

INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS
AND CONTEMPORARY DESIGN

N°6 GIUGNO
JUNE 2019

MENSILE ITALIA / MONTHLY ITALY € 8

DISTRIBUTION 6 GIUGNO/JUNE 2019

AT € 16,30 - BE € 15,10 - CH Chf 18 - DE € 20,50

DK kr 145 - E € 15 - F € 15 - MC Côte D'Azur € 15,10

PT € 15 - SE kr 160 - US \$ 28

Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 353/03
art. 1, comma 1, DCB Verona

GRUPPO  MONDADORI



MILANO
FUORISALONE
2019

9 1906 >



9 771122 365001



L'ARCANO DELLE COSE

Con la mostra-manifesto *Les Arcanistes*, **Studiopepe** immerge il progetto nella **matrice oscura della generazione**, rinvenendo nel prodotto l'originario **valore antropologico** dell'oggetto

di Stefano Caggiano



*Il prodotto si fa oggetto e l'oggetto si fa 'cosa', ritornando allo stadio primigenio della generazione materica. Qui a sinistra, sgabello di **Almst Blick** e parete vetrata di **Vetreria Bazzanese***
Foto Giuseppe Dinnella

*Forme archetipiche nella mostra-manifesto **Les Arcanistes** di **Studiopepe**, sofisticata indagine sul nesso che lega la 'mater' materia al simbolo.*

*In questa immagine, lampade a sospensione di **Atelier Areti**, sgabelli di **Pulpo** e tavoli di **Desalto**.*

Foto Giuseppe Dinnella
*Sotto a destra, tavolo e poltrona di **Baxter**, lampade da terra di **Atelier Areti**, sculture in ceramica di **Ceramiche Milesi**.*
Foto Giuseppe Dinnella

tranne dal deposito degli strati di cultura. Il prodotto non ha passato, la sua esistenza è interamente proiettata al futuro. Per questo ha bisogno di uno storytelling, il racconto artefatto di un contesto di senso che ne giustifichi l'esistenza. L'oggetto, per contro, emerge dal passato come 'resistenza' allo scorrere del tempo, come nodo di senso e contingenza che richiede, piuttosto, un lavoro ermeneutico, uno scavo interpretativo che dissepellendone l'origine la affossa.

La società di mercato ha reso ogni oggetto un prodotto, assorbendo l'antropologia nell'economia. Almeno dagli anni Ottanta, però, il fronte più avanzato del design italiano ha recuperato alla pratica progettuale un'antica tensione regressiva che ha continuato a riportare il prodotto (entità commerciale definita da un valore monetario) allo stadio di oggetto (entità antropologica definita da un valore culturale). È nel solco di questa tradizione che si colloca *Les Arcanistes*, terzo progetto-manifesto presentato da Studiopepe (dopo *The Visit* e *Club Unseen*) al FuoriSalone di Milano. Avvalendosi della collaborazione di partner selezionati, le creative director Arianna Lelli Mami e Chiara Di Pinto hanno svolto un'indagine sul nesso, potente e oscuro, che lega



Se puoi usare un bicchiere diverso ogni volta che bevi, allora quel bicchiere non ha per te alcun valore tranne il costo economico. Se invece, notava Sottsass, possiedi una sola ciotola, quella ciotola rappresenta per te la stessa possibilità di bere. È questa la differenza fra 'prodotto', entità che prende forma all'interno di un contesto di mercato, e 'oggetto', entità antropologica che affonda le radici nello spessore della cultura umana. Il prodotto viene generato, letteralmente 'spinto fuori' (in latino *pro-ducere*) per alimentare l'innovazione a getto continuo del mercato, in cui ogni nuovo articolo scalza il precedente senza che questo possa in alcun modo sedimentare. L'oggetto prende invece forma come gli ossi di seppia di Montale, come ciò che rimane dopo che lo scorrere del tempo ha eroso quanto vi era di

materia e simbolo, articolata come una mostra in quattro ambienti (Acqua Vibrazionale, Materioteca, Laboratorio Alchemico, Società Mantica) allestita in un ex spazio industriale dove un tempo si lavorava l'oro, elemento chiave degli alchimisti. Gli oggetti, dislocati come archetipi abitanti dell'inconscio collettivo teorizzato da Jung, dopo aver riportato il prodotto allo stadio di oggetto si spingevano in certi casi oltre, facendo regredire l'oggetto allo stadio ancora più originario di 'cosa', impastata con l'arcana *mater* misteriosamente generatrice. Come un meteorite in soggiorno, la cosa così 'gettata' nell'essere (di contro all'essere pro-gettata) si palesa in quanto entità senza nome né classificazione, libera da ogni spiegazione. È il punto zero del design. L'istante sorgivo da cui tutto il resto sgorga. ■