**Intorno all’autoproduzione**

Una domanda innanzitutto: l’autoproduzione deve essere intesa come il destino finale o piuttosto come una tappa del processo progettuale?

Alla base del concetto di design, qualora se ne voglia adottare una definizione primigenia (che ancora mi affascina totalmente), sta *la produzione di oggetti per i più*. Nel tempo abbiamo imparato a capire che da un lato tali oggetti devono essere di alta qualità, per contrastare fenomeni di obsolescenza e giustificare la loro stessa esistenza, e, dall’altro lato, che “i più” non sono la massa indistinta teorizzata nell’immediato dopoguerra. L’affermazione di cui sopra può quindi essere virata in “oggetti per molti”. Destinazione che presuppone comunque una PRODUZIONE. E allora? In un’ epoca di stagnazione dei consumi, e quindi inevitabilmente della produzione, che deve fare il designer? In specie il giovane designer, e ancor più il giovane designer italiano per cui sovente la strada verso l’industria è sommamente lunga e accidentata? Ponendoci all’interno di una pubblicazione intitolata “Il designer si auto produce” parrebbe logico rispondere: “dedicarsi all’autoproduzione”. Senz’altro, potremmo interloquire, ma con dei distinguo. Innanzitutto l’autoproduzione dovrebbe, a mio discutibilissimo giudizio, essere intesa come uno step di un ipotetico processo produttivo. Se ben ci pensiamo è sempre esistita una fase, nel percorso di genesi progettuale, che, superato il momento del concept, quello degli schizzi, quello dei disegni esecutivi, dava luogo a oggetti fisici, chiamati modelli, maquette o prototipi, a secondo dello stadio di definizione degli stessi. Questi “manufatti” avevano un valore puramente funzionale e quindi “altro da sé”, ma, molto spesso, erano oggetti compiuti che facevano intravedere la bellezza di ciò che ne sarebbe derivato, con in più quella grazia strana che assumono le prove. Possiamo pensare che si trattasse, già allora, di una fase di “autoproduzione” condotta in seno all’industria o ad uno studio di progettazione? Una sorta di “precedente” per l’attuale situazione? Temo che la mia possa sembrare una questione, come si dice, di lana caprina, in realtà è necessario chiarire questa origine “concettuale” dell’autoproduzione, avvenuta in senso al processo industriale e non a quello artigianale. Rispetto alle finalità infatti esiste una differenza sostanziale tra autoproduzione e artigianato (che se ci pensiamo è sempre stato una forma di autoproduzione, ma “senza ulteriori prospettive”). Si tratta di una differenza non tanto estetica, ovvero da rilevare nell’oggetto finito, quanto mentale. L’artigiano, al di là delle mitologie romantiche, con mezzi a volte assai ripetitivi e castranti della creatività del singolo, dà luogo ad un parco di oggetti diffuso e in fondo omogeneo (diversa l’accezione di arti decorative ove ciascun pezzo porta il segno della mano che lo ha generato). Il designer “autoproduzionista” invece propone un parco di oggetti in cui si incarna la sua visione del progetto, ovvero del mondo, in maniera usualmente autonoma, a volte addirittura rivoluzionaria. L’ autoproduzionista rifiuta quindi per principio il tema della ripetibilità della procedura creativa, tipico dell’artigianato, per dedicarsi ad una visione. E, in questo processo mentale, l’autoproduzionista è ancora in toto un designer!

Ben venga quindi l’autoproduzione intesa come grimaldello contro l’apatia, intesa come promessa di produzione, intesa come speranza per il futuro. Imparino i grandi industriali a guardare a questa massa di opportunità che, spontaneamente, alcune delle migliori forze creative contemporanee offrono loro; scelgano, grazie ad essa, i loro futuri alfieri e poi comincino, o ricomincino, finalmente, a produrre oggetti che rifiutano l’omologazione, che parlano di autenticità, che possono permettersi quindi di occupare un posto unico, un posto speciale, un posto non facilmente imitabile, in quel mercato che vogliamo credere si sia modificato, ma non definitivamente annullato. Grazie all’evidenza della lezione dell’autoproduzione, cioè grazie alla generosità di molti giovani creativi, questo passaggio potrà essere chiaro anche per quei produttori resi oggi miopi dal terrore della crisi. In attesa che essi recuperino la vista (mi sono sempre piaciuti i miracoli!) continuiamo pure a ragionare sulle forme e sui bisogni e ad autoprodurre le nostre risposte, con la certezza che un giorno questi oggetti “buoni”, questi oggetti “autentici” torneranno a camminare nel mondo!