* IMG 4\_La basilica dei Santi Alessandro e Teodoro
- p\_16* IMG 5\_Troll Dolls
- p\_20* IMG 6\_Illustrazione
- p\_24* IMG 7\_Illustrazione tratta da Shakespeare "Troilo e Kressida"
- p\_26* IMG 8\_Figura tratta da My small love
- p\_29* IMG 9\_Figure with meat, Francis Bacon, 1954
- p\_30* IMG 10\_Illustrazione, Lettera D.
- p\_33* IMG 11\_Una Gorgone
- p\_33* IMG 12\_Particolare del gruppo scultoreo del Laocoont
- p\_35* IMG 13\_Trionfo della morte di P. Bruegel, 1569
- p\_35* IMG 14\_La Crocifissione di Antonello da Messina del 1457.
- p\_37* IMG 15\_L'incubo di Johann Heinrich Füssli del 1781.
- p\_37* IMG 16\_L'Abbazia nel querceto di Caspar David Friedrich del 1809.
- p\_41* IMG 17\_Merda d'artista di Piero Manzoni del 1961.
- p\_41* IMG 18\_A Thousand Years di Damien Hirst, 1990
- p\_43* IMG 19\_Marina Abramovic, Balkan Baroque, 1997
- p\_44* IMG 20\_Illustrazione, Lettera D.
- p\_47* IMG 21\_Immagine della Great Exhibition di Londra del 1851
- p\_47* IMG 22\_Due paia di forbici esposte alla Great Exhibition
- p\_52* IMG 23\_Servizi per toeletta di Unger Brothers, inizio XX secolo
- p\_52* IMG 24\_Interni stile Shaker Design, 1860
- p\_52* IMG 25\_La Sedia Wassily, Marcel Breuer, 1925
- p\_52* IMG 26\_Lavatrice del 1935
- p\_55* IMG 27\_Pubblicità di un tosaerba Streamline
- p\_55* IMG 28\_Pininfarina Etabeta, 1996
- p\_58* IMG 29\_LC3, Cassina, Le Corbusier, 1928
- p\_58* IMG 30\_La cova, Poltronova, Ruffi G. del 1973
- p\_63* IMG 32\_Statuina di Ganesha
- p\_63* IMG 33\_Statuina di Sant'Antonio
- p\_63* IMG 34\_Statuina di Raffaella Carrà, "Trenta anni di Fiesta"
- p\_63* IMG 35\_Statuina
- p\_63* IMG 36\_Statuina Madonna Nera
- p\_63* IMG 37\_Statuina Regina del Regno Unito Elisabetta II
- p\_65* IMG 38\_Sale e pepe sotto forma di donna distesa, 2009
- p\_65* IMG 39\_Scarpe con raffigurazione di Obama B.
- p\_65* IMG 40\_Riproduzione della statua di Bruxelles Manneken Pis
- p\_65* IMG 41\_Orologio sveglia a forma di Moschea
- p\_68* IMG 42\_Gnomi, Kartell di Philippe Starck, 2000
- p\_68* IMG 43\_Whippet Bench, panca, di Radi Designers, 1998
- p\_69* IMG 44\_Poltrona Proust, Cappellini, Alessandro Mendini, 1978
- p\_70* IMG 45\_Comodino, Fornasetti
- p\_72* IMG 46\_Illustrazione Lettera D.
- p\_74* IMG 47\_Fenicottero artificiale rosa, Gino Marotta, 1973
- p\_77* IMG 48\_Boxing ring Tawaraya di Masonori Umeda, 1981
- p\_80* IMG 49\_Screenshot dal sito della Nike
- p\_82* IMG 50\_Illustrazione Lettera D.
- p\_89* IMG 51\_Ciotola lavorata secondo la tecnica del Kintsugi
- p\_89* IMG 52\_Anonomoitaliano, Patrizi G.
- p\_89* IMG 53\_Hybrid, Piatti del gruppo di designer Ctrizak, 2011
- p\_91* IMG 54\_Schale, Meneguzzo F., 1960
- p\_91* IMG 55\_Oggetti in ceramica trafilata, Mango R., 1954
- p\_91* IMG 56\_Deform, Milena Kraus
- p\_93* IMG 57\_Fornasier bowl, Damiani L.
- p\_93* IMG 58\_C'est du beton, Charlot M.
- p\_93* IMG 59\_Mertixell Mir Sofa, Myers F., 1980
- p\_95* IMG 60\_Hidden beauty – inner skins, Studio Gutedort
- p\_97* IMG 61\_Insectilix Lolly
- p\_97* IMG 62\_Contemporary Vanitas, Vaso In Capelli
- p\_97* IMG 63\_Orecchino fatto con escremento di alce
- p\_97* IMG 64\_Orecchino fatto con pallottola, trovata in Cambogia.
- p\_97* IMG 65\_Peaceful Bomb Vase, Biaugust's Peace

*p\_99* IMG 66\_Lampadario Eccetera, Asap, Varetto M.  
*p\_99* IMG 67\_Erbale, Driade, Maffei S.  
*p\_99* IMG 68\_Rag Chair 3700, Tejo Remy  
*p\_99* IMG 69\_Anemone Light, Paolo Ulian  
*p\_102* IMG 70\_Immagine Merel Witteman "Aversive Aesthetics"  
*p\_106* IMG 71\_Illustrazione, "Treno mostruoso", Lettera D.  
*p\_109* IMG 72\_Oggetti surrealisti, Simeon Collectio  
*p\_109* IMG 73\_Charles Trevelyan  
*p\_109* IMG 74\_Sebastian Brajkovic alla Carpenters Workshop Gallery  
*p\_117* IMG 75\_Oggetto in ceramica trafilata, Mango R., 1954  
*p\_118* IMG 76 Animali, Gio Ponti, Paolo de Poli, 1956  
*p\_118* IMG 77\_Coppia di candelieri C176 Antonia Campi - S.C.I. - Laveno  
*p\_119* IMG 78\_Specinima, Sommella V.  
*p\_120* IMG 79\_Illustrazione Lettera D.  
*p\_123* IMG 80\_Interno di un fablab milanese, Opendot  
*p\_128* IMG 81\_Terra Stool by Adital Ela, 2013.  
*p\_129* IMG 82\_Original Stool by Breadedescalope, 2010  
*p\_130* IMG 83\_Impasto Chair by Steenfatt, 2013.  
*p\_131* IMG 84\_A-perdere by 4P1B, 2013  
*p\_132* IMG 85\_A-R studio, PAIN | BRUT, 2013  
*p\_133* IMG 86\_"Shaping Sugar" by Amelia Desnoyers, 2012  
*p\_134* IMG 87\_"Rocking-Knit" by Damien Ludi, Colin Peille, 2012  
*p\_135* IMG 88\_Wellprovenchair by Marjan van Aubel e James Shaw, 2012  
*p\_136* IMG 89\_Shaking clock by Breadedescalope, 2010  
*p\_137* IMG 90\_Balloon Bowls by Maarten De Ceulaer, 2011  
*p\_138* IMG 91\_The Improvisation machine by Annika Frye, 2013  
*p\_139* IMG 92\_Line 02: The creative factory di Thomas Vailly, 2012  
*p\_140* IMG 93\_"Growth animal", Eleonora Castellarin, Moises Hernandez  
*p\_141* IMG 94\_Bio-vessels by HandMadeIndustrials, 2014.  
*p\_142* IMG 95\_Facature machine and vases by Phil Cuttance, 2012  
*p\_143* IMG 96\_"Stamp" di Anaïs Benoit Dignac, Arthur Didier, Edris Gaaloul  
*p\_144* IMG 97\_"Marbelous" di Anurag Etchepareborda, Flora Fixy, 2012.

*p\_145* IMG 98\_"Swing" di Léonard Golay, Camille Rein, 2012  
*p\_146* IMG 99\_Illustrazione Lettera D.  
*p\_151* IMG 100\_Smashing, Jimmie Durham  
*p\_151* IMG 101\_Oggetti in ceramica kitsch, acquistati per distruggerli.  
*p\_153* IMG 102\_Oggetto kitsch da distruggere  
*p\_153* IMG 103\_Distruzione dell'oggetto con martello  
*p\_153* IMG 104\_Frammenti  
*p\_155* IMG 105\_Selezione frammenti  
*p\_155* IMG 106\_Stesura del velo di lycra  
*p\_155* IMG 107\_Tendere il velo con fili e palloncini  
*p\_156* IMG 108\_Incollaggio alla lycra i frammenti  
*p\_156* IMG 109\_Preparazione l'impasto di gesso  
*p\_156* IMG 110\_Colatura dell'impasto nella stampo di lycra  
*p\_157* IMG 111\_Posizionamento del palloncino  
*p\_157* IMG 112\_Estrazione dell'oggetto  
*p\_157* IMG 113\_Oggetto estratto  
*p\_158* IMG 114\_Macchina  
*p\_160* IMG 115\_La ciotola  
*p\_161* IMG 116\_Dettaglio frammenti

# INDICE

## degli schemi

- p\_23* Schema sull'estetica
- p\_27* Schema grafico ispirato al giudizio secondo Kant.
- p\_49* Schema storia critica del design
- p\_56* Schema temporale dei principali cambiamenti di gusto
- p\_62* Schema delle categorie del Kitsch di Gillo Dorfles
- p\_85* Schema: il design è insieme di prodotto e processo
- p\_86* Schema dei prodotti analizzati nella definizione delle categorie
- p\_125* Schema degli elementi del lavoro dei lavoratori della conoscenza
- p\_149* Schema della ricerca
- p\_154* Schema grafico del processo

12  
Ringraziamenti