

EQUILIBRIO PROGETTUALE

DESIGN BALANCE

“Nel progetto di un prodotto – spiega Alessandro Masturzo, giovane e intraprendente designer – non esiste un’estetica senza funzione. È proprio il rispetto di questa componente in modo controllato, coerente e accessibile che determina la bellezza di un oggetto. I chiodi sono belli perché perfettamente ottimizzati per quello che servono, e costano pure poco”

“In product design – explains the young and entrepreneurial designer Alessandro Masturzo – beauty and functionality are inseparable. Fulfilling this aspect in a balanced, coherent and affordable manner, makes an object beautiful. Nails are beautiful because very functional and useful, as well as very cheap”

Non ha dubbi e non usa giri di parole: il design esiste per migliorare la qualità della vita. Gli oggetti hanno un loro valore solo se utili, se servono realmente alle persone che li usano. Banditi tutti quei prodotti in cui la soggettività dell'autore ne limita la funzione, in favore di idee di bellezza eccessiva e ridondante, troppo sovraesposti dalla comunicazione che cerca di camuffare il vuoto di fondo. Per Alessandro Masturzo, giovane e affermato designer, non è ammesso l'inutile; tutto ciò che artefatto, troppo autoreferenziale, dove, all'intero del percorso progettuale, manca la sinergia tra il progettista e l'azienda produttrice. Designer e non solo. Masturzo è, dal 2013, docente di diversi corsi presso la Libera Università di Bolzano. Ha partecipato a concorsi internazionali ottenendo ambiti riconoscimenti, come il Cristalplant Design Contest e l'Infiniti Design Decontest.

Che cosa significa per lei essere un designer?

“Ho sempre pensato che sia possibile progettare per qualcun altro soltanto agendo oltre la propria soggettività, munendosi di strumenti trasversali alle discipline per trovare significati condivisi, e operando un gesto di autocontrollo lungo tutto il percorso progettuale. Per me fare il designer significa indagare continuamente non tanto il prodotto in sé o la sua presunta bellezza, bensì la sua correttezza progettuale o, meglio ancora, la correttezza di tutte le fasi del progetto”.

Estetica o funzione? È vero che il mondo del design sta rinunciando alla bellezza in nome della funzionalità del prodotto?

“A me pare che stia accadendo il contrario. Si sta rinunciando ad indagare la funzione e le sue manifestazioni in favore di idee di bellezza facili, livellate, soggettive e, talvolta, supponenti. Nel design di un prodotto, almeno per me, non esiste un'estetica senza funzione. È proprio il soddisfacimento della funzione in modo controllato, coerente e accessibile che determina la bellezza di un oggetto. Penso che i chiodi siano belli perché perfettamente ottimizzati per quello che devono compiere, e costano pure poco”.

Qual è, secondo lei, un oggetto simbolo, realizzato negli ultimi anni, che possa definirsi bello e funzionale?

“Non so se esista un oggetto simbolo. Non sono mai stato interessato alle classificazioni. Pensandoci, mi viene in mente la sospensione Simbiosi di Davide Groppi: moduli di luce ripetibili, ottimizzati, acquisiti dal gusto collettivo e, pertanto, vendibili. Il designer e la sua soggettività passano, però, in secondo piano. L'estetica della lampada è di Beherensiana memoria, espressa esclusivamente dall'elemento funzionale, solitamente nascosto. La tecnologia raggiunta si dichiara, come già il tubolare curvato di Mart Stam, innescando un'estetica solida, discreta, eterea; lo spessore e il colore sono perfetti perché industriali; il collegamento in serie, da mera nozione di elettronica, diventa paradigma progettuale”.

Quale posto occupa la comunicazione nel progetto di design?

“Direi che è fondamentale nella misura in cui rispetti il ruolo e la priorità del prodotto. Molto spesso capita di vedere oggetti privi di valenza progettuale, ma sovraesposti dal punto di vista mediatico. La comunicazione che frigge il prodotto alla lunga è controproducente. Ricordo sempre un manifesto di Pintori per la Olivetti lettera 22, in cui la grafica simula il movimento



Disegni: courtesy Alessandro Masturzo design studio

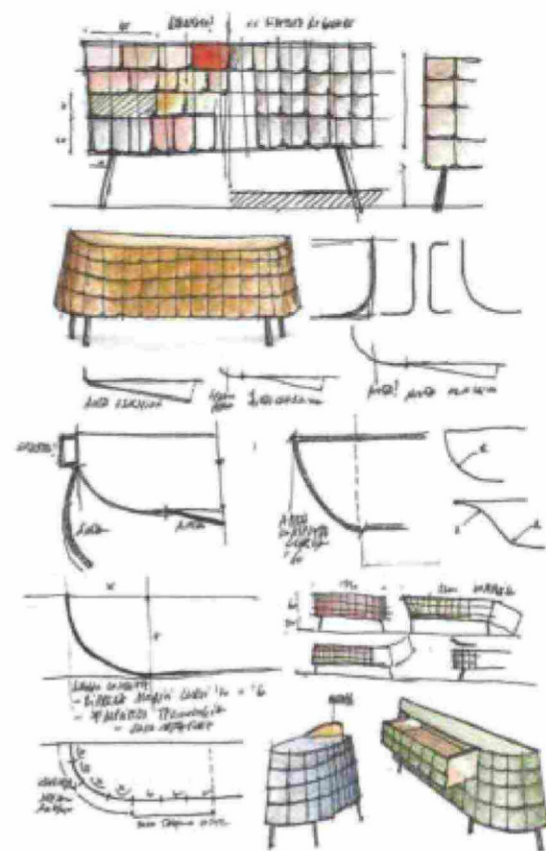
He has no doubt and gets straight to the point: design improves the quality of life. Objects are worth when useful, if necessary to the people who use them. Ban all products in which author's subjectivity limits its functions, favoring an excessive and redundant beauty, and where communication has the goal to hide the object's ultimate emptiness. For the young yet well-established designer Alessandro Masturzo, meaningless things are to be banned. Too pretentious, self-referential objects are not allowed, where, inside the design path, there is no synergy between the designer and the manufacturer. Designer and not only. Since 2013, Masturzo works as a teacher in several courses at the University of Bolzano. He took part to international competitions with important achievements such as the Cristalplant Design Contest and Infiniti Design Decontest.

What does it mean to be a designer?

“I've always thought that is possible to design for someone else, acting beyond your subjectivity, equipping yourself with interdisciplinary tools to find shared meanings, and trying to control yourself alongside the whole design procedure. To me being a designer means examining not the product itself or whether it is beautiful or not, rather the designing accuracy, i.e. the accuracy of all the design phases”.

Beauty or functionality? Is it true that in the design industry beauty was replaced by functionality?

“I think it is happening the opposite. We stopped to investigate the function and its expressions to encourage an easy,



delle dita sui tasti della macchina da scrivere. Un gesto grafico progettato, dinamico, coerente perché legato all'uso, che diventa narrazione colorata della funzione e, quindi, comunicazione complementare. Lo trovo straordinario”.

Design autoproduttore e design industriale: ci sono dei punti di contatto?

“L'autoproduzione, la considero coerente e costruttiva quando rimane dentro i margini della ricerca progettuale. Quando diventa vetrina per accedere al mondo industriale, mi sembra rischiosa e, soprattutto, controversa perché il progetto manca dell'altra parte, quella del produttore. Nel design industriale, infatti, al netto dei cambiamenti di numeri e quantità degli ultimi periodi, le figure di imprenditore e designer si completano attraverso uno scontro costruttivo, che dà vita a un prodotto necessario per una realtà produttiva e per il suo mercato. Nell'autoproduzione queste due figure si fondono nella stessa persona, perdendo, inevitabilmente, ciascuna il proprio contrappeso, e sfociando spesso nell'autoreferenzialità”.

Qual è stato il suo primo lavoro importante?

“Opera: il set di attrezzi per il giardino, che ha avviato la collaborazione con De Castelli. Un prodotto nato con l'intento di rivisitare, in chiave contemporanea, forme e funzioni legati alla ricerca svolta nei musei etnografici. E, poi, sicuramente la stufa Bistrot, che ho disegnato nel 2016 per Cadel: una realtà industriale importante della media distribuzione. Questo progetto ha segnato un punto fondamentale per il mio lavoro”.

Quale?

“Sono riuscito ad adattare il mio metodo progettuale, e i suoi valori, a un prodotto industriale nuovo per l'azienda, molto complesso”.

C'è un comune denominatore per i suoi lavori?

“Salvo rari casi, non credo nel progetto precotto, fatto a priori, e poi scaldato per l'azienda di turno. Al contrario, credo nel prodotto progettato specificamente per e con l'azienda. Per questo, tutti i miei progetti portano le tracce della stretta collaborazione che si è creata tra me e l'azienda produttrice che ha commissionato il lavoro. Mi piace pensare che, mettendo in fila tutti i prodotti che ho disegnato, non sia possibile riconoscere uno stile, ma, per ciascuno di essi, un design appositamente studiato, che richiama i valori dei vari clienti, di volta in volta diversi e specifici”.



In questa pagina Yoroy, progettato per De Castelli

This page, Yoroy, designed for De Castelli

evened out, subjective and sometimes pretentious idea of beauty. In the product design, beauty and function are one thing. Fulfilling this aspect in a balanced, coherent and affordable manner, makes an object beautiful. Nails are beautiful because very functional and useful, as well as very cheap”.

What is in your opinion an iconic object created in the last years that can be defined beautiful and functional?

“I am not sure an iconic product exists. I've never been interested in classification. If I think about it, it comes to my mind the hanging lamp Simbiosi by Davide Groppi: light modules that can be repeated, optimized, acquired by the collective taste, therefore, marketable. The designer and his/her personality on the back burner. The beauty of the lamp evokes Beherensian, and is just expressed by the functional element, which is usually hidden. The achieved technology is stated – as the curved tubular by Mart Stam, by creating a sturdy yet ethereal beauty; being industry-manufactured, its thickness and color are quite perfect. The standard connection is not mere electronics rather a design paradigm”.

What is the role played by communication in the design project?

“I'd say it's fundamental if one respect the product's role and function. I often see objects lacking a design value, although have huge media coverage. When communication consumes the product, it is absolutely counter-productive. I still remember a poster designed by Pintori for the Olivetti lettera 22, in which the graphics evokes the movement of the

fingers on the writing machine. A designed, graphic gesture, very dynamic and coherent because connected with the use, that becomes a colored tale of the function, therefore, complementary communication. It was extraordinary, I guess”.

Self-produced and industrial design: do they have anything in common?

“I consider self-production coherent and constructive when it is related to design research. When it aims at approaching the industry, it is risky and very contentious since the project is missing the counterpart – the manufacturer. Actually, in the industrial design, also considering the changes occurred over the last times, enterpriser and designer complete each other through a productive complicity, which gives life to a product needed by the company and the related market. In the self-production, these two players are one person, thus lacking of the counterpart, and often resulting in self-referentiality”.

Which was your first, remarkable work?

“Opera, the garden equipment set that launched the collaboration with De Castelli. A product developed with the aim to offer a modern version of the shapes and functions linked to the researches done in ethnographic museums. Than the Bistrot heater of course, that I designed in 2016 for Cadel. It is an important industrial, medium distribution, product. This project marked a milestone in my career”.

What?

“I succeeded in adapting my design method and its values to a new and very complex industrial product”.

What do you projects have in common?

“Except in rare circumstances, I don’t believe in ‘pre-cooked’ products, just ‘heated’ for the company that developed them. On the contrary, I firmly believe in products expressly designed for and with the company. That’s why all my projects vividly express the close collaboration between me and the manufacturer that commissioned the work. I like to think that, reconsidering all the works I developed, you cannot recognize a style but, for each of them, a customized design, which recalls the values of the different clients.

Can you please describe me the projects you developed for De Castelli?

“Starting from the architectural concept of double-skin façade, we wanted to create a fully customizable furnishing, solid yet dynamic, that can become antique. Yoroi is a furnishing-secretaire inspired by Samurai’s armors, whose finely designed and customized Lorica-armor-shaped structure, gave compactness and allowed movements. At the same time, Yoroi is compact and dense, while the



I particolari del rivestimento a scaglie di Yoroy

Details of the Yoroy flakes coating

Mi descrive i progetti che ha realizzato per De Castelli?

“Partendo dal concetto architettonico di doppia pelle, abbiamo voluto creare un mobile interamente personalizzabile, solido ma dinamico, che possa diventare antico. Yoroi è un mobile-secretaire ispirato alle armature dei samurai giapponesi, le cui strutture a lorica, finemente progettate e personalizzate, creavano compattezza, concedendo il movimento. Allo stesso modo, Yoroi è compatto e serrato nell’aspetto, ma il rivestimento a scaglie, unito alle conicità laterali, lo rende dinamico. La struttura in rovere può essere rivestita, come una pelle, con la gran parte delle finiture fornite dall’azienda, con combinazioni potenzialmente infinite vista la modularità delle scaglie”.

Com’è nato il rapporto con De Castelli?

“Nel 2009 avevo pensato un oggetto per l’orticoltura, Mantilda, che cercava di sintetizzare tre funzioni base in un unico prodotto. Albino Celato, CEO dell’azienda, ne fu incuriosito ma, in quel momento, non trovava una collocazione tipologica tra le collezioni esistenti. Ci ritrovammo due anni dopo, quando Albino mi propose di disegnare il set di attrezzi da giardino - che abbiamo chiamato Opera -, da presentare alla fiera Maison & Objet di Parigi”.

Qual è il concept dei due progetti ideati per Forhouse?

“Mi fu chiesto di proporre degli accessori per la casa, trasversali ai vari ambienti, da stare bene sia all’ingresso sia in una stanza da bagno. Verity è una specchiera ispirata alla Bocca della Verità. L’antica scultura si prestava a essere sintetizzata in un cerchio - forma tipica della tipologia specchio - e in un rettangolo che, riprendendo il gesto atavico di inserire la mano nella fessura, diventa uno spazio funzionale. Cow è, invece, uno specchio-appendino, versatile grazie alle misure large e small. Lo disegnai in montagna, mentre fissavo una mucca negli occhi. Pur non amando questi riferimenti, una volta ridotte al minimo le sembianze bovine, mi convinsi che la forma finale fosse neutra, equilibrata, e che il metallo dello specchio fosse armonico con il legno degli appendiabiti”.

Per B-Line ha disegnato le mensole Liquorice. A cosa si è ispirato?

“Anche qui è stata fondamentale la sinergia con l’azienda. B-line veicola colore, dinamismo, ariosità, versatilità. Come spesso mi accade, il progetto è partito dalla tecnologia da utilizzare. Ho considerato che nello stampaggio rotazionale, il pezzo, quando viene estratto dallo stampo, è ancora leggermente malleabile. Volevo che la mensola portasse i segni di questa plasticità. Così dalla sezione rettangolare di un classico scaffale ho iniziato a sottrarre il materiale non necessario, ottenendo dei cilindri connessi tra loro, molto simili a quelli della nota rondella di



flake coating, together with the tapered edges, makes it very dynamic. The oak structure can be coated, as if it was skin, with most of the finished supplied by the company, thus achieving – considering that the flakes are modular - endless combinations.

How did you start to work with De Castelli?

“In 2009, I had conceived an object for horticulture, Mantilda, featuring three basic functions in a single product. The company’s CEO Albino Celato got curious anyway, that time the product couldn’t find its place in the existing collections. Two years later, we met again, and Albino asked me to draw the garden equipment set that we called Opera – to be presented at the Paris Maison & Objet fair.

What is the concept behind the two object designed for Forhouse?

“I was asked to propose some homeware to be used in varied spaces, being the entrance or a bathroom. Verity is a mirror set inspired by the statute Bocca della Verità (The mouth of the truth). The ancient sculpture was particularly suitable for being turned into a circle – the typical shape of the mirror – or into a rectangle which, by recalling the ancient gesture of putting the hand into the hole, becomes a very functional space. While Cowe is a versatile mirror-cloth hanger, available in large and small sizes. I designed it when I was in the mountains, looking at a cow in the eyes. Even though I didn’t love these references, once the cow features were reduced to the minimum, I convinced myself that the final shape was neutral, balanced, and both the metal of the mirror and the wood of the clothes-hanger lived together in perfect harmony”.

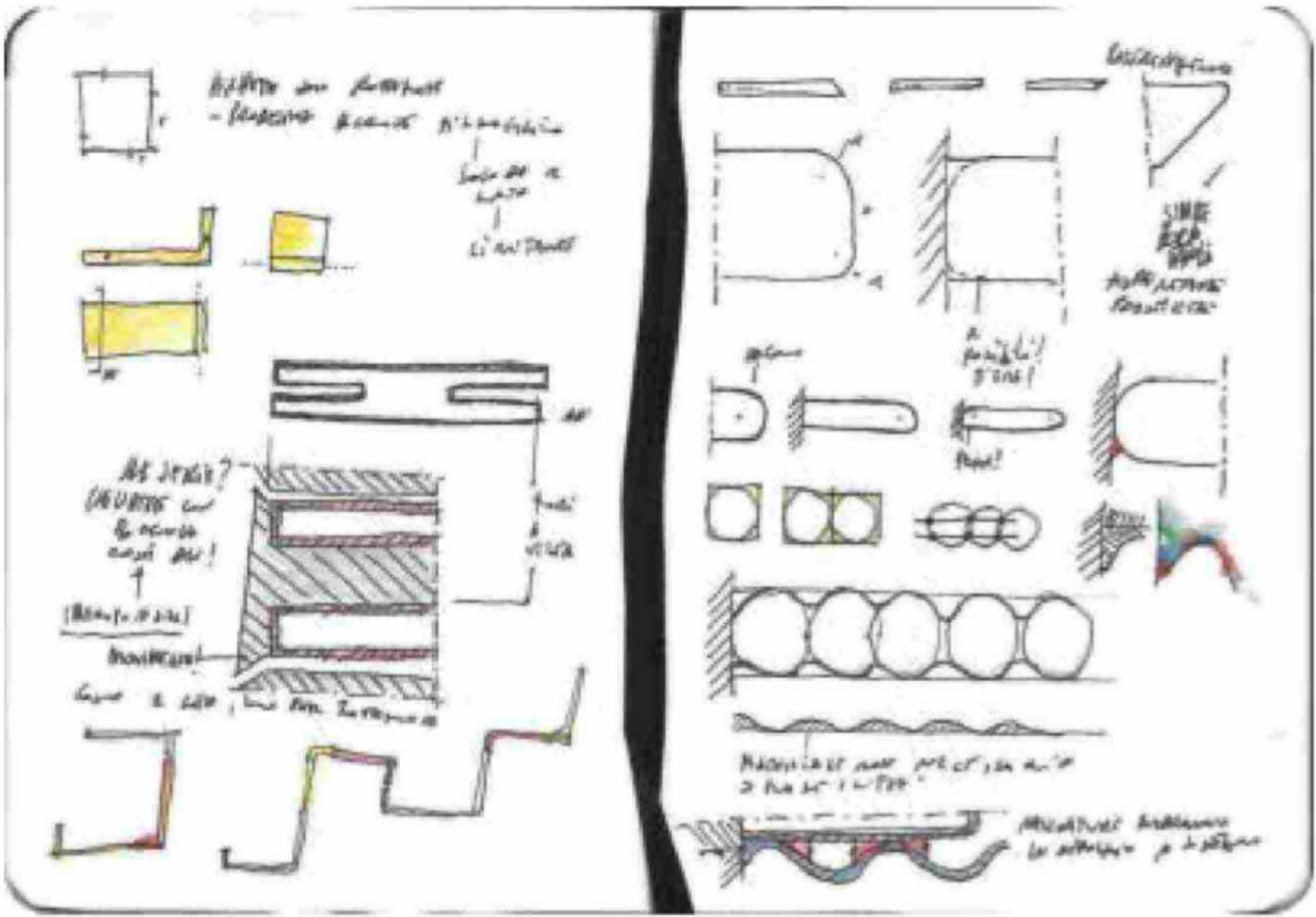
You designed the Licorice shelves for the company B-Line. From where you drew inspiration?

“Also in this case the synergy with the company was crucial. B-line conveys warmth, dynamism, airiness, versatility. As usually, the project started from the technology to be used. I thought that in rotary printing the piece, when extracted from the print, can still be molded. I wanted the shelf had the signs of plasticity. Therefore, of the rectangular section of a classic shelf, I started to take away all unnecessary materials, thus obtaining connected cylinders, very similar to the popular licorice roll. The shape didn’t imply additional costs, it improved the structural steadiness and the circle, perfect to avoid the static nature of the rectangle, was in full compliance with the corporate values. The a L module, joined up to give the idea of the ribbon’s extruded continuity, has become

functional to create different systems and configurations”.

How do think the bathroom will be in the next ten years?

“I’ve always been fascinated by the idea of the architectural revolution through which the small house once located outside the house, was now taken back to the house. It’s a real revolution. It has always been a space inside the house to be quickly used, anyway, in the last times design has turned it into an open space devoted to the wellness. While maintaining the principle to improve people’s life, I hope that in the future sector this new vision of the bathroom can become more affordable, because, at the moment, it is addressed to a medium-high end target. The result could be achieved by reducing production, technology, electronic and material costs, favoring the product’s durability, through water and energy saving”.



Are you going to take part to the Salone del Mobile?

“Of course. Even though in the last times I am mostly working on different production sectors and renovating my new studio – an old mill in the countryside – Milan is still a not-to-be-missed event, being the most complete in the European scenario. I hope to see useful, easy to produce and affordable products, based on steady collaborations. I real hope I will find products in line



with the real needs of the people, neither offhand nor standardized.

For what company you would like to work?

“There are several, some very interesting at least from a market position point of view. Concerning my personal tastes, my priority is that the company pays attention to the end-user and his/her needs, being able to build around him/her the premises to achieve good results; moreover, the company shouldn’t ask a ready-made products, rather born from a close collaboration between the designer and company’s employees; a company managing the target, costs and technologies not like consequences, rather like premises; mostly, one that considers the intellectual capital a fundamental value”.

A sinistra, le mensole Liquorice di B-Line; a destra in alto lo specchio Verity disegnato per Forhouse e, sotto, lo specchio appendino Cow

On the left, the Licorice shelves by B-Line; on the right, top, the Verity mirror designed for Forhouse and, below, the mirror-clothe hanger

