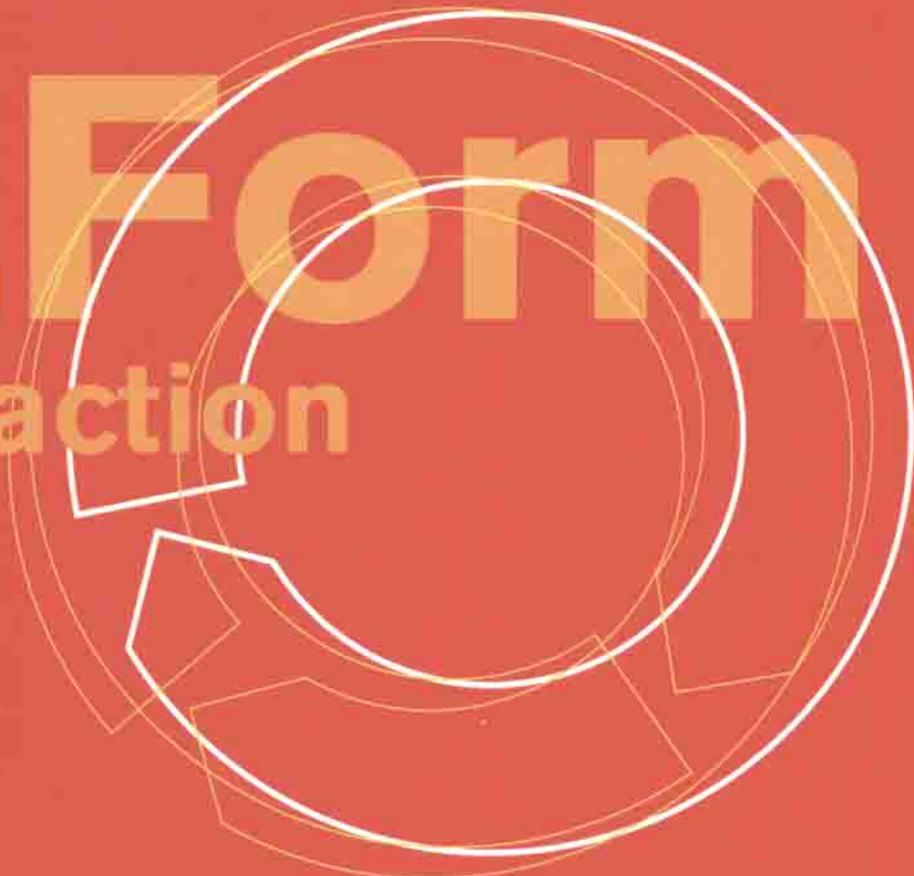


#2

in **Form**
+action

The graphic features several overlapping white circles of varying diameters. A white outline of a hand holding a pen is positioned in the lower-left quadrant, with the pen tip pointing towards the center. The entire composition is set against a solid red background.

Percorso critico nel design dei materiali applicato al mobile da ufficio

Globalizzazione

La telematica e la globalizzazione sono le due forze fondamentali che stanno trasformando l'organizzazione dello spazio di lavoro. In particolare la memoria artificiale, estensione e metafora della mente, ha cambiato il modo di vivere e quindi di lavorare. Oggi si può lavorare ovunque. Di fatto però il **nuovo lavoro si concentra nella cosiddetta global city**, regione metropolitana in cui convivono una rete di nodi telematici, una di servizi e una di infrastrutture convenzionali. Una buona notizia per il mondo degli uffici: il loro numero nel mondo è destinato a crescere! In particolare in quelle trentacinque *global city*, con annesse aree regionali, che vanno delineando la nuova mappa dell'economia mondiale. Un'economia di rete, in cui solo il 18% delle persone è impiegato nel settore manifatturiero (beni materiali); una percentuale che tra il 1990 e il 1996 è diminuita dell'1%, mentre - nello stesso periodo - la quota delle persone impiegate nella fornitura di servizi (beni immateriali) ha fatto registrare un incremento del 15%.

Nell'ambiente-ufficio è cambiato persino il vocabolario. Le parole, aeree, pilotano le mutazioni e ci raccontano la svolta epocale che **segna il passaggio dall'organizzazione fordista della fabbrica a quella telematica della rete**. Se ieri le parole-chiave erano 'gerarchia, *privacy*, produttività', oggi sono 'teamwork, mobilità, efficienza'. Il flusso delle intelligenze, *skill flow*, condiziona il flusso monetario, *cash flow*. Si parla di lavoratori della conoscenza, *knowledge worker*, che hanno come principale risorsa il loro sapere. E la mente, come si sa, può produrre idee

ovunque e in ogni momento, purché messa nelle condizioni di farlo. Si estende, concepisce l'artificiale, dilata la corteccia cerebrale, integra la memoria. Affinché tutto ciò prenda corpo, la mente affida al linguaggio del design il compito di **dare forma alle tecnologie digitali** e il design segue una delle sue regole primarie: la funzione suggerisce la forma.

La parola 'elaboratore' era immobile e pesava alcune tonnellate, il computer 'personale' stava e sta sulle scrivanie, ma era un *desk-top* che sfiorava i 20 kg; dal 1991 esiste il computer portatile, *lap-top*; ne appare l'anno dopo uno grande come un foglio (formato A4) che infatti si chiama taccuino, *notebook*, e il cui peso oscilla tra 3,5 e 1,2 kg. Le aspettative più grandi risiedono in oggetti ancora più piccoli, i palmari, *palm-top* che stanno sul palmo della mano e che per le loro ridottissime dimensioni sono detti anche 'tascabili'. I palmari sono meno macchina (anche la tastiera è sparita) e più utensile: veri attrezzi da lavoro, come una pinza o un cronografo.

I progettisti dello spazio-ufficio per trent'anni hanno inciampato nei cablaggi di PC, stampanti, modem, scanner, fotocopiatrici, telefoni, fax, lampade e hanno eretto contenitori di ogni tipo in cui archiviare materiali cartacei. Il computer che sopravviverà sulle scrivanie del prossimo decennio sarà una stazione di lavoro multimediale, dal design compatto, in cui tutte le suddette tecnologie saranno integrate e confluiranno in due soli cavi: ingresso e uscita. La *work station* sarà alloggiata su un mobile in grado di spostarsi all'interno dello spazio-ufficio portando con sé, in minuscoli archivi digitali (come gli zip), metri cubi di immagini e documenti. Ma **molti in ufficio non andranno più, o meglio l'ufficio li inseguirà ovunque:**

a casa, in viaggio, in vacanza... e lavoreranno con piccoli utensili, *tools*, a comandi vocali, senza cablaggi elettrici, ovvero *wireless*. Autori o automi del futuro, connessi da onde invisibili e liberi di muoversi senza fili.

Curve, flussi e movimenti

Incontri, confronti, riunioni, spostamenti, movimenti, corrieri ed *e-mail*: è sempre una questione di **flussi**, di **vortici**, di **vuoti**. Su questi temi hanno ragionato a lungo dapprima Isao Hosoe, probabilmente il designer dell'ufficio che oggi ha più successo, e da qualche anno - in modo ancora diverso - il gruppo di progettisti olandesi NOX, che fanno interagire l'essere umano con l'architettura offrendo all'utente diverse possibilità di utilizzo dello spazio. Per andare da A a B in genere c'è un preciso corridoio e per salire al punto C c'è la scala 2; ciò significa che le persone non devono pensare un percorso in quanto l'architetto lo ha già deciso. Nei loro progetti i NOX configurano svariati modi per andare da A a B (non compie forse lo stesso processo una *e-mail*?).

Questo il senso, per esempio, del pavimento ondulato che diventa anche elemento di appoggio per i computer. Oppure del lungo tavolo di lavoro, sospeso su cavi, che oscilla e registra lo stato emotivo dei suoi utilizzatori. Il modello spaziale utilizzato nega le tradizionali regole euclidee dell'architettura. La sua caratteristica è quella di definire geometrie in movimento, grazie a un modificato sistema di coordinate che al singolo punto (l'incontro degli assi x, y, z) sostituisce un 'vuoto', o meglio un'entità spaziale che si espande, si contrae e si propaga per onde. Lo spazio è quindi definito da una di queste onde 'bloccate' e rese architettura, privilegiando su tutto l'energia che i luoghi trasferiscono all'attività intellettuale e creativa.

Materia

In una dimensione fortemente immateriale, in cui il principio dominante è la comunicazione (oggi la comunicazione è l'economia!), ecco che la vecchia, cara materia ritorna a essere gradita. Materia di ogni tipo: bruta o rifinita, aggressiva o morbida. In grado comunque di parlare per chi la sceglie, sia esso autore,

produttore o utente. **La materia è il messaggio**: conservatore, tecno, utopico, visionario, creativo, grigio, spento, ospedaliero, ironico, esotico, trasgressivo, lussuoso, modaiolo... Ecco quindi i divani trasparenti che rivelano l'imbottitura, ecco il già misero alluminio tornare a nuovi fasti, e poi infinite varietà di plastiche e resine, di essenze arboree e derivati del legno, midollino, pelle, cartone, pietra, mosaico, ceramica... È un trionfo della materia in cui si aprono nuove opportunità, o meglio, nuovi 'vissuti' anche per l'MDF, che si esprime con la sua fibra, con il suo messaggio attualissimo di elemento tecno-naturale.

Benessere, cultura, diversità

Di quale ufficio parliamo: di quello di una piccola società di trasporti, o di quello di una multinazionale farmaceutica, di una grande struttura finanziaria, di un'agenzia turistica, o pubblicitaria, o dell'ufficio di un commercialista? E dove? A Sydney o a Busto Arsizio, a São Paulo o in Vaticano? I nuovi ambienti di lavoro si fa fatica anche a chiamarli uffici e sono tanti quante le attività, i bisogni, le idee, i gusti. La globalizzazione e le aziende produttrici di arredi tendono però a dare **risposte standard**. Non è bene. Anche gli arredi dovrebbero cercare di offrire diverse opportunità di impiego, diverse **interpretazioni**, diversi livelli di lettura (ispirandosi alla moda, o ai *software*...) in modo da contribuire all'arricchimento intellettuale di chi li usa. Così come i committenti dell'ufficio dovrebbero capire che la **ricchezza emozionale** genera ricchezza di ogni tipo. Perché l'ambizione finale è un sogno di benessere, in cui **per produrre buone idee bisogna essere messi nelle condizioni di lavorare bene**, circondati da mobili, oggetti e luci non banali, immersi in un contesto materiale in cui riconoscere delle appartenenze culturali, dei valori.

Valori sovente veicolati semplicemente da un materiale... Come il **legno**, per esempio: un materiale quasi scomparso dall'ufficio operativo degli ultimi vent'anni e che, prevedibilmente, ritorna a essere desiderato proprio per la sua antica, calda, rassicurante trama vegetale. Non più il legno notarile o presidenziale, ma piuttosto una **nuova materia**, viva, *bio*, leggera, riproducibile, riconoscibile.

Curve, flow and movement

Meetings, engagements, presentations, couriers and e-mail: it's always a question of **movement**, of **vortices** and **vacuums**. This has long been the philosophy of Isao Hosoe, probably the most successful office designer today. For a few years, and with different results, it has also inspired the group of Dutch designers known as NOX, who make humans interact with architecture by offering them a number of ways to make use of space. To get from point A to point B, there's usually a hallway and to get up to point C, a stairway; this means people don't have to think out their route because the architect has done it for them. In NOX designs, there are several ways to get from A to B (and doesn't an e-mail go through the same process?). This is the meaning, for example, of the undulating floor that's also a place for computers to rest. Or the long work table, suspended by cables, which oscillates and registers the emotional state of its users. The spatial model ignores Euclidean rules of architecture, defining geometries in flux by means of a modified system of coordinates that replaces the set point (where the x, y and z axes meet) with a 'hole', or rather a spatial entity that expands, contracts and propagates outward in waves. The space is therefore defined by one of these waves that is 'blocked' and turned into architecture, the top priority being the energy that the place contributes to intellectual and creative activity.

Material

In this strongly intangible dimension, where the main principle is communication (in today's world, communication means economy!), our old friend material has come back into favour. Material of every kind: crude or finished, aggressive or comforting; the only criterion is that it speak for the person who chooses it, whether that person is the designer, the manufacturer or the user. **The material is the message:** conservative, techno, utopian, visionary, creative, dull, lifeless, hospital-like, quirky, exotic, outré, luxurious, trendy... And so we have see-through sofas that display their stuffing, the once lowly aluminium back to accomplish new deeds, and an infinite variety of plastics

and resins, tree essences and wood by-products, straw, leather, cardboard, stone, mosaics and ceramics. It's a feast of materials that has led to new opportunities and new experiences for MDF, too, which expresses itself through its fibre and its contemporary techno-naturalistic message.

Wellbeing, culture and diversity

What kind of office are we talking about: in a small shipping firm, in a multinational pharmaceutical company, in a large financial institution, in a travel agency or an advertising agency, or the office of an accountant? And where is it? In Sydney, in a small provincial town, in São Paulo, in Vatican City? The new working environments are sometimes hard even to call offices, and there are as many kinds as there are businesses, needs, ideas and tastes.

But globalisation and furniture makers tend to give a **standard response**. That's not good. Furnishings, too, should try to offer a variety of opportunities for use, a range of **interpretations**, and different levels of communication (like fashion or software) so that they help enrich the intellect of those who use them. Office suppliers should understand that **emotional wealth** begets wealth of every kind. Because what we ultimately aspire to is wellbeing, according to the notion that **to produce good ideas we need to be in a condition to do good work**, surrounded by interesting furniture, decor and lighting and immersed in a tangible setting where we recognise our cultural accoutrements and our values.

Sometimes those values are transmitted by a material alone. **Wood**, for example, practically vanished from the offices of the past twenty years but is making a predictable comeback for its traditional, warm and reassuring natural essence. This time the trend is not lawyerly, presidential wood, but a **new alive, eco-friendly material** that's light, reproducible and easily recognised.