

## **La Casa di Pietra, un progetto evolutivo che nasce dal territorio, si sviluppa su direttrici umanistiche e cresce con l'innovazione tecnologica**

La Casa di Pietra nasce come evento culturale a Marmomac nel 2014, una piccola mostra dedicata al percorso evolutivo dell'essere umano capace di delineare uno sviluppo antropologico del quotidiano; una decina di collezioni che raccontano storie a testimonianza della potenzialità creativa - tra progetto e produzione - del territorio in cui viviamo.

Un progetto espositivo che raccoglie immediatamente l'interesse di altre fiere, curatori e critici, galleristi e stampa internazionale; stimoli e suggerimenti che imprimono a questa esperienza un nuovo carattere imprenditoriale. Una trasformazione che non perde il codice genetico impresso inizialmente ma che lo implementa comprendendone l'importanza e l'unicità.

La Casa di Pietra diviene un contenitore di esperienze, competenze e conoscenze, tecnologia ed artigianato, materiali e tecniche di lavorazione; una vera e propria enciclopedia territoriale che oggi conta 47 realtà produttive dislocate in tutta Italia e che ha raggiunto il Mediterraneo.

Il territorio diviene il riferimento culturale, tradizionale sul quale imprimere innovazione e sperimentazione; un vero e proprio riferimento per il progettista che recepisce processi e stimoli dai quali far partire la progettazione di piccoli - ma significativi - oggetti tridimensionali, supportati da percorsi narrativi che imprimono contenuti e sviluppi funzionali e formali. Una dimensione piccola che determina l'importanza del dettaglio, la risoluzione di problemi produttivi, la capacità di comprendere la tecnica più adatta per arrivare al risultato finale; è un lavoro articolato che muove la coscienza della pluralità, determina economie di scala per lo sviluppo dell'alto artigianato e delle tecniche produttive più avanzate con macchine a controllo numerico.

Alla base nuovi orizzonti sociologici e tecnologici necessari per lo sviluppo della società.

Concetti espressi - ancor meglio - in uno splendido testo di Carlo Branzaglia che introduce il catalogo de La Casa di Pietra: "Con un progetto come quello de La Casa di Pietra, e con i Racconti emersi che lo sottotitolano, potremmo sbizzarrirci a seguire mille tracce, più o meno consuete, in direzioni anche assai diverse. Per esempio, già l'idea che il design sia narrazione, rimarcata dal sottotitolo stesso.

Oppure, la dimensione archetipica (forse per questo emersa?) di molti dei progetti presentati.

E, conseguentemente, la loro venatura 'segnalitica' oltre che affettiva, ad indicare precisi comportamenti nell'ambiente domestico: prossemiche, logistiche, strategie e tattiche nella gestione dello spazio. Potremmo anche sottolineare, sotto tutt'altro rispetto, il ruolo di dimostrativo che i concept (tali sono, i prototipi presentati) hanno, nel rapporto con l'impresa che li realizza. E via dicendo.

Ma dietro agli aspetti appena citati, ce ne sono due, strettamente connessi, che conviene affrontare in un paese nel quale comunque non siamo ancora disposti ad accettare, pur vantandocene assai, il design nella sua efficacia trasversale a molti settori, e il suo ruolo di strumento atto a risolvere problemi di qualsivoglia natura.

Strumento, prima ancora che disciplina. I due aspetti cui si fa riferimento sono il ruolo delle design research; e la attitudine antropologica del design.

Cosa significa fare ricerche che siano efficaci ai fini della attività di progettazione? Significa sostanzialmente individuare e mappare una serie di bisogni inespressi, attraverso gli usi, prima ancora dei consumi (De Certeau docet) che la "gente" (così la chiamava il grande studioso francese) fa delle cose: cose in senso lato, ovvero oggetti, servizi, spazi, e via dicendo.

Quindi, significa disegnare quella griglia di comportamenti, e infine di mediazioni culturali, che si trovano alle spalle di ogni attività umana, a cominciare da quella materiale, nell'utilizzo di artefatti.

In sostanza, fare ricerche utili a un processo di design è un'operazione di antropologia culturale: e d'altra parte, nessun ambito più di quello progettuale concorre a determinare i canoni della nostra cultura materiale, che, è sempre bene ricordarlo, non è fatta tanto di oggetti, quanto delle relazioni che gli oggetti stessi determinano, e che quindi rappresentano l'obiettivo vero della progettazione, obiettivo di dichiarato impatto comportamentale, ovvero culturale. Per chiudere il cerchio.

La prima fase, peraltro, in cui si prova a dare una risposta alle domande inesprese che costituiscono il fine del progetto, è proprio quella di concept. Un semilavorato concettuale che offre molteplici opportunità: immaginare una forma e le sue relazioni con l'utente; prevedere materiali, lavorazioni,

tecnologie da impiegare; ipotizzare un posizionamento di mercato per l'artefatto e per l'organizzazione che lo produce.

Quindi, un momento centrale nella costruzione delle ipotesi progettuali destinate poi a tradursi in prodotto concreto.

Un crocevia dell'oggi tanto celebrato design thinking; quello nel quale la teoria si fa pratica, la strategia si avvicina alla tattica, la professione diventa anche mestiere.

Insistere su questa dimensione antropologica del design, caratteristica assolutamente peculiare dello stesso, che gli permette di esprimere nessi culturali in artefatti concreti, è (banale dirlo) vieppiù importante in un mondo complesso, globale, e dominato da una crisi dei modelli economici e di consumo, che si traduce in crisi sociale e psicologica.

Tale insistenza è anche peraltro una caratteristica comune della serie di volumi di cui quest'ultimo è quarto episodio; e rappresenta anche lo stile di molte operazioni analoghe di Gumdesign.

Stile progettuale, si intende: cioè un modo di approcciare il problem solving. Oltretutto, sempre originale.”