il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ

Magici? Una risata ci seppellirà

Avrei voluto scrivere una piccola nota che disquisisse sul tema delle qualità info-comunicativo-visivo-grafiche dell'incommentabile logo «Magic Italy».
Ma ci ho ripensato. Perché ciò che mi interessa di questa vicenda non è il progetto inteso come «risultato», su cui non c'è niente da commentare se non attraverso una colorita serie di epiteti o la sferzante ironia o il dileggio grottesco, ma piuttosto il progetto inteso come «processo», ovvero come attività consapevole e competente che sta dietro alle dinamiche d'innovazione dei prodotti, dei servizi, della comunicazione. E per questo che, come se fossi un giornalista vero, ho deciso di ricostruire la storia, e sono andato a vedermi i passaggi (comunicativi) salienti di questo affaire.
«Youtube» mi ha dato una mano e mi ha consentito di rivedere il video del ministro Micaela Brambilla che annunciava le scalmane di creatività del nostro premier. Quello che il ministro stava raccontando, in una diretta Tv a un telegiornale nazionale e condensandolo in un tempo di pochi minuti, era una sorta di clip di come avviene il processo di prospezione e ricerca strategica, di scelta di azioni innovative, di progettazione, su un tema così decisivo per l'economia nazionale e per l'immagine del paese all'estero e altrettanto decisivo per la cultura disciplinare come quello della relazione tra identità valoriale e segnica, la sua esplicitazione e discussione e la strategia e le forme progettuali che la comunicano. Il messaggio implicito nella dimostrazione televisiva, o sarebbe meglio dire televendita, era: non serve la ricerca, un approccio di metodo, le competenze, la capacità professionale. Basta un'intuizione, seduti sul divano, una bella partita a chiacchiere, poi chiamiamo il grafico, inteso come quello che disegna le cose, e lui, sull'esempio del disegno dal vero o del «come lo vuole signora mia», voilà, ti realizza il bel logo.
Sapete che cosa significa questo? Che quella del designer non è una professione riconosciuta. La sua capacità in termini professionali è sostituibile dalla prima «ma quella cosa lì te la posso dire anche io» come se il valore intellettuale e pragmatico del progetto di design fosse riconducibile a una disquisizione in un salotto, in una bottega, al bar, sul «ma è tutta una questione di gusto», o a un «io lo farei così».
Ancora una volta in spregio alle più elementari dinamiche che abilitano un reale processo creativo di alto livello. Alla faccia di tutta l'expertise che il sistema di formazione pubblico e

privato ha costruito in questi anni e del sistema della produzione del progetto ovvero di quei citatissimi designer che hanno fatto grande la tradizione del progetto di design in Italia.

Autore

stefano_maffei