

INDUSTRIAL DESIGN

LA LOGICA ESTETICA “CREA” GLI OGGETTI di Bruno Munari

Nuovi criteri per le forme che «consumiamo»

Il designer è un progettista con anche senso estetico. Va subito chiarito di che tipo di estetica si tratta: tutti sanno che non esiste la Bellezza in assoluto, poiché la bellezza è il frutto di regole estetiche di una certa cultura che cambia col cambiare dei popoli e dei luoghi. Se poi accettiamo come vero (che non è) il famoso detto popolare: non è bello quello che è bello ma è bello quello che piace, dobbiamo dar ragione anche al rospo quando guarda con occhi dolci la sua rospa.

Esistono quindi delle regole estetiche, che sono anche regole costruttive strutturali per ogni tipo di espressione artistica, ne esistono molte, c'era un tempo la famosa « sezione aurea » o misura armonica, ci sono le regole della bellezza indiana, quelle della bellezza giapponese, africana, greca, nordica, e via dicendo. Per rendersi conto di quanti tipi di bellezza ci possono essere, anche contrastanti, potremo immaginare di mettere assieme, in un ambiente sufficientemente grande, tutte le veneri delle varie arti: avremo come risultato una specie di zoo.

Bene, per il designer esiste un tipo di bellezza che può essere individuata conoscendo l'estetica della logica. Quella stessa che troviamo in molti prodotti naturali, nei cristalli, nei fiori, nelle conchiglie, in altre parole nella geometria evidente o nascosta a livello di microscopio elettronico, quella geometria che può avere anche apparenze informali, non solo la geometria euclidea ma anche tutte le altre con le loro varie regole di simmetrie di vario ordine.

L'oggetto prodotto dal designer va considerato sotto questo aspetto e non in riferimento ad altre estetiche. Ogni elemento che compone l'oggetto, la sua funzione, la materia, la tecnica con la quale è stato realizzato, la semplicità con la quale è stato risolto, il costo, ecc. devono formare un tutt'uno legato dalla coerenza progettuale.

Con questo tipo di estetica, di coerenza logica, il designer può progettare oggetti d'uso quotidiano, dal più piccolo elemento alla più grande struttura. Il « visual designer » si occupa invece di tutto ciò che può essere meglio detto e trasmesso con una immagine al posto delle parole. « Una immagine vale mille parole » dice un proverbio cinese antico. Il visual designer si occupa quindi di stabilire quello che si potrebbe definire l'immagine aziendale: vi sono industrie che hanno una immagine ben precisa, forme e colori ben definiti che rivelano anche un certo livello culturale; altre industrie che invece si confondono tra loro.

Il « graphic designer » si occupa di tutto ciò che è stampato, dal biglietto da visita al giornale quotidiano. Anche qui si tratta di facilitare la lettura piuttosto che di inventare uno « stile » grafico alla moda.

Il « redesign » è un settore del design che si occupa di ridisegnare, di riprogettare secondo le materie e le tecniche di oggi, un bel prodotto giusto e funzionale ancora oggi valido. Il designer non rinnega il passato; se qualcosa è ancora valido sarebbe stupido abbandonarlo, si può invece riprogettarlo per farlo costare meno, secondo le tecniche e le materie di oggi.

Il « metadesign » si occupa della progettazione di oggetti trasformabili o di parti di oggetti complessi che debbono essere considerati secondo una linea di coerenza, anche se tutte le parti che formeranno l'oggetto complesso futuro, non sono ancora progettate.

C'è poi il design di ricerca che sperimenta materie e tecniche per una futura progettazione. Il design di ricerca produce anche oggetti a funzione estetica, i cosiddetti « multipli » (quelli veri, prodotti in grande serie a prezzo basso) che hanno lo scopo di far conoscere e diffondere dei fenomeni o dei fatti strutturali di carattere estetico, su temi di modulazione, di distorsione di forme basilari, di accumulazione, di variazione, di illusioni ottiche, di percezioni visive poco note o ignote, di tutto ciò che può aumentare la conoscenza e sviluppare la creatività in ogni persona. A questo scopo il

designer si serve di qualunque mezzo poiché la ricerca può essere condotta in ognuno dei campi del design, da quello bidimensionale della grafica a quello a quattro dimensioni del cinema.