ITALIAN DESIGN THINKING

Il design delle relazioni

di **Giulio Ceppi**

Forse non ci si rende conto quanto, in qualità di persone che vivono l'epoca storica in cui maggiore è il flusso delle informazioni circolanti, quanto sia importante trovare il modo di filtrarne attivamente e consciamente la natura spesso invasiva e organizzarne la geometria complessa, in una forma unica e personale. Nel caso del progetto *Giorgio de Chirico: una gita a Lecco* (a Palazzo Paure, Lecco, fino al 20 settembre), si è proprio voluto ragionarne, con l'ambizione di farne un nuovo format, cercando di capire anche quanto tale pratica sia fondamentale per chi opera all'interno di una professione creativa. Il progetto espositivo nasce da uno scritto autografo del 1939 di Giorgio de Chirico pubblicato su "Aria d'Italia" con titolo appunto *Una gita a Lecco*, poi scomposto in una narrazione fisica che comprende alcune opere significative del maestro metafisico, ma ulteriormente esploso in un'installazione multimediale, capace di tradurre in esperienza sensoriale, materiale e iconografica, il viaggio fisicamente compiuto da Milano verso Lecco.

Una necessità per i creativi....

L'ambizione del progetto è restituire in maniera originale e innovativa il mondo dei riferimenti geografici, culturali, letterari, artistici e mitologici che formano il paesaggio immaginario, unico e personale, dentro il quale si muove un artista o un creativo (in questo caso un pittore...), facendoci riflettere sul fatto che l'interdisciplinarietà, il gusto della conoscenza del passato e la capacità di osservare il lavoro di altri sono tre requisiti imprescindibili e fondamentali per la "professione del creativo". Questa curiosità era importante negli anni '30, ma certamente lo è ancora oggi e lo sarà indubbiamente anche domani: avere un paesaggio mentale proprio e originario, unico e personale, seppur in continua espansione e crescita, è condizione per noi tutti fondamentale, a maggior ragione in un mondo sempre più affollato di immagini istantanee.

...e un diritto per tutti

Questa elaborazione è quasi una necessità per un artista, ma è anche un diritto per ognuno di noi, un esercizio che si pratica continuamente attraverso la curiosità e la voglia di esplorare il mondo, ma anche di non dimenticare cosa siamo stati e cosa è accaduto prima di noi. L'istantaneità, quando senza passato, è priva di valore futuro. La storia recente ci insegna allora, quasi come fosse un paradosso, che *conservare* è un atto anche progressista e legato al futuro, alla consapevolezza di chi siamo stati e di chi vorremo essere: questa mostra insegna in maniera simpatica e ironica che tutto ciò passa, inaspettatamente forse, anche per il nostro quotidiano banale, in quanto ognuno di noi è un attore partecipe e consapevole in questo grande processo. Tale paradosso vale ancora di più se pensiamo a noi stessi e a chi vogliamo essere all'interno del grande affresco in movimento della realtà: ognuno di noi, infatti, ha giustamente una sua idea del proprio futuro, che in qualche modo conserva e protegge nel tempo, che alimenta segretamente affinché quel futuro accada, si realizzi materialmente. Anche questa è una forma di conservazione, alquanto dinamica, che ci riguarda in prima persona, che garantisce la nostra identità e la sua viva proiezione nel futuro.

Il potere dell'interdisciplinarietà

L'esercizio di smontaggio e rimontaggio del progetto è stato frutto di un forte e intenso lavoro interdisciplinare con diversi esperti nel campo dell'arte, della musica, dell'editoria, dell'automobile, della fotografia e della cucina, e ciò creando link e connessioni (Expo inclusa) sul tema dell'elicicoltura: infatti siamo oggi i terzi produttori di lumache in Europa per volume e l'allevamento è un'attività con un futuro prospero che va oltre il tradizionale uso gastronomico, ma che – grazie al fatto che la bava di lumaca è ricca di polisaccaridi e preziosi enzimi – contribuisce all'industria farmaceutica e a quella della cosmesi per le sue proprietà lenitive e riparatrici. Creare relazioni è oggi un'attività fondamentale per la nostre imprese, che devono essere capaci di dialogare su terreni inattesi, passando anche attraverso l'arte, se necessario: qualcuno lo chiama *storytelling*, appunto. Allora si capisce quanto il design delle relazioni e la capacità di creare connessioni, di "raccontare storie" sia davvero fondamentale per il nostro futuro come paese, se vogliamo modelli imprenditoriali e brand che crescano in maniera felice e prospera e che sappiano muoversi in modo non prevedibile, come de Chirico, che per certo sapeva promuoversi e valorizzarsi in quanto artista. ■

Giulio Ceppi *è architetto e designer, fondatore di Total Tool e del Master in Business Design di Domus Academy, è docente incaricato al Politecnico di Milano*