

# La gigantesca fucina asiatica

*Un mondo da scoprire. Tante le differenze ma un punto in comune:  
togliere il segno dell'io per lavorare nella collettività.*

*A Est il design crea oggetti anonimi, che usiamo tutti i giorni. Dalla teiera al cellulare*

TESTO DI VIRGINIO BRIATORE



BALI

CHINA

INDIA

JAPAN

Asia, nata e nominata in Mediterraneo. Figlia di Oceano e di Teti, di lei come spazio-terra, scrive per la prima volta Erodoto nelle sue *Guerre Persiane*, verso il 440 a.C. Da Istanbul a Tokyo la lunga cavalcata del sole attraversa centinaia di lingue, culture, città e molti più numerosi segni e disegni. Non è un caso forse che, come scrive Kohei Sugiyura, esperto di grafica e design, tutto precipiti in Giappone e da lì abbia inizio la rinascita dell'Asia: "Fluttuante all'estremo Est della massa eurasiatica l'arcipelago giapponese è una riva su cui le onde che si propagano a Oriente hanno depositato nei millenni le culture delle grandi civiltà dell'Asia". Una rinascita che ci pervade in ogni aspetto del

Sopra  
*Forms of Everyday Asia*,  
il libro edito da Nanyang  
Technological University,  
2009, illustra il progetto  
della scuola di Arte  
Design e Media della  
Nanyang Technological  
University di Singapore,  
a cura di Kirti Trivedi e  
Suresh Sethi.

nostro vivere perché, dal colino in giunco alle auto ibride, dagli oggetti di Muji agli schermi di ogni tipo, il design asiatico è ovunque. E nel 99% dei casi il suo autore non ha nome. Al di là dei prodotti tecnologici, il design dell'anima asiatica palpita nelle piccole cose, nelle stoviglie, negli astucci, negli attrezzi della vita quotidiana che dalla Mongolia all'Equatore sprigionano forme fantasiose eppure semplici, ricche di bellezza e di significato. In Asia forma, materia e significato sono inseparabili, ma misure, qualità, performance sono mischiate in molti modi e ogni relazione fra le parti genera nuove sensazioni e altre forme. In una società più vicina al modello dell'alveare che a

quello dell'aquila, il designer indipendente è raro e non trova sbocchi. Come ci hanno spiegato molti giovani, giapponesi, coreani, cinesi venuti a studiare e lavorare in Europa, i designer lavorano in prevalenza dentro alle aziende o in grandi studi di supporto alle medesime. Col tempo, coll'interscambio Est-Ovest e col crescere di una nuova generazione di scuole e di neoprogettisti, la creatività individuale troverà maggior spazio, come già avviene a Tokyo, Singapore, Mumbai, Hong Kong, Seoul.

Una delle persone meglio informate sul tema è il designer indiano Suresh Sethi, già vicedirettore dell'avveniristica Scuola di Arte



Sopra  
Il logo del negozio  
di abiti Green Monkey,  
ad Almaty, l'antica  
capitale del Kazakistan.  
Lo store è di Raikhan  
Musrepova, giovane  
stilista che vive tra  
Roma e Almaty.

non contrastiamo. Vediamo ogni cosa nella sua unicità e in relazione con il tutto. Non c'è individualismo, il design procede grazie a rapporti di collaborazione. Da solo non ottengo nulla, posso realizzare un bel progetto solo lavorando con altri. De-sign per noi può anche significare distruggere il segno e arrivare a soluzioni che aspirano a essere naturali, semplici, utili. Piccoli cambiamenti creativi, per l'ambiente e il quotidiano di miliardi di persone».

Nella fucina asiatica il progetto si lascia guidare da un feeling intuitivo per l'ordine, accompagnato da flessibilità e intraprendenza commerciale, a volte aggressiva, altre ironi-



KOREA

TAIWAN

THAILAND

VIETNAM

Media e Design di Singapore e oggi Direttore del Global Consumer Design di Whirlpool Asia, con sedi a Delhi e Shanghai, che così ci ha detto: «In Asia piuttosto che fare cerchiamo di vedere e di sentire. Lo stimolo alla nostra rinascita, che sta trainando e stupendo il mondo, è la relazione simbolica con lo spirito del tempo che attraversa le nostre vite. Le attività sociali qui sono calate nel contesto culturale specifico, che il design deve capire e saper interpretare. Arte e design in Asia sono sempre connessi agli aspetti del vivere. L'interdipendenza fra parole e immagini, miti e metafore è parte integrante del nostro processo creativo. In Asia non compariamo. Non compariamo e

ca come quella che sta emergendo dal design dei servizi. Ne sono esempio il progetto per appendere i portabiciclette sulle facciate dei palazzi a Seoul o i casi di car pooling delle città indiane, di cui un paio hanno raggiunto notorietà planetaria. Design come servizio e genialità delle soluzioni vanno di pari passo nelle metropoli, come il vento e la polvere nelle steppe del Kazakistan, da cui è spuntata una stella di nome Raikhan Musrepova che con la sua verde scimmia combatte per il bene della Terra. ●