

PUBLICA

Linguaggi Grafici
DECORAZIONE

a cura di

Enrico Cicalò, Francesca Savini, Ilaria Trizio

P V B L I C A

COMITATO SCIENTIFICO

Marcello Balbo
Dino Borri
Paolo Ceccarelli
Enrico Cicalò
Enrico Corti
Nicola Di Battista
Carolina Di Biase
Michele Di Sivo
Domenico D'Orsogna
Maria Linda Falcidieno
Francesca Fatta
Paolo Giandebiaggi
Elisabetta Gola
Riccardo Gulli
Emiliano Ilardi
Francesco Indovina
Elena Ippoliti
Giuseppe Las Casas
Mario Losasso
Giovanni Maciocco
Vincenzo Melluso
Benedetto Meloni
Domenico Moccia
Giulio Mondini
Renato Morganti
Stefano Moroni
Stefano Musso
Zaida Muxi
Oriol Nel.lo
João Nunes
Gian Giacomo Ortu
Rossella Salerno
Enzo Scandurra
Silvano Tagliagambe

Linguaggi Grafici

La serie Linguaggi Grafici propone l'esplorazione dei diversi ambiti delle Scienze Grafiche e l'approfondimento di campi specifici capaci di far emergere nuove prospettive di ricerca. La serie indaga le molteplici declinazioni delle forme di rappresentazione grafica e di comunicazione visiva, proponendo una riflessione collettiva, aperta, interdisciplinare e trasversale capace di stimolare nuovi sguardi e nuovi filoni di indagine. Ciascun volume della serie è identificato da un lemma, che definisce al contempo una categoria di artefatti visivi e un campo di indagine, che si configura come chiave interpretativa per la raccolta di contributi provenienti da ambiti culturali, disciplinari e metodologici differenti, che tuttavia riconoscono nei linguaggi grafici un territorio di azione e di ricerca comune.

COMITATO EDITORIALE

Enrico Cicalò
Francesco Cotana
Amedeo Ganciu
Valeria Menchetelli
Marta Pileri
Andrea Ruggieri
Francesca Savini
Andrea Sias
Ilaria Trizio
Michele Valentino

PUBLICA

Linguaggi Grafici
DECORAZIONE

a cura di

Enrico Cicalò, Francesca Savini, Ilaria Trizio

Enrico Cicalò, Francesca Savini, Ilaria Trizio (a cura di)

Linguaggi Grafici. DECORAZIONE

© PUBLICA, Alghero, 2022

ISBN 978 88 995 86 29 4

Pubblicazione Dicembre 2022

Questo volume è stato pubblicato grazie al finanziamento del fondo di Ateneo per la ricerca 2020 dell'Università degli Studi di Sassari.

PUBLICA

Dipartimento di Architettura, Design e Urbanistica

Università degli Studi di Sassari

WWW.PUBLICAPRESS.IT



INDICE

- 12 **I linguaggi grafici della decorazione:
ragioni, funzioni, evoluzioni e definizioni**
Enrico Cicalò, Francesca Savini, Ilaria Trizio
- 30 **I linguaggi grafici della decorazione:
temi, sguardi ed esperienze**
Enrico Cicalò, Francesca Savini, Ilaria Trizio

GEOMETRIE

- 48 **La sfida delle restrizioni.
La decorazione a matrice geometrica tra didattica e ricerca visuale**
Edoardo Dotto
- 70 **Dal geometrico al figurativo: i linguaggi della decorazione
nella cattedrale di Messina (XVI-XX secolo)**
Adriana Arena
- 92 **Variazioni sul tema. Dai rosoni del duomo di Milano:
forma, costruzione e proliferazione nei *pattern* chiusi**
Michela Rossi, Giorgio Buratti
- 120 **Intrecci amalfitani.
Decorazioni fra contaminazioni e geometrie**
Ornella Zerlenga, Margherita Cicala, Rosina Iaderosa
- 148 **Geometria e figurazione nelle decorazioni murarie
di Tozeur e Nefta (Tunisia)**
Daniele Colistra

- 166 **Scritture in codice.
Decorazioni berbere nella regione maghrebina**
Marinella Arena, Paola Raffa
- 186 **Geometria e ornamento come identità culturale. Valenze estetiche
e formali della decorazione nell'architettura islamica**
Barbara Messina

RILIEVI

- 214 **In dialogo tra spazio e decorazione:
la Fonte della Rivera all'Aquila**
Luca Vespasiano, Stefano Brusaporci
- 236 **Le decorazioni marmoree della basilica
nella vecchia Ashkelon**
Laura Aiello
- 254 **Palazzo Imperiale a Genova: il decoro di una facciata
cinquecentesca nell'angusto tessuto medievale**
Gaia Leandri
- 274 **Il linguaggio grafico-simbolico del Garage Musmeci di Catania.
Rilievo digitale e modellazione 3D per la valorizzazione
e la divulgazione delle decorazioni architettoniche di facciata**
Graziana D'Agostino
- 292 **Oltre la visualità delle superfici.
Decorazioni parietali del *Palau* Carcassona ad Alghero**
Michele Valentino, Andrea Sias, Marta Pileri
- 310 **Geometria e natura: l'apparato decorativo
del piano di facciata di Casa Bartoli a Trieste**
Silvia Masserano, Veronica Riavis

TASSONOMIE

- 334 ***New Liberty*. Composizione e rappresentazione di un *pattern***
Valentina Castagnolo, Antonia Valeria Dilauro, Anna Christiana Maiorano

362 **L'ornamento nei soffitti di Giuseppe Poggi.
Analisi grafica e geometrica dei disegni d'archivio**
Francesco Cotana

390 **Le grottesche di Sant'Anna dei Lombardi, a Napoli.
Analisi geometrica dell'apparato decorativo
nello spazio architettonico**
Virginia Miele, Marco Saccucci, Assunta Pelliccio

TECNICHE

416 **Il linguaggio decorativo in ambito romano:
lettura e analisi del disegno dei pavimenti musivi**
Sabrina Acquaviva

442 **La decorazione nella stereotomia
dell'area mediterranea nel Rinascimento**
Antonio Calandriello

470 **Tavole di progetto per decorazioni in stucco.
Un'analisi iconografica di disegni tra Settecento
e Ottocento in Basilicata**
Giuseppe Damone

494 **Pitture murali e graffiti a Milano per l'immagine della città
decorata. La pratica otto-novecentesca dell'ornato e le sue radici
neorinascimentali nelle scuole professionali: tradizioni, repertori
e modelli di studio**
Matteo Giuseppe Romanato

522 **La decorazione ceramica nell'architettura. L'esperienza umbra
fra tradizione storica e innovazione contemporanea**
Valeria Menchetelli

INTERPRETAZIONI

556 **Il Monetiere del Museo dei Brettii e degli Enotri di Cosenza:
dalla decorazione analogica alla narrazione digitale**
Francesca Fatta, Andrea Marraffa

- 584 **Decorazione strutturale e struttura decorativa:
il rinnovato valore della tecnica del merletto**
Sara Conte, Valentina Marchetti
- 606 **Il design della superficie:
la decorazione nel *product design***
Flora Gaetani
- 624 **Disegni di luce.
L'illuminazione artificiale come decorazione
dell'architettura**
Nicolò Sardo
- 654 **Decorazione e arte della cucina:
rappresentazione grafica del gusto e del sapore**
Maurizio Marco Bocconcino, Mariapaola Vozzola

SUPERFICI

- 684 **Pelli disegnate e indelebili decori del corpo**
Massimiliano Ciammaichella, Laura Farroni
- 710 **La pelle, tessuto dell'abitare.
La natura esperienziale della superficie
nell'architettura contemporanea**
Valerio De Caro
- 730 **Linguaggio grafico e struttura decorativa
nella produzione tessile modernista
di **Anni Albers****
Stefano Chiarenza
- 752 **Il disegno delle decorazioni nell'abbigliamento
e nell'architettura dell'antica Pompei.
Permanenze e variazioni**
Nicola Pisacane, Alessandra Avella
- 770 **Il bagno decorato:
intima estetica di uno spazio domestico**
Giovanna Ramaccini

RAPPRESENTAZIONI

- 798 **Le targhe ceramiche di INA-Casa:
tra arte, architettura e spazio urbano**
Sonia Mollica
- 814 **La decorazione nei tombini giapponesi.
Rappresentazione, iconografia e spiritualità**
Cristiana Bartolomei, Caterina Morganti
- 834 ***“You paint the wall, you make it look beautiful”*.
Aspetti performativi e implicazioni politiche
della decor-azione sui muri e in contesti frontalieri**
Andrea Masala
- 854 **Il carattere come motivo decorativo,
dai capilettera al *lettering***
Manuela Piscitelli
- 878 **Comunicazione ed estetizzazione nei poster
di Alfons Mucha: alcune note sul rapporto tra arte
e pubblicità nella Parigi di fine Ottocento**
Marcello Scalzo
- 894 **Elementi di grammatica e sintassi decorativo-ornamentale
di Alfons Mucha**
Vincenzo Cirillo, Riccardo Miele
- 926 **Marc Chagall alla Metropolitan Opera di New York:
opera d’arte o ‘puro ornamento’?**
Ludovico Baldelli

Linguaggi Grafici

DECORAZIONE

‘Decorazione’ e ‘ornamento’ sono due termini a cui vengono associate definizioni molteplici e ambigue, ma sempre riconducibili alla ricerca del ‘bello’, dell’armonia e della proporzione. Una molteplicità semantica legata alla trasversalità del concetto di abbellimento, comune a numerosi ambiti espressivi che si espandono ben oltre il campo delle arti visive. Simbolo ed effetto dell’abbondanza e della disponibilità di risorse, la decorazione e l’ornamento sono stati sottoposti ai più mutevoli umori della storia, ma hanno comunque conservato la centralità del loro ruolo nei più diversi ambiti, sia progettuali che artistici.

L’ornamento può infatti essere visto come ‘stile’, in quanto invenzione artistica e creazione collettiva le cui matrici sono spesso anonime e archetipiche. Il suo compito è quello di attrarre lo sguardo, dare importanza, significato e identità a corpi, prodotti, spazi e immagini.

Oppure l’ornamento può essere visto come ‘delitto’, in quanto la sua esecuzione richiede un dispendioso *surplus* di lavoro, energie e risorse che, se da un lato trasformano semplici oggetti in preziosi artefatti visivi, dall’altro li relegano a un ambito di fruitori ristretto ed elitario.

Gli anni Venti del secolo scorso hanno rappresentato non solo l’apice dello sviluppo della decorazione nella nostra cultura, ma anche l’inizio di un declino

che ha condotto alla rimozione dei linguaggi decorativi relegati al simbolo di una visione obsoleta della cultura e della società.

A un secolo dal loro momento di massimo splendore, decorazione e ornamento vengono analizzati all'interno di questo volume in una prospettiva storico-critica come invarianti universali della nostra cultura visiva, capaci di offrire ancora interessanti spunti di riflessione e nuove prospettive per la ricerca nei diversi ambiti disciplinari: nell'architettura, nel design, nell'archeologia, nella comunicazione visiva, nella storia dell'arte.

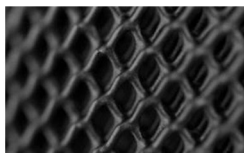
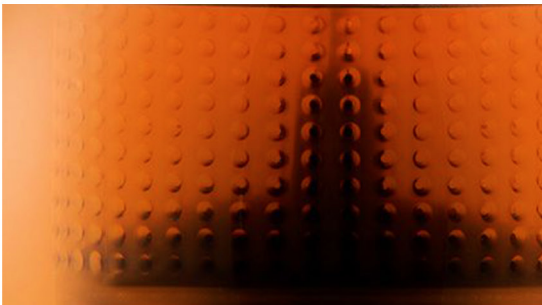
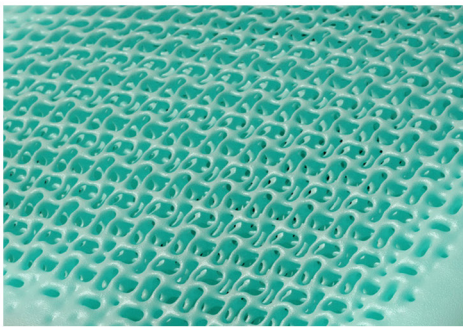
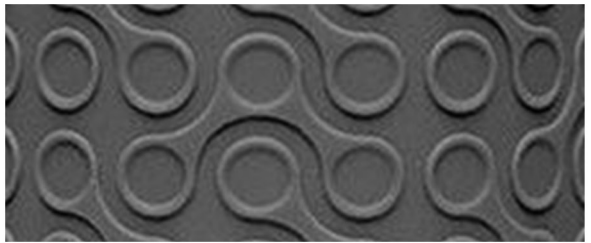
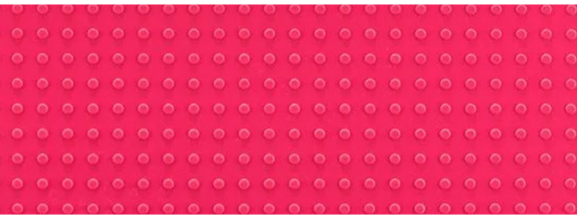
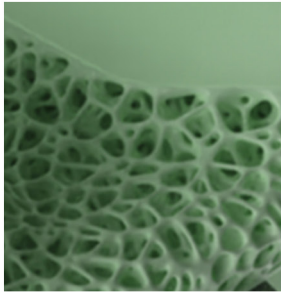
Il volume si propone come spazio di riflessione sui linguaggi grafici della decorazione e dell'ornamento, con l'obiettivo di esplorarne le forme, i motivi, le tipologie, le funzioni, gli utilizzi, le modalità espressive e i contenuti simbolici.

Il design della superficie: la decorazione nel *product design*

Surface Design: Decoration in Product Design

Flora Gaetani

Politecnico di Milano
Dipartimento di Design
flora.gaetani@polimi.it



design del prodotto
CMF design
semiotica della superficie
società dell'immagine

product design
CMF design
surface semiotics
image society

In questo lavoro, il design della superficie viene inteso come la capacità di progettare e manipolare 'l'immagine' dell'oggetto attraverso l'applicazione della decorazione.

Gli oggetti che ci circondano sono in molti casi decorati con *pattern*, *texture* e finiture superficiali. A una prima osservazione, tali decorazioni possono sembrare superflue a causa dell'accezione secondaria che il termine di decorazione ha assunto in una società che ha sempre posto in primo piano l'intelligenza sequenziale, derivazione della cultura alfabetica, in contrapposizione con l'intelligenza visiva, derivazione della visione non alfabetica. In realtà la decorazione sottende a una molteplicità semantica, figlia del suo essere un linguaggio visivo, che può favorire la nascita di nuovi legami tra gli elementi.

In quella che viene definita ormai come 'società dell'immagine', l'intelligenza visivo-spaziale assume un ruolo importante nell'interpretazione dell'utilizzo degli oggetti. In questo contesto la decorazione è uno dei fattori di cui tenere conto nell'analisi della loro immagine.

Nella prima parte del contributo, si cercherà di descrivere il contesto socio-culturale in cui ci troviamo, con particolare attenzione al ruolo che l'immagine stessa del progetto può avere nel dialogo tra utente e oggetto.

Nella seconda parte viene descritto l'oggetto come un sistema comunicativo complesso fatto di segni che veicolano un significato altro rispetto al solo funzionale. Inoltre si indagherà come la complessità semantica degli oggetti abbia portato alla definizione di nuove figure professionali specialistiche quale quella del '*Colour Material & Finish designer*'.

Attraverso l'esposizione di alcuni casi studio, infine, si è voluto proporre una classificazione, tutt'altro che esaustiva, sulle tipologie di decorazioni presenti sulla

In this work, surface design is the ability to design and manage the object's image through the decoration's application.

Objects around us are, in many cases, decorated with patterns, textures and surface finishing. At first glance, these decorations may seem redundant due to the minor meaning that the term decoration has taken on in a society that has always placed sequential intelligence, a derivation of alphabetic culture, in the first place, as opposed to visual intelligence, a derivation of non-alphabetic vision. In reality, decoration implies a semantic multiplicity, resulting from its being a visual language, which can foster the emergence of new links between elements.

In what is now defined as 'image society', visual-spatial intelligence plays an essential role in the interpretation of the use of objects. In this context, decoration is one of the factors to be considered in analysing their image.

In the first part of the contribution, an approach will be made to describe the socio-cultural context in which we are located, with particular attention to the role that the design image can play in the dialogue between user and object.

In the second part, objects are described as a complex communicative system of signs that vehiculate a meaning other than merely functional. It will also investigate how the semantic complexity of objects has led to the definition of new specialised professional figures such as the '*Colour Material & Finish designer*'.

Finally, through the illustration of some case studies, we wanted to propose a classification, far from exhaustive, of the types of decorations present on the surface of objects. The proposed classification aims to define: the primary functions (such as

superficie degli oggetti. La classificazione proposta vuole cercare di definirne le funzioni primarie (come l'*affordance*) e secondarie (estetiche, linguistiche, espressive, allusive) della decorazione, il ruolo assunto nel dialogo oggetto-utente e la funzione di interfaccia che la superficie assume in questo dialogo.

In conclusione, qual è oggi il ruolo della decorazione nel design di prodotto industriale? Quali sono gli strumenti che vengono utilizzati per disegnare la decorazione e quali ruoli ha assunto? Quali professioni sono nate proprio con lo scopo di gestire questa parte del processo progettuale?

Ad un secolo dal momento di massimo splendore che le espressioni di decorazione e ornamento hanno assunto, sono queste le domande a cui si cercherà di rispondere.

affordance) and secondary functions (aesthetic, linguistic, expressive, allusive) of the decoration, the role assumed in the object-user dialogue and the interface function that the surface assumes in this dialogue.

In conclusion, what is the role of decoration in industrial product design today? What tools are used to design decoration, and what roles has it assumed? Which professions have sprung up precisely to manage this part of the design process?

A century after the moment of glory that the expressions decoration and ornamentation have assumed, these questions will be attempted to answer.

Introduzione

Osservando la superficie degli oggetti, si notano una moltitudine di decorazioni sotto forma di *pattern*, *texture* e finiture superficiali (fig. 1). Tali decorazioni assumono significati e scopi diversi tra loro. Possono essere espressione dell'appartenenza a una serie di oggetti della stessa azienda con la medesima immagine coordinata. Alcune decorazioni assumono una valenza funzionale, migliorando l'*affordance* [1] di un prodotto. Le *texture*, in altri casi, possono addirittura assumere una funzione strutturale, migliorando le prestazioni meccaniche di un oggetto. La decorazione, quindi, nel design di prodotto contemporaneo non è fine a se stessa, ma assume un significato, spesso molto complesso. Questo avviene anche perché la società moderna si è trasformata in società dell'immagine, in cui il senso della vista assume un ruolo fondamentale.

Parallelamente alla trasformazione della società, il progettista passa, come spiega esaurientemente Valtonen (2005) nel suo lavoro, dal ruolo tecnico e analitico che aveva agli albori della professione, progettando oggetti con una forte valenza funzionale oltre che estetica, a un ruolo sempre più strategico all'interno delle realtà aziendali. Negli ultimi decenni, con la crescente importanza e richiesta di riconoscimento del concetto di brand, il designer ha assunto dapprima il ruolo di 'creatore di esperienze', fino a quello di 'promotore dell'innovazione'.

La professione generica dell'*industrial designer* si è sempre più specializzata per soddisfare le richieste del mercato. Tra le specializzazioni che si occupano di avere cura dell'esperienza dell'utente e di immaginare scenari futuri, quella che lavora sulla progettazione delle superfici è il *CMF designer*, dove *CMF* è l'acronimo di *Colour, Material and Finish*. Il *CMF design* è una disciplina professionale emergente che procede parallelamente al processo fisico e tecnico del disegno industriale (Liu, 2020).

Partendo dallo studio della superficie degli oggetti e delle professioni che si occupano di definirne le proprietà, il lavoro qui descritto si pone l'obiettivo di raccontare una serie di casi studio significativi appartenenti al settore del design di prodotto, descrivendone le caratteristiche, con particolare attenzione alla funzione assunta della decorazione e descrivendo alcuni degli strumenti e dei metodi del disegno che vengono utilizzati per la loro progettazione.

Fig. 1
Composizione di segni sulle superfici degli oggetti (elaborazione grafica dell'autore).

La società dell'immagine

Viviamo nella società dell'immagine. L'espansione di internet, negli ultimi 30 anni, ne ha contribuito allo sviluppo attraverso la diffusione delle immagini in un modo che prima sarebbe stato impensabile. Veniamo bombardati in continuazione: le immagini, spesso stereotipate, hanno gli scopi più vari, dalla comunicazione sociale alla propaganda. Giovanni Sartori (2000) forgia il termine *homo videns*, come evoluzione dell'*homo sapiens*, per il quale la parola viene quasi totalmente sostituita dall'immagine (in televisione od on-line). La descrizione di Sartori è drastica e critica, ma consente di fare alcune riflessioni sul valore che le immagini hanno assunto e sulle possibilità che offrono.

Se è vero che la scrittura e la parola hanno contribuito a formare più di ogni altra cosa la mente umana attraverso lo sviluppo di una 'intelligenza sequenziale', ponendo l'accento su dinamiche analitiche e di approfondimento, le immagini contribuiscono allo sviluppo di una 'intelligenza simultanea' in grado di trattare più informazioni insieme e porre l'accento sulle dinamiche della sintesi (Simone, 2000).

Come sostiene Howard Gardner (1988), non esiste un'intelligenza unica e quindi, tra le altre, esiste anche l'intelligenza visivo-spaziale, caratterizzata da alcune specifiche prerogative, quali la manipolazione della realtà attraverso l'immagine creativa, l'introduzione del concetto di punto di vista dell'osservatore e della sua soggettività percettiva, oppure la capacità di cogliere più aspetti simultaneamente di uno stesso concetto problematico (Di Napoli, 2002). A questo proposito Arnheim (1974) ha introdotto il termine di 'pensiero visivo', ponendolo sullo stesso piano del pensiero discorsivo.

L'intelligenza visivo-spaziale è legata alla creatività del progettista e alla sua capacità di cogliere "a colpo d'occhio" (Penati, 2018, p. 90) i dati essenziali di un contesto e di attuare una sintesi che lo porta a emettere un giudizio e, di conseguenza, a prendere delle decisioni progettuali.

Il design compie un atto semiotico che consiste nel porsi come 'fattore di mediazione' e di accesso fra un insieme di contenuti e un utente. Per Zingale il design è quindi traduzione e "se si traduce, è perché qualcuno ha necessità di accedere a un mondo semantico altrimenti inaccessibile, perché non ne conosce la 'lingua' o perché non è in grado di 'vederlo' con chiarezza, o per altre e diverse ragioni" (Zingale, 2016, p. 88).

L'intelligenza visivo-spaziale è legata anche alla capacità (o all'incapacità) dell'utente finale di comprendere l'utilizzo di un oggetto, o dell'oggetto di instaurare un dialogo silenzioso con l'utente attraverso la sua pelle, per comunicare, ad esempio, come deve essere utilizzato, quali sono i valori che trasmette, a che cultura appartiene ecc.

Ma come queste riflessioni si combinano con il mondo degli oggetti e di ciò che questi comunicano attraverso la loro superficie, attraverso la decorazione?

Queste riflessioni aiutano a comprendere la potenza che l'immagine stessa del progetto può avere nel dialogo tra utente e oggetto attraverso i segni posti sulla sua superficie. Il primo senso coinvolto in questo dialogo è la vista e, nella società dell'immagine, è proprio la vista a assumere il ruolo principale. Il progettista, pertanto, può lavorare su diversi piani manipolando l'oggetto progettato attraverso analogie e metafore che agiscono su livelli differenti di intervento: dalla forma, fino alla definizione delle finiture superficiali.

La percezione degli oggetti e il *CMF designer*

L'oggetto non è più visto e progettato con il solo scopo di assumere una funzione, ma diventa un sistema complesso, fatto di segni che veicolano un significato altro rispetto al solo funzionale.

Al designer è richiesto quindi di agire sulla forma, sulla superficie e sulle finiture superficiali, al fine di descrivere e tradurre "un mondo semantico altrimenti inaccessibile" (Zingale, 2016, p. 88).

In questo scenario la superficie degli oggetti si pone come interfaccia tra l'oggetto e l'utente e su di essa possono essere posti ulteriori segni (trattamenti superficiali, i colori, le *texture*) con un carattere decorativo, che svolgono differenti funzioni.

La funzione della decorazione può essere primaria, come ad esempio suggerire una modalità d'uso, l'*affordance* dell'oggetto (Norman, 2019), oppure secondaria, espressione delle esigenze estetiche, semantiche, linguistiche, espressive, allusive e culturali dell'oggetto.

In questo contesto progettuale opera il *CMF design*.

Le caratteristiche di questo ambito professionale combinano la conoscenza pratica delle proprietà funzionali e delle tecnologie dei materiali (*hard skills*) con le percezioni umane intangibili (*soft skills*).

Ciò significa che il *CMF designer* deve avere competenze che toccano diversi domini della conoscenza: ricerca sui materiali (concentrando le sue energie in particolare sulla sostenibilità e il ciclo di produzione), teoria del colore, grafica, moda, illustrazione, *branding* e pubblicità. Inoltre, è fondamentale una sensibilità per individuare e articolare i linguaggi di design e le tendenze estetiche, insieme alla capacità di capire e tradurre le aspirazioni dei consumatori in soluzioni *CMF* attraverso uno storytelling coinvolgente (Becerra, 2016).

Gli strumenti utilizzati per il disegno delle decorazioni sono molteplici. Il processo che si segue parte sempre da una approfondita ricerca per costruire l'apparato iconografico di riferimento attraverso la costruzione di *mood board*. In seguito, il processo di creazione può utilizzare il disegno a mano libera su griglia per la progettazione di un singolo modulo del *pattern*. Si passa quindi alla digitalizzazione con software di grafica bidimensionale (vettoriale e raster a seconda delle necessità) e, in alcuni casi, si può arrivare persino allo sviluppo tridimensionale attraverso software di modellazione generativa. Nella figura 2 è illustrato il percorso di *CMF design* dei sedili di un'auto: la creazione di una *mood board*, il disegno del *pattern* scelto e l'applicazione sui sedili.

Pertanto, si può affermare che la superficie dell'oggetto, nei prodotti contemporanei, comunica e catalizza il dialogo tra utente e oggetto, non solo per esprimere la funzionalità, ma soprattutto per le emozioni che trasmette: la decorazione diventa, quindi, espressione delle emozioni dell'oggetto.

I casi studio

Di seguito, sarà delineata una panoramica di casi di studio nell'ambito del design del prodotto industriale. Tale classificazione, tutt'altro che esaustiva, vuole mettere in risalto l'importanza che la decorazione ha assunto configurandosi non solo come linguaggio grafico capace di innalzare, nobilitare, caratterizzare, arricchire, abbellire, ma anche come strumento per manipolare le funzioni dell'oggetto.

L'ordine segue una logica che parte dalle decorazioni che assumono un significato più legato alle funzioni primarie dell'oggetto per poi passare alle funzioni secondarie, di volta in volta sempre meno tangibili.

La decorazione funzionale

Partendo dalle funzioni primarie che la decorazione assume nel design del prodotto, troviamo la decorazione funzionale con un'accezione strutturale, vale a dire una decorazione che può avere degli scopi tecnici, quali, ad esempio, la diminuzione del materiale utilizzato, mantenendo una adeguata resistenza meccanica.

Uno strumento che ha abilitato l'ultima generazione di designer ad agire sulla geometria degli oggetti per scopi funzionali è stata l'adozione della modellazione 3D generativa che permette di creare una forma o, nell'ambito della decorazione, una *texture* attraverso una sequenza di fasi di elaborazione. Il design delle forme diventa design delle regole.

Ne è un esempio il sellino *VAEN* di Vasile Ganea [2], la cui struttura reticolare interna, resa visibile all'esterno come fosse una decorazione (fig. 3), viene generata algebricamente dalla mappa di pressione unica per ogni ciclista in modo da ottenere variazioni di densità che garantiscano il massimo comfort riducendo i picchi di pressione. Un altro esempio è la cassetta da mercato *Redea* della CPRsystem [3], un progetto in collaborazione con il Politecnico di Milano che, attraverso la *texture* della sua superficie, realizzata con tecniche di modellazione parametrica generativa (fig. 4), permette di ottimizzare una serie di proprietà quali la riduzione del peso (con un conseguente risparmio di materiale e di emissioni di CO₂ durante il trasporto), l'aumento dell'aerazione interna e una migliore visibilità del prodotto esposto.

La decorazione funzionale può essere anche riferita all'uso dell'oggetto, migliorandone l'*affordance* [1]. Esempi significativi in tal senso sono le tazze e i thermos della Bodum [4], azienda di origine danese, che ha fatto dell'accoppiamento tra silicone e altri materiali più nobili (quali la porcellana e il vetro) uno dei cardini del *family feeling* aziendale. In particolare (fig. 5), l'utilizzo del silicone e della *texture* in rilievo sulla sua superficie suggerisce all'utente dove fare presa sull'oggetto senza incorrere in incidenti (scottarsi o farlo cadere). Il silicone e le decorazioni sopra di esso poste, sono diventate anche un segno distintivo dell'azienda che le riproduce su oggetti e materiali diversi.

La decorazione narrativa

Nel design del prodotto industriale sono presenti esempi di *texture* che raccontano una storia.

Fig. 2

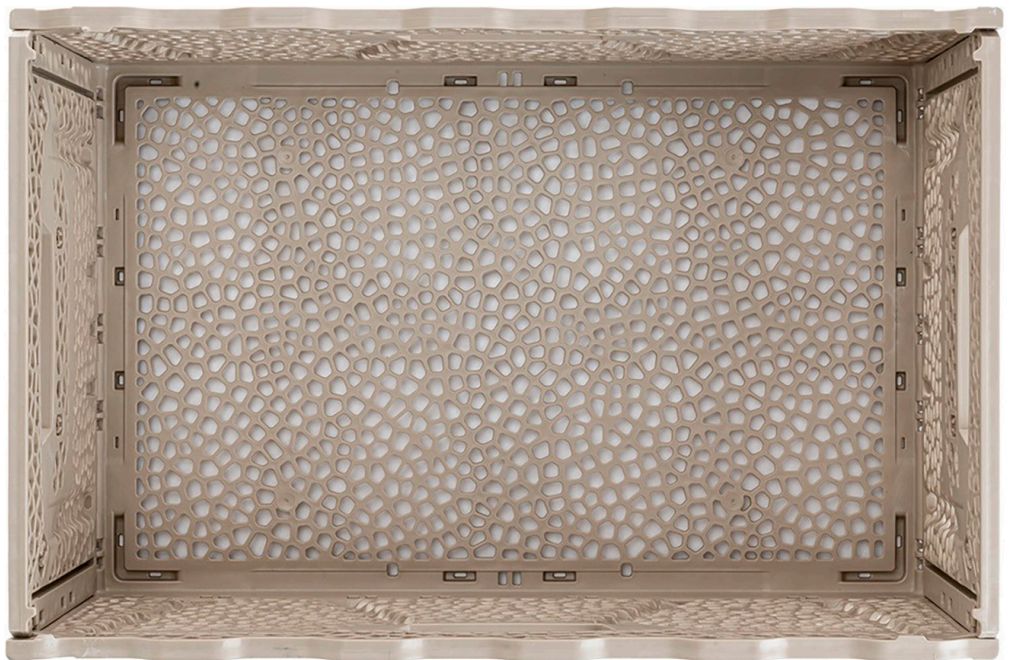
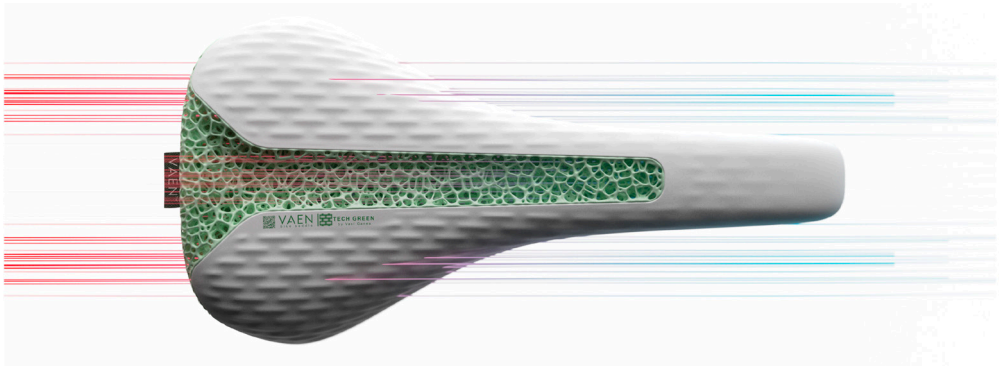
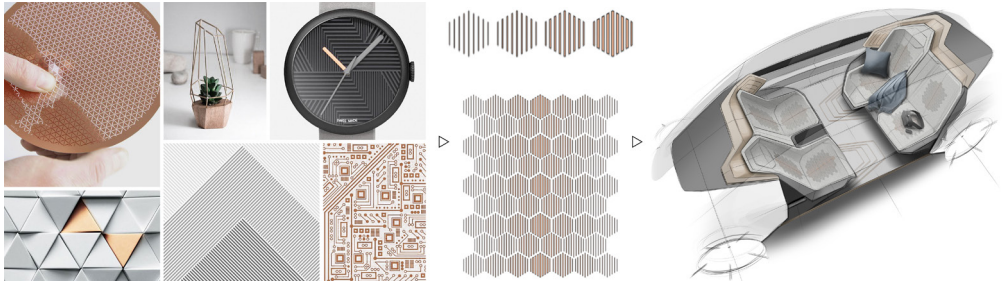
M. Quamori Tanzi, consegna per il corso di CMF design interno al Master TAD, nona edizione (elaborazione grafica dell'autore).

Fig. 3

V. Ganea, *VAEN bike saddle* <<https://vaen.es/vaen-saddle>> (ultimo accesso 18 luglio 2022).

Fig. 4

CPRsystem, *Redea*. <<https://www.cprsystem.it/redea/>> (ultimo accesso 18 luglio 2022).



È il caso della bottiglia di vetro dell'acqua San Bernardo che la Giugiaro Design, nel 1994, realizzò per il mercato della ristorazione. La sua caratteristica distintiva principale fu la decorazione sulla superficie, caratterizzata da ottantotto gocce in rilievo. Dal gennaio 2008, quella che venne definita come una bottiglia 'dal design sensoriale' [5], viene distribuita al grande pubblico attraverso la versione da centocinque gocce di vetro (fig. 6). Giorgetto Giugiaro, attraverso il design della bottiglia, racconta la sua storia personale: la sua terra d'origine, Garessio, in provincia di Cuneo, è la stessa dell'azienda San Bernardo SpA. Egli spiega così la sua scelta progettuale:

L'acqua delle mie montagne è sempre stata una presenza importante e costante nella mia vita. Per questo è stato particolarmente piacevole pensare a una bottiglia che racchiudesse quest'acqua, suscitando nel consumatore una serie di emozioni in grado di coinvolgere tutti i sensi. (Adnkronos, 2007)

Un vero e proprio omaggio alla sua terra di origine. Dalla decorazione di questo prodotto viene coinvolto non solo il senso della vista, ma anche quello del tatto. La decorazione assume principalmente una funzione secondaria 'allusiva' alla purezza dell'acqua: "dove il gusto diventa immagine, con una bottiglia bella da vedere, da toccare e da servire" [6]. In seconda istanza assume la funzione di accrescere l'ergonomia dell'oggetto, attraverso il *grip* della *texture*.

Esistono altri esempi di *texture* narrative che non coinvolgono direttamente il progettista, ma l'utente finale. Un esempio è il progetto di Tjep per Droog Design [7], *Do Break* (fig. 7), un vaso di ceramica e materiale polimerico che, tramite gli urti che può subire nella sua vita (volontari o accidentali) si crepa esternamente, ma mantiene intatta la sua funzione grazie al polimero interno. Una *texture* che racconta degli eventi successi durante il suo ciclo di vita.

La decorazione mutante

La decorazione mutante è quella categoria che prevede una evoluzione nel tempo: è una categoria simile alla decorazione narrativa, ma in questo caso il designer progetta la mutazione.

Fig. 5

Bodum, *Travel mug*
<<https://www.bodum.com/>> (ultimo accesso 19 luglio 2022).

Fig. 6

San Bernardo SpA,
Bottiglie San Bernardo.
<<https://www.sanbernardo.it/gallery/gallery-san-bernardo/>> (ultimo accesso 15 luglio 2022).



È una decorazione con un'accezione quasi 'educativa' che porta valore al passare del tempo invece che rendere l'oggetto solo 'vecchio' e quindi da sostituire. Un interessante lavoro in cui sono presenti i casi studio citati è quello di Parisi e Rognoli che raccontano come alcuni progettisti di oggi stiano orientando il loro modo di progettare tenendo conto che "l'imperfezione [...] è considerata in qualità di portatrice di unicità e esclusività" (Parisi & Rognoli, 2016, p. 81).

Parlando di decorazioni mutanti troviamo le tazze *Stain* di Laura Bethan Wood [8] che sfruttano l'ingiallimento della ceramica non smaltata per far comparire dei *pattern* decorativi dopo l'uso (fig. 8). Un altro esempio significativo è la pavimentazione *Verderame* di Odoardo Fioravanti [9] che si ossida dove il passaggio delle persone è meno frequente, facendo comparire delle grafiche laddove il pavimento è stato trattato (fig. 9).

La decorazione nascosta

La più intangibile delle decorazioni descritte è quella nascosta, quella che non viene notata subito, ma che quando si rende visibile suscita un'emozione di scoperta e stupore.

È il caso, ad esempio, della *texture* posta sul *controller* della PlayStation 5 (fig. 10): i designer dell'azienda hanno deciso di applicare una *micro-texture* all'intera scocca inferiore del *controller* che riproduce migliaia di piccoli simboli di gioco (triangoli, quadrati, cerchi e croci). I test per trovare la giusta combinazione tra *grip* ed estetica sono stati numerosi. Morisawa, direttore artistico *senior* del gruppo di progettazione del Design Center di Sony, spiega che sono stati realizzati a mano diversi progetti, digitalizzati, riprodotti, applicati a prototipi di *gamepad* reali e testati più e più volte fino a quando le squadre non hanno trovato l'equilibrio desiderato: un aspetto gradevole, una *texture* sufficientemente confortevole e antiscivolo, ma non così ruvida da far male alle mani durante una lunga sessione di gioco (Hollister, 2021).

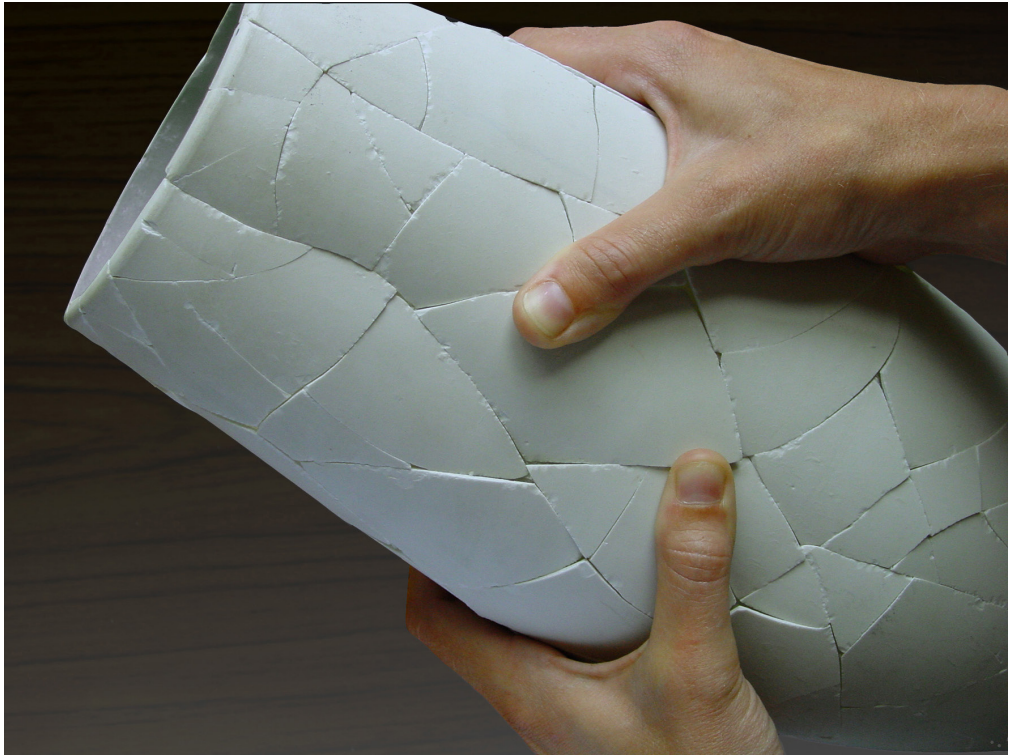
Un altro esempio è *courvaceous folder* (Design Boom, 2010) di Shuhei Senda, una cartella pieghevole in PVC. La decorazione compare nel momento in cui assolve alla sua funzione: essere piegata e contenere fogli (fig. 11).

Fig. 7

L. Tjep, *Do Break*
<<https://tjep.com/project/1692/>>
(ultimo accesso 18 luglio 2022).

Fig. 8

L. Bethan Wood, *Stain 2006*
<<https://www.bethanlaurawood.com/work/stain/>>
(ultimo accesso 18 luglio 2022).



Conclusione. La ‘superficialità’ della superficie degli oggetti

Nell'apparente contrapposizione tra parola scritta e rappresentazione visiva, alla prima viene solitamente assegnato il più nobile ruolo analitico e interpretativo della realtà, più importante della seconda, che assume solo un ruolo secondario e meno nobile. In realtà la capacità di manipolazione dell'immagine degli oggetti assume un ruolo significativo all'interno del processo progettuale di prodotto. Il pensiero visivo alimenta il pensiero produttivo (Penati, 2018, p. 92).

In un mondo dove il designer si è gradualmente evoluto fino ad assumere un ruolo sempre più strategico nelle aziende, come asserisce Valtonen (2005) fino al ruolo di ‘creatore di esperienze’, la cura delle valenze dialogiche dell'oggetto attraverso la decorazione della sua superficie diventa un fattore strategico. Lo dimostra l'esistenza di una figura come il *CMF designer*, specializzato proprio nella progettazione dell'interfaccia tra prodotto e utente: la sua superficie.

Alla decorazione vengono associate definizioni riconducibili alla ricerca del ‘bello’, dell'armonia e della proporzione, attraverso complementi formali ‘superficiali’. In questo lavoro si è voluto dare una prospettiva diversa, cercando le potenzialità di un'azione progettuale ‘superficiale’, ma non per questo meno nobile o funzionale.

Note

[1] L'*affordance* è un termine coniato da James J. Gibson (1979) e ripreso, applicato al contesto dell'interazione uomo-macchina, da Donald Norman (2019). Con *affordance* si definisce la qualità fisica di un oggetto che suggerisce a un essere umano le azioni appropriate per manipolarlo. Più alta è l'*affordance*, più sarà automatico e intuitivo l'utilizzo di un dispositivo o di uno strumento.

[2] Vasile Ganea è un *freelance designer* (Parametric Color&Trim, Additive Manufacturing designer). Sul sito VAEN design (s.d.) si trovano alcuni dei suoi lavori.

[3] CPRsystem è una cooperativa che mette in relazione le diverse società che collaborano alla movimentazione di prodotti agroalimentari. La cassetta *Redea*, disegnata e modellata da Giacomo Wilhelm, sostituisce le vecchie cassette verdi del mercato agroalimentare (CPRsystem, s.d.).

[4] L'azienda Bodum venne fondata nel 1944 da Peter Bodum e oggi gestita dai figli, Jørgen Bodum e Pia Bodum (Bodum, s.d.).

Fig. 9

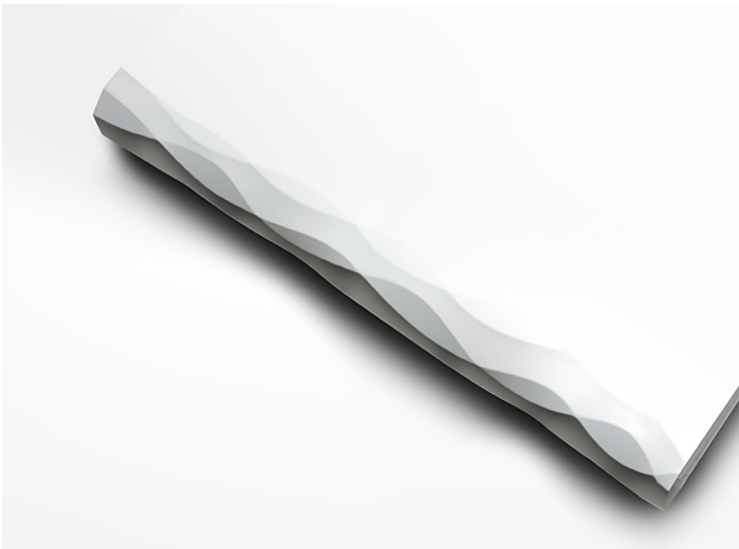
O. Fioravanti, *Verderame*. <<http://www.fioravanti.eu/project/verderame>> (ultimo accesso 18 luglio 2022).

Fig. 10

V. Pavic, *Immagine della parte inferiore del controller della PS5* <<https://www.theverge.com/break/2/7/22269634/how-sony-designed-ps5-dualsense-playstation-symbol-microtexture>> (ultimo accesso 18 luglio 2022).

Fig. 11

S. Senda, *Curvaceous folder* <<https://www.designboom.com/project/curvaceous-folder/>> (ultimo accesso 18 luglio 2022).



[5] Citazione della notizia di Adnkronos (2007), in occasione della riedizione della bottiglia di vetro della San Bernardo. del 21 novembre 2007.

[6] Citazione dal sito della società San Bernardo SpA (s.d.).

[7] Progetto in collaborazione con Peter vd Jagt, su iniziativa di Kessels Kramer. Materiali e misure: porcellana e gomma, 34 cm (Tjep, s.d.)

[8] La superficie interna della tazza è trattata in modo da macchiarsi maggiormente in punti prestabiliti. Più le tazze vengono usate, più il disegno si rivela (Berthan Wood, 2006).

[9] Alcune parti della piastrella sono protette da una pellicola trasparente. L'ossidazione farà apparire una *texture* nascosta, che mostra i tipici oggetti che possiamo trovare su un pavimento: una penna, un laccio da scarpe, un insetto che corre (Fioravanti, 2009). Progettata con Paolo Giacomazzi e Tommaso Caldera.

Bibliografia

Adnkronos. (2007, 21 Novembre). *Made in Italy: da Giugiaro 105 gocce di design per acqua San Bernardo*. <https://www1.adnkronos.com/Archivio/AdnAgenzia/2007/11/21/Cronaca/MADE-IN-ITALY-DA-GIUGIARO-105-GOCCE-DI-DESIGN-PER-ACQUA-SAN-BERNARDO_183517.php> (ultimo accesso 19 luglio 2022).

Arnheim, R. (1974). *Il pensiero visivo*. Einaudi.

Becerra, L. (2016). *CMF Design. The fundamental principles of colour, material and finish design*. Frame Publishers.

Berthan Wood, L. (2006). *Stain 2006*. <<https://www.bethanlaurawood.com/work/stain/>> (ultimo accesso 19 luglio 2022).

Bodum, (s.d.). *BODUM®. Innovazione visionaria da oltre 70 anni*. <<https://www.bodum.com/it/it/history>> (ultimo accesso 19 luglio 2022).

CPRsystem, (s.d.). *Redea. La nuova cassetta ortofrutta Redea è "innovazione pura" per design e funzionalità*. <<https://www.cprsystem.it/redea/>> (ultimo accesso 18 luglio 2022).

Design Boom, (2010, 16 Gennaio). *The intelligent hand competition*. <<https://www.designboom.com/competition/the-intelligent-hand/>> (ultimo accesso 19 luglio 2022)

Di Napoli, G. (Ed.) (2002). *Il pensiero visivo: Dalla progettazione alla produzione nelle scuole a indirizzo artistico. Atti del Convegno, 15-17 marzo 2001, Monza*. Attilio Negri.

Fioravanti, O. (2009). *Verderame - The Italian Copper Institute*. <<http://www.fioravanti.eu/project/verderame>> (ultimo accesso 19 luglio 2022).

Gardner, H. (1988). *La nuova scienza della mente: Storia della rivoluzione cognitiva*. Feltrinelli.

- Gibson, J. J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. Houghton Mifflin Harcourt (HMH).
- Hollister, S. (2021, 7 febbraio). How Sony designed the PS5's ultimate Easter Egg. *The Verge*. <<https://www.theverge.com/circuitbreaker/2021/2/7/22269634/how-sony-designed-ps5-dualsense-playstation-symbol-microtexture>> (ultimo accesso 19 luglio 2022).
- Liu, Y. (2020). Research on the value of CMF design in industrial products. In S. Boess, M. Cheung, & R. Cain (Eds.), *Synergy - DRS International Conference 2020*, 11-14 August, Held online, 853-865. <https://doi.org/10.21606/drs.2020.286>.
- Norman, D. (2019). *La caffettiera del masochista: Il design degli oggetti quotidiani*. Giunti.
- Parisi, S. & Rognoli, V. (2016). Superfici Imperfette. *MD Journal*, 1, 78-91.
- Penati, A. V. (2018). A colpo d'occhio. Sensi esperti e pensiero produttivo. *MeTis - Mondi educativi. Temi indagini suggestioni*, 8(2), 68-98. <https://doi.org/10.30557/MT00023>
- San Bernardo SpA (s.d.). *La bottiglia*. <<https://www.sanbernardo.it/la-bottiglia-san-bernardo-di-giorgetto-giugiaro-design/>> (ultimo accesso 15 luglio, 2022).
- Sartori, G. (2000). *Homo videns*. Laterza.
- Simone, R. (2000). *La terza fase: Forme del sapere che stiamo perdendo*. Laterza.
- Tjep (s.d.). *Do Break*. <<https://tjep.com/project/1692/>> (ultimo accesso 18 luglio, 2022).
- VAEN design. (s.d.). *VAEN bike saddle*. <<https://vaen.es/vaen-saddle>> (ultimo accesso 18 luglio, 2022).
- Valtonen A. (2005). Six decades – and six different roles for the industrial designer. *Proceedings of the Nordic Design Research Conference, Copenhagen, Ar. 233*, 1-10.
- Zingale, S. (2016). Come una traduzione. La traduzione del senso nel design. In G. Baule & E. Caratti (Eds.), *Design è traduzione: Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto. "Design e traduzione": un manifesto* (pp. 71-94). Franco Angeli.