

DESIGN E MASS MEDIA

A cura della galleria "Il Centro" è stata organizzata a Napoli il 5 dicembre nel Museo di Villa Pignatelli una tavola rotonda sul tema: *Design e mass media*, chi hanno partecipato Giulio Carlo Argan, Rosario Assunto, Bruno Munari, Filiberto Menna.

Nel presente resoconto riportiamo testualmente i punti più significativi del dibattito tratti dalla registrazione.

[viene riportato l'intervento di Bruno Munari]

BRUNO MUNARI

Munari inizia dichiarando che il suo intervento non avrà un carattere teorico ma servirà a comunicare l'esperienza di lavoro di un designer.

A differenza del pittore o dell'artista tradizionale il quale, attraverso i mezzi consueti, compone la sua opera e attende che questa parli agli altri, il *designer* si pone di fronte ad un problema richiesto dalla società operando attraverso i nuovi mezzi che volta a volta, a seconda dei temi, gli vengono offerti dalla tecnica. Egli affronta il suo lavoro senza alcun preconcetto né di forma, né di stile, né di astrazione o non astrazione, aderendo essenzialmente ai mezzi tecnologici disponibili per risolvere ciascun problema. Il *designer* si differenzia oltre che dall'artista, anche dall'ingegnere progettista di oggetti industriali. Il metodo di lavoro del *designer* è invece diverso. Il *designer* dà la giusta importanza a ogni componente dell'oggetto da progettare e sa che anche la forma definitiva dell'oggetto progettato ha un valore psicologico determinante al momento della decisione di acquisto da parte del compratore. Egli cerca quindi di dare una forma il più possibile coerente alla funzione dell'oggetto, forma che nasce direi quasi spontaneamente, suggerita dalla funzione, dalla parte meccanica (quando c'è), dal materiale più adatto, dalle tecniche di produzione più moderne, da un esame dei costi, e da altri fattori di carattere psicologico estetico.

Ogni argomento ha già in sé le sue forme e le sue immagini che aspettano soltanto di essere rivelate con mezzi moderni; quindi l'artista di oggi non soltanto ha i mezzi della pittura, della scultura per esprimersi ma anche un'infinità di altri mezzi. Inoltre il *designer* non può avere opinioni personali di fronte al problema, ma deve tenersi rigorosamente ai dati statistici. Per esempio è stata fatta una prova su un certo numero di persone per vedere come venivano accettati i colori di un imballaggio per un detersivo. *In tre scatole decorate, una in giallo, una in blu e l'altra in giallo e blu venne posto lo stesso detersivo. Dall'indagine statistica risultò che il detersivo giallo era corrosivo, quello blu era inefficiente e quello giallo e blu era perfetto. Il motivo di tale preferenza è stato spiegato col fatto che il giallo e il blu essendo dei colori complementari danno una soddisfazione ed un equilibrio psicologico alla persona. Infatti se il nostro occhio è colpito da una luce rossa quando chiudiamo gli occhi noi vediamo verde e questo colore che è complementare del rosso lentamente sfuma verso il nero e si stabilisce un equilibrio; quindi un oggetto o un imballaggio fatto con dei colori complementari ha sempre un effetto sicuro.*

*In conformità alla sua premessa di voler comunicare solo un'esperienza, Munari non esprime alcun giudizio su questo tipo di sollecitazione, di persuasione mistificatoria esercitata a volte dal designer. In quest'incontro – egli prosegue – si è parlato di bello, di bellezza e di estetica; io questo argomento lo lascerei un po' da parte perché non c'è un bello assoluto, ci sono tanti tipi di bellezza secondo le epoche e secondo la cultura; quindi direi piuttosto che il compito del *designer* è quello di produrre degli oggetti esatti, perché quando un oggetto è esatto non c'è più problema di gusto. Infatti gli strumenti, per esempio gli strumenti chirurgici, o tutti i ferri del mestiere che non hanno problemi di estetica, sono però accettati da tutti, perché sono strumenti esatti. Tutt'al più, invece che di bellezza, si può parlare di qualificazione nel senso di coerenza formale, cioè ogni componente, ogni elemento dell'oggetto o della ricerca visiva deve essere collegato o coerente con tutto il resto.*

Questo aspetto della coerenza formale, secondo Munari, da un lato supera il concetto della bellezza

intesa come attributo dell'arte e dall'altro il primo razionalismo che conferiva valore estetico a tutti gli oggetti purché aderenti alla funzione.

Un altro aspetto qualificante il lavoro del designer è un ritorno all'autenticità del mestiere, ad una attività consapevole e competente che reinserisca l'artista nel vivo dell'intera attività produttiva contemporanea.

Il *designer* è quindi l'artista della nostra epoca. Non perché sia un genio ma perché con il suo metodo di lavoro riallaccia i contatti tra arte e pubblico: perché affronta con umiltà e competenza qualunque domanda gli venga rivolto dalla società in cui vive, perché conosce il suo mestiere, le tecniche e i mezzi più adatti a risolvere ogni problema di comunicazione e di informazione visiva. Perché risponde alle necessità umane della gente della sua epoca, li aiuta a risolvere certi problemi indipendentemente da preconcetti stilistici e da false dignità artistiche derivate dalla divisione tra le arti.