



**QUADERNI di ARCHITETTURA e DESIGN**

3|2020 **S u d**

Vitangelo **Ardito** · Vincenzo **Bagnato** · Ivo **Caruso**  
Simonetta **Ciranna** · Salvatore **Damiano** · Valerio **De**  
**Caro** Nicoletta **Faccitondo** · Matteo **Iannello** · Alberto  
**Lanotte** · Stefania **Liuzzi** · Francesco **Maggio** · Giovanna  
**Mangialardi** · Francesco **Martellotta** · Nicola · **Martinelli**  
Carlo **Martino** · Vincenzo **Maselli** · Walter **Mattana**  
Ludovico **Micara** · Patrizia **Montuori** · Johan **Nielsen** · Kris  
**Scheerlinck** · Yves **Schoonjans** · Giulia **Spadafina** Pietro  
**Stefanizzi** · Leonardo **Rignanese** · Giuseppe **Tupputi**

## QuAD

### Quaderni di Architettura e Design

Dipartimento di Scienze dell'Ingegneria Civile e dell'Architettura – Politecnico di Bari

[www.quad-ad.eu](http://www.quad-ad.eu)

*Direttore*

Gian Paolo Consoli

*Responsabile scientifico della Sezione Design*

Rossana Carullo

*Caporedattore*

Valentina Castagnolo

*Comitato scientifico*

Giorgio Rocco (*Presidente*), Antonio Armesto, Salvatore Barba, Michele Beccu, Vincenzo Cristallo, Daniela Esposito, Riccardo Florio, Angela Garcia Codoner, Maria Pilar Garcia Cuetos, Roberto Gargiani, Imma Jansana, Loredana Ficarelli, Fabio Mangone, Nicola Martinelli, Giovanna Massari, Dieter Mertens, Carlo Moccia, Elisabetta Pallottino, Mario Piccioni, Christian Rapp, Raimonda Riccini, Augusto Roca De Amicis, Michelangelo Russo, Uwe Schröder, Fani Mallochou-Tufano, Claudio Varagnoli

*Comitato Editoriale*

Roberta Belli Pasqua, Francesco Benelli, Guglielmo Bilancioni, Fiorella Bulegato, Luigi Maria Calò, Rossella de Cadilhac, Fernando Errico, Federica Gotta, Francesco Guida, Gianluca Grigatti, Luciana Gunetti, Matteo Ieva, Massimo Leserri, Monica Livadiotti, Anna Bruna Menghini, Giulia Annalinda Neglia, Valeria Pagnini, Beniamino Polimeni, Gabriele Rossi, Rita Sassu, Lucia Serafini

*Redazione*

Mariella Annese, Tiziana Cesselon, Nicoletta Faccitondo,  
Antonello Fino, Antonio Labalestra, Domenico Pastore

**Anno di fondazione 2017**

Ivo Caruso, Carlo Martino, Vincenzo Maselli

*African Design Wave*

*Paradigmi estetici, materici e identità di un Sud globale*

Il contenuto risponde alle norme della legislazione italiana in materia di proprietà intellettuale ed è di proprietà esclusiva dell'Editore ed è soggetta a copyright. Le opere che figurano nel sito possono essere consultate e riprodotte su supporto cartaceo o elettronico con la riserva che l'uso sia strettamente personale, sia scientifico che didattico, escludendo qualsiasi uso di tipo commerciale. La riproduzione e la citazione dovranno obbligatoriamente menzionare l'editore, il nome della rivista, l'autore e il riferimento al documento. Qualsiasi altro tipo di riproduzione è vietato, salvo accordi preliminari con l'Editore.

Edizioni Quasar di Severino Tognon s.r.l., via Ajaccio 41-43, 00198 Roma (Italia)  
<http://www.edizioniquasar.it/>

ISSN 2611-4437 · eISBN (online) 978-88-5491-096-6

Tutti i diritti riservati

Come citare l'articolo:

IVO CARUSO, CARLO MARTINO, VINCENZO MASELLI, *African Design Wave. Paradigmi estetici, materici e identità di un Sud globale*, QuAD, 3, 2020, pp. 287-301.

Gli articoli pubblicati nella Rivista sono sottoposti a referee nel sistema a doppio cieco.

## 3|2020 Sommario

7 EDITORIALE  
*Gian Paolo Consoli*

### Architettura

- 13 PAESAGGI E CITTÀ DEL SUD. IDENTITÀ E CONTRADDIZIONI  
*Ludovico Micara*
- 29 FESTÌNA LENTE. TRADIZIONE E INNOVAZIONE ARCHITETTONICA  
IN TERRA DI BARI TRA XVI E XVIII SECOLO  
*Alberto La Notte*
- 51 IL MODERNO E LA PROVINCIA. RIFLESSIONI GRAFICHE SU UNO  
SPAZIO MAI NATO: LA CASA DEL BALILLA DI LUIGI MORETTI A  
BITONTO  
*Salvatore Damiano*
- 71 LA MARSICA NEL NOVECENTO. TRASFORMAZIONE, MARGINALITÀ  
E SPERIMENTAZIONE  
*Simonetta Ciranna, Patrizia Montuori*

- 89 UNA DAMA DELL'ARCHITETTURA A PALERMO  
*Francesco Maggio*
- 109 IN FORMA DI SFINGE. L'OSSARIO DI BARLETTA E GLI *SPOMENIK*  
JUGOSLAVI: TRA IDENTITÀ LOCALI E LINGUAGGI UNIVERSALI  
*Giuseppe Tupputi*
- 125 LA LINGUA AUTENTICA E LA LINGUA STRANIERA. LE ORIGINI  
DELL'ARCHITETTURA DI ARIS KONSTANTINIDIS  
*Vitangelo Ardito*
- 143 ARCHITETTURA E RIFORMA SCOLASTICA NEL CANTONE TICINO.  
L'ISTITUZIONE DELLA SCUOLA MEDIA UNICA NEI PROGETTI DI  
LIVIO VACCHINI, AURELIO GALFETTI E MARIO BOTTA  
*Matteo Iannello*
- 163 DISPOSITIVI SUL MARGINE. LA SOGLIA IN ALCUNE OPERE DI  
UMBERTO RIVA NEL CONTESTO MERIDIONALE  
*Nicoletta Faccitondo*
- 177 LA LENTEZZA COME VALORE DELLA TEMPORALITÀ  
*Valerio De Caro*
- 193 SOUTH GOING NORTH. DESIGNING FOR COMMUNITIES, FROM  
SANTIAGO-DE-CHILE TO LJUBLJANA  
*Johan Nielsen, Kris Scheerlinck, Yves Schoonjans*
- 209 ABITARE LA PUGLIA. CRITICITÀ E SFIDE PER NUOVI MODELLI  
ABITATIVI NEL MEZZOGIORNO  
*Giovanna Mangialardi, Nicola Martinelli, Giulia Spadafina*
- 229 TERRA CRUDA E SCARTI AGRICOLI. MATERIALI EDILI EFFICIENTI  
MADE IN PUGLIA  
*Stefania Liuzzi, Francesco Martellotta, Pietro Stefanizzi*
- Recensioni
- 243 LA CULTURA DELLO SPAZIO URBANO. I SAPERI DELL'URBANISTICA  
TRA ITALIA E FRANCIA  
*Leonardo Rignanese*

## Design

- 253 GIO PONTI E IL DESIGN SPAGNOLO. LA MODERNITÀ “A SUD” NEGLI ANNI '50 E '60 TRA ITALIA E SPAGNA

*Vincenzo Bagnato*

- 273 SUD COME NORD. IL MERIDIONE NEL CINEMA INDUSTRIALE DEGLI ANNI SESSANTA

*Walter Mattana*

- 287 AFRICAN DESIGN WAVE. PARADIGMI ESTETICI, MATERICI E IDENTITÀ DI UN SUD GLOCALE

*Ivo Caruso, Carlo Martino, Vincenzo Maselli*



# African Design Wave

Paradigmi estetici, materici e identità di un Sud globale

Ivo Caruso, Carlo Martino, Vincenzo Maselli

Sapienza Università di Roma | PDTA

[ivo.caruso@uniroma1.it](mailto:ivo.caruso@uniroma1.it), [carlo.martino@uniroma1.it](mailto:carlo.martino@uniroma1.it), [vincenzo.maselli@uniroma1.it](mailto:vincenzo.maselli@uniroma1.it)

*Contemporary design shows a constant and deep interest in “other” and “exotic” linguistic, typological, technological traditions, coming from places that have been little explored, but rich in “narratives” and identities. African production and cultural scenarios, in particular, suggest analyses aimed at breaking down stereotypes, labels and identities, and at re-discussing the relationships between local production processes and global consumption, and between the concepts of “South” and “North” as both physical and symbolic entities. This glocal South has recognizable aesthetic, material and technical profiles, is capable of intervening on global consumption, spreads worldwide by placing itself in mature markets, and reaches appealing positions, without risking to homologate, as it has strong morphological and typological traditions. Hybrid objects, glocalization, and plural narratives meet and participate in the development of productive and multicultural consumption contexts, in which design proves to be a valid vehicle for experimentation and dialogue between cultures, places and traditions that merge in a new model of identity, “human” and ethical space.*

*Il design contemporaneo manifesta un continuo e profondo interesse verso tradizioni linguistiche, tipologiche, tecnologiche “altre” ed “esotiche”, provenienti da luoghi storicamente poco indagati, ma ricchi di “narrazioni” e identità. Gli scenari produttivi e culturali africani, in particolare, si prestano a riflessioni orientate ad abbattere etichette e identità stereotipate e a ridiscutere i rapporti tra processi di produzione locale e consumo globale, tra un “Sud” e un “Nord” contemporaneamente geografici e simbolici. Si delineano così profili progettuali e paradigmi estetici, materici e tecnici di un Sud globale, capace di intervenire sui consumi globali, diffondersi a livello mondiale collocandosi in mercati maturi e raggiungendo posizionamenti autorevoli, senza rischiare di appiattirsi o omologarsi, poiché forte di patrimoni morfologici e tradizioni artigianali e segniche “tipiche”. Le pratiche del meticciato oggettuale, il concetto di glocalizzazione, e le narrazioni plurali si incontrano e partecipano allo sviluppo di contesti produttivi e di consumo multiculturali, in cui il design si dimostra valido veicolo di sperimentazione e dialogo tra culture, luoghi e tradizioni che si fondono in un nuovo modello di spazio identitario, “umano” ed etico.*

Keywords: *African Design, multiculturalism, glocal South, aesthetic traditions, plural narratives*

Parole chiave: *African Design, multiculturalismo, Sud globale, tradizioni estetiche, narrazioni plurali*

Nel 1971 Geoffrey Williams con il libro *African Designs from Traditional Sources* fornì il primo inestimabile archivio di riproduzioni dei motivi astratti, dei decori, delle maschere e delle sculture in legno prodotti dal lavoro artigianale di Zulu, Masai e dozzine di altre tribù dell’Africa Subsahariana. Queste matrici morfologiche sono riconducibili a una tradizione espressiva che Williams svelò e denominò “africana” e fatta di textures, moduli geometrici ripetuti – che oggi definiremmo genericamente “tribali” – maschere, idoli e altri oggetti che hanno contribuito a costruire un immaginario, ancora oggi radicato, fatto di patrimoni segnici, tipologici e materici. Il panorama creativo del continente africano offre una moltitudine di possibilità espressive che, però, solo negli ultimi anni stanno iniziando ad emergere e assumere una identità riconoscibile sul mercato internazionale, uscendo dall’invisibilità e dall’isolamento<sup>1</sup>. Ne sono testimonianza le numerose mostre e gli eventi che si sono susseguiti negli ultimi anni in Italia e in Occidente, dalla mostra *Making Africa. A continent of contemporary Design* al “Vitra Museum” del 2015, alla più recente *African Metropolis* al MAXXI di Roma nel 2018, al fiorire di articoli e libri sul Design Africano. Nel 2015, infatti, la designer britannica di famiglia zimbabwese, Tapiwa Matsinde ha pubblicato il libro *Contemporary Design Africa* e la sua mappatura ragionata dello scenario progettuale e produttivo contemporaneo africano dimostra la pluralità di esperienze estetiche e tipologiche di un paese che è un continente ampio e variegato. Non solo texture dal sapore esotico, pattern tribali e oggetti primitivi realizzati con materiali naturali, ma affascinanti ed elaborati prodotti di design, le cui qualità estetiche si differenziano in base allo specifico contesto geografico e culturale di provenienza. L’inestimabile valore di questo bacino di storie, progetti e processi ha affascinato l’Occidente globalizzato, aprendo le frontiere a culture, a luoghi e a tradizioni segniche e tipologiche “altre”, “esotiche”. Come scriveva Franco La Cecla più di due decenni fa: «Sta avvenendo uno strano fenomeno: culture lontane e arcaiche, mondi indigeni e legati ad altre logiche che non fossero quelle della ‘società dei consumi’ si trasferiscono qui da noi, nelle nostre città»<sup>2</sup>. La riscoperta del patrimonio africano diventa, quindi, fenomeno culturale di risonanza internazionale, travolge, conquista e invita a riflettere.

L’*African Design Wave* è perfettamente calata in una contemporaneità multiculturale in cui scenari progettuali e produttivi locali influenzano le prospettive di vita e di consumo globali e in cui il design si dà come strumento privilegiato per far conoscere tradizioni, *genius loci*, immaginari e usanze di culture diverse. La contaminazione multiculturale nella cultura del progetto, la curiosità verso tradizioni altre, e il meticcio oggettivo conseguenza di un processo di trasferimento materico, morfologico o tecnologico, come accennato, sono «elemento cardine della mitologia postmoderna»<sup>3</sup> e conseguenza di dicotomie quali «integrazione e frammentazione, globalizzazione e territorializzazione»<sup>4</sup>, tipiche del fenomeno che Roland Roberston (1992) aveva definito “glocalizzazione”. Ispirata dal concetto giapponese di “indigenizzazione” (*Dochakuka*) l’idea di “glocale” emerge negli anni ’90 come relazione tra processi globali e



locali da un punto di vista economico, sociologico e culturale e in conseguenza alla proliferazione delle riflessioni sulle implicazioni locali della globalizzazione<sup>5</sup>. Oggi “glocale” è una qualità attribuibile anche al progetto, poiché simbolo culturale legato a contesti locali, diversificati e territoriali, in un’epoca in cui i flussi internazionali di persone, informazioni e anche prodotti hanno influenzato gli ambienti, gli usi e gli scenari produttivi globali. Il *glocal design* da un lato permette di identificare e conoscere significati e oggetti che nascono da contesti geografici e culturali altri, dall’altro rafforza le tradizioni e le rende cifre distintive di questi stessi contesti. Dal punto di vista del progetto, l’industria globale tesse una trama globale di prodotti che nascono volutamente con l’obiettivo di dichiarare e affermare un’identità separata, distinta e la propria origine geografica e culturale. «L’identità – sostiene Okwui Enwezor – è la legittimazione del fatto che i valori e le strutture epistemologiche che si portano nel mondo sono vitali, importanti e potenti»<sup>6</sup>. *L’African Design Wave* si inserisce perfettamente in quest’ottica e i prodotti del continente hanno un forte carattere identitario, che ne garantisce il successo internazionale, beneficiando del potere del design come «luogo di scambi, mescolanze, alternanza di prestiti e sintesi»<sup>7</sup> e come strumento di dialogo tra culture, tradizioni, luoghi e comunità.

Se si ponesse in sequenza il pensiero postmodernista che, come sostiene Giuseppe Patella, è il vero fautore dell’apertura della cultura occidentale verso l’alterità<sup>8</sup>, con il conseguente postcolonialismo, inteso come fenomeno cristallizzato negli anni Novanta<sup>9</sup> e che ha visto importanti contributi alla cultura occidentale contemporanea provenire da autori e intellettuali discendenti da immigrati delle colonie, il fenomeno appena descritto, e cioè la dimensione multiculturale del design contemporaneo, denuncia un sensibile ritardo rispetto ad altri ambiti della cultura. Già dagli anni Settanta, infatti, scrittori, registi ed artisti si sono dimostrati molto attivi nel contaminare la cultura occidentale con racconti, immagini e segni dirompenti trasferiti dalle proprie culture di origine, ma solo recentemente questo fenomeno ha investito il design. I grandi brand dell’arredamento, per esempio, hanno incluso nei loro cataloghi, in modo consistente, prodotti a firma di designer provenienti dall’India piuttosto che dal Libano o dall’Africa a partire dagli ultimi dieci anni.

La storia delle pratiche progettuali e delle innovazioni tecnologiche proposta negli anni ’70 dallo storico statunitense Victor Margolin anticipava sapientemente il bisogno di apertura e inclusività del design e il forte impatto culturale di cui questo si fa portatore. Ma soprattutto, secondo Margolin, la vera sfida non risiede nella sistematizzazione condotta dalle grandi narrazioni, quanto più nella disponibilità a comprendere ed esaltare contingenze, mutevolezza e contesti geografici diversi<sup>10</sup>. La dimensione “geografica” è determinante per operare un tipo di innovazione etica che fotografa, ispira e ibrida tradizioni e tipicità e in questo modo le salva dall’estinzione o da una perdita di identità causata da stratificazioni incontrollate. La cultura materiale locale diventa un potente strumento di diversificazione, di unicità, di autenticità e, quindi, un valore aggiunto, nonché bacino

necessario alla sopravvivenza in un'ottica di produzione etica e socialmente utile. È necessario, perciò, interrogarsi su quanto l'interesse da parte delle imprese e dei mercati per i progetti di Satyendra Pakhale, Nipa Doshi, Nada Bedes, Stephen Burks – solo per fare qualche nome – sia realmente il segno di un'apertura culturale verso l'alterità e non una cinica strategia economica tesa ad includere le culture altre del progetto solo perché opportunisticamente attrattive nei nuovi mercati<sup>11</sup>.

▪ *Estetiche, culture, territori. Fenomenologie plurali dell'African design contemporaneo.*

«Il futuro appartiene all'Africa perché esso sembra essere già accaduto altrove»<sup>12</sup>. L'Africa oggi ha assunto un ruolo attivo e consapevole nel contribuire con i propri patrimoni segnici, tipologici e tecnici agli attuali scenari di ibridazione, ai trend di riscoperta delle tradizioni artigiane e delle culture manifatturiere locali, etiche e sostenibili. La cultura africana non può, quindi, limitarsi passivamente a fornire ispirazioni morfologiche, decorative o tipologiche divenendo così terra di cinico “saccheggio” più o meno consapevole o eticamente accettabile, fonte di citazioni e obiettivo di pratiche di prelevamento e straniamento culturale. È possibile ritenere il prodotto *Tam Tam* di Matteo Thun per *Magis* (fig. 1), tra molti, un esempio di questa “sbilanciata” relazione di scambio. Il designer italiano nel 2002 ridisegna e realizza in stampaggio rotazionale il sedile *Akan*, oggetto rituale tipico della cultura Ashanti del Ghana, e ne fa uno sgabello che impone una seduta particolarmente bassa, quasi a contatto con il suolo. Il prodotto, seppur linguisticamente coerente con il catalogo aziendale e con il relativo mercato di riferimento, non riesce davvero a cogliere il valore

Fig. 1. Matteo Thun,  
Tam Tam stool,  
*Magis*, 2002. Courtesy  
of Matteo Thun &  
Partners.





Fig. 2. Tord Boontje, Shadowy chair (M'afrique collection), Moroso, 2009. Courtesy of Moroso Spa.

Fig. 3. Sebastian Herkner, Banjooli chair (M'afrique collection), Moroso, 2013. Courtesy of Moroso Spa.

simbolico dell'archetipo a cui si ispira. Lo banalizza, ne nega la dinamica sociale ad esso collegata, lo "raffredda", lo "plastifica", lo svuota di significato, lo aliena dalla sua terra, dalla cultura e dalla comunità di origine, dalla mano artigianale del suo creatore primigenio. Oggi per la cultura del design risulta limitativa la riproposizione di simili operazioni, che sfiorano solo in superficie il complesso mondo degli oggetti africani e dei riti ad essi connessi. Il design, oramai libero da modelli strettamente industriali e sempre più consapevolmente vicino alle realtà manifatturiere artigianali, può aiutare i territori a esaltare le proprie identità, le proprie storie, le proprie differenze e unicità, evitando di coltivare stereotipi, neocolonialismi culturali ed economici, nostalgie ormai anacronistiche e irreali, "pensieri unici" e letture semplificate. In questa accezione la cultura del design può guidare in maniera strategica nuove possibilità imprenditoriali e culturali per una "emersione" delle diverse e autentiche tradizioni artigianali, linguistiche, materiche e oggettuali, per il loro recupero o salvataggio da un'inesorabile estinzione e per un loro "aggiornamento" rispettoso e consapevole, funzionale ad una collocazione su mercati globali.

Le buone pratiche di ricerca sul design di arredo e prodotto per un'imprenditoria transculturale e globale sono varie e a volte localizzate secondo flussi e in luoghi inaspettati. Un modello operativo di successo ed ormai consolidato è il lavoro condotto a partire dal 2009 dall'azienda italiana *Moroso* che, per il progetto *M'afrique Collection*, ha coinvolto designer come Tord Boontje, Patricia Urquiola, Stephen Burks, Federica Capitani, Sebastian Herkner, Ron Arad, Martino Gamper, Concetta Giannangeli, Dominique Petot, David Weeks e

Birsel+Seck. La produzione della collezione, al fine di rappresentare un reale esempio di *fair trade*, è dislocata a Dakar (Senegal) e gli arredi che ne derivano operano una rilettura dei decori, delle cromie, dei materiali (prevalentemente metalli, cordami e filati per reti da pesca) e degli intrecci tipici africani (figg. 2-3). In merito a questo progetto Patrizia Moroso ha dichiarato:

*M'Afrique* ha avuto origine proprio osservando i manufatti di pregio che alcuni tessitori di Dakar realizzavano annodando a semplici strutture di plastica o ferro dei grossi cavi, che Salam mi spiegò essere gli stessi che i pescatori usavano per realizzare le reti d'alto mare. Abbiamo pensato di mettere in contatto queste realtà produttive con alcuni designer con cui collaboravamo, offrendo a quest'ultimi la possibilità di lavorare insieme agli artigiani nei laboratori africani, attivando uno scambio culturale virtuoso che poteva contribuire a tenere in vita abilità manuali dalle origini antiche<sup>13</sup>.

Nell'ambito delle iniziative imprenditoriali occidentali tese a valorizzare il "saper fare" africano è possibile anche citare l'esperienza *Marrakech Design* condotta dagli imprenditori svedesi Inga-Lill e Pa Ovin che dal 2006 riportano in vita la produzione delle piastrelle a encausto tipiche del Magreb in un laboratorio artigianale alle porte di Marrakech. Nel settore degli intrecci di fibre naturali è interessante il progetto *Tavie*, generato da una collaborazione trans-culturale tra l'importatrice olandese specializzata in pratiche di commercio equo Cecile Meuwssen, alcuni designer europei e un network composto da circa cinquecento donne Tuareg: popolazione nomade originaria del Niger settentrionale tradizionalmente esperta nella lavorazione dell'argento e delle foglie di palma. E, ancora, nel 2019 *IKEA* presenta al *Design Indaba Festival* di Cape Town la collezione *Överallt* realizzata insieme a dieci designer africani specializzati nei settori della moda, della scultura, dell'architettura e dell'arredamento provenienti da Costa d'Avorio, Egitto, Kenya, Senegal e Sudafrica e concepita con l'obiettivo di fondere le manifatture e i rituali "conviviali" africani con il modernismo scandinavo e la distribuzione ampia e "democratica" propria della multinazionale svedese (figg. 4-5). Tutti gli esempi citati rimandano, però, alla dinamica di un sistema tardo capitalista che già nel 2005 Giuseppe Patella definiva caratterizzato da una "distanza cinica"<sup>14</sup> e cioè un sistema economico culturale occidentale che alimenta il fabbisogno di "differenza" del mercato globalizzato, con iniziative di valorizzazione dell'artigianato locale, magari mascherate da azioni a sfondo benefico e sociale.

Di segno opposto sono, invece, i progetti imprenditoriali maturati in specifici contesti africani e che trovano un loro senso profondo sia come risposta all'assenza di un sistema organizzato di valorizzazione e distribuzione del design nel continente, sia come ribaltamento delle logiche delle imprese "multiculturali" dell'Occidente. È l'impresa africana, in questi casi, ad assoldare designer occidentali per interpretare "lo spirito africano". *Pinda*, che in lingua Zulu significa "Ancora/Ancora", è una giovane azienda di mobili di lusso, dipinti a mano su impianto contemporaneo, fondata dal designer sudafricano Syanda Mbele.





Fig. 4. Bibi Seck, chair and stool (ÖVER-ALLT collection), IKEA, 2019. Courtesy of IKEA Italia Retail.

Fig. 5. IKEA Collection ÖVER-ALLT, IKEA, 2019. Courtesy of IKEA Italia Retail.



Il giovane designer, formatosi alla *Durban Technology University*, ha compreso infatti il valore strategico del patrimonio di segni e simboli delle culture tribali dell’Africa e l’interesse del mercato per oggetti in grado di raccontare storie di “differenza” culturale. A tal proposito sostiene che: «Dopo le ricerche, creo una storia che voglio che il pezzo racconti o un’analogia che rappresenterà il pezzo. In genere prendo simboli o motivi bidimensionali e li trasformo in mobili tridimensionali»<sup>15</sup> (figg. 6-7). Mbele ha, inoltre, compreso che per promuovere il Design Africano e il suo enorme potenziale non è sufficiente aspettare iniziative del governo ma bisogna integrare la cultura del progetto con capacità imprenditoriali: «Non possiamo solo aspettarci che il governo sia l’unico sistema. Dietro i marchi ci sono persone e come persone dovremmo trovare il nostro interesse comune e aiutarci a vicenda»<sup>16</sup>.

Fig 6. Syanda Mbele,  
Mvelo Desk, Pinda,  
2018. Photo by Michel-  
le Reynolds. Courtesy of  
Syanda Mbele.



Fig 7. Syanda Mbele,  
Side Table, Pinda,  
2015. Photo by Michel-  
le Reynolds. Courtesy of  
Syanda Mbele.



L'economia del Sudafrica è la seconda dell'Africa dopo quella della Nigeria. Si tratta di un'economia di mercato emergente, che dispone di una grande abbondanza di risorse naturali (sia agricole che minerali) e di settori molto sviluppati quali quello manifatturiero, delle comunicazioni, dell'energia e dei trasporti. Il Sudafrica, grazie soprattutto ad una stabilità politica ed economica, è la nazione che ad oggi riesce maggiormente a creare iniziative solide, reti produttive etiche e realmente internazionali. Ne è un esempio il brand *Zenzulu* che, fondato nel 1996 a Durban dalla designer Marisa Fick-Jordaan, si occupa della realizzazione di prodotti ottenuti per intreccio di fili telefonici colorati (in sostituzione alle fibre naturali tradizionalmente adottate dalle comunità Zulu) (figg. 8-9). Oltre che per i prodotti, Zenzulu si caratterizza per il peculiare impianto

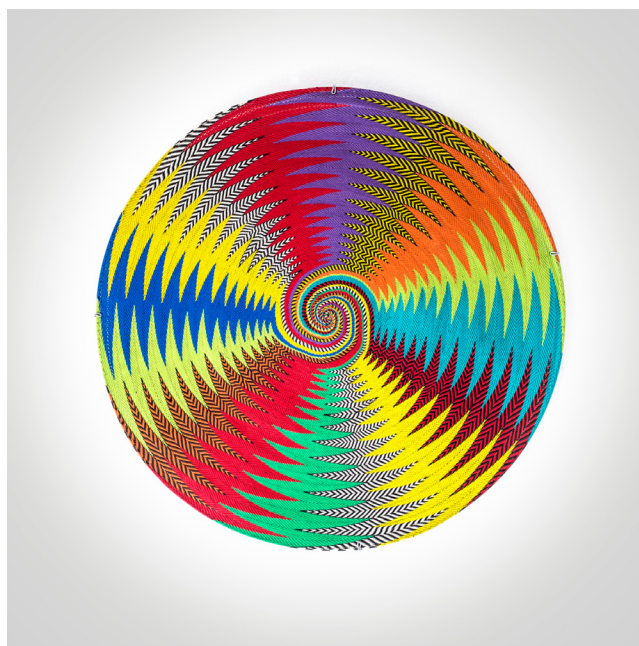
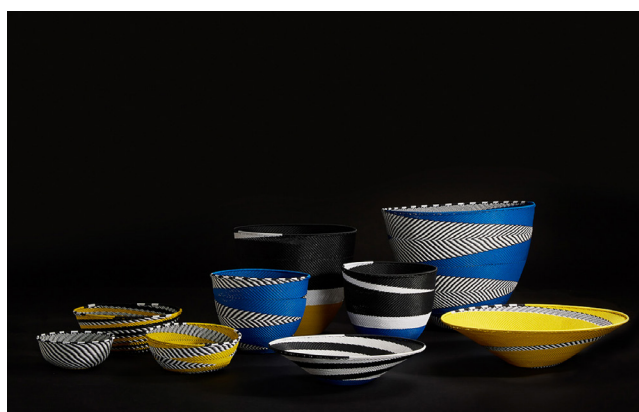


Fig. 8. Marisa Fick-Jordaan, Giant Wall Disc, Zenzulu, 2006. Courtesy of Marisa Fick-Jordaan.

Fig. 9. Marisa Fick-Jordaan, The Conran Shop collection, Zenzulu, 2017. Courtesy of Marisa Fick-Jordaan.



organizzativo: la produzione è affidata ad una rete diffusa composta da circa 150 tessitrici che lavorano artigianalmente da casa. Negli anni il brand ha collaborato con designer e stilisti internazionali e con laboratori di sperimentazione come l'italiano *Fabrica*.

Altro esempio emblematico dell'emancipazione e dell'interesse contemporaneo verso un nuovo concetto di *African style*, ascrivibile a questa seconda categoria, è l'azienda *Mabeo*, un marchio di arredi e complementi con sede in Botswana che, a partire dal 2006, è riuscita ad allargare la propria rete distributiva su scala globale grazie anche ad un forte *know-how* pregresso e alla collaborazione con alcuni tra i designer contemporanei più attenti al tema della rigenerazione dei linguaggi e dei caratteri di tipicità e tipicità nell'arredo contemporaneo.

Si legge nel manifesto identitario dell'azienda:

«L'obiettivo del marchio è quello di rendere il lavoro degli artigiani africani disponibile al mondo in modo ponderato, per riflettere alcune qualità: una semplicità essenziale della forma, un'idea di purezza, l'uso coscienzioso e la manipolazione di materiali naturali, la dedizione degli artigiani e delle donne e la sensibilità del designer collaboratore con rispetto per il ricco patrimonio estetico dell'Africa»<sup>17</sup>.

In questi casi risulta evidente che trasferimenti tecnici e ibridazioni materiche possano inserirsi in un flusso di prodotti e progetti capaci di alimentare un inedito linguaggio estetico universale, eco di patrimoni segnici, tipologici e materici stranieri, accomunati da qualità sempre più determinanti in sistemi in cui il design contemporaneo è chiamato a generare prospettive future davvero accettabili: programmi di attivazione sociale e investimenti a medio-lungo termine per il potenziamento e la diffusione della cultura del design intesa come strategia per un efficace modello di sviluppo, adozione di soluzioni linguistiche e produttive semplificate ed essenziali, uso "circolare" e "sistemico" di materiali naturali e "locali", attenzione alle nuove forme di artigianato e "industriano", sostenibilità, etica e coinvolgimento delle comunità.

Accanto a casi che vedono il Design Africano al centro di iniziative imprenditoriali esogene o endogene e al fiorire di comunità professionali locali, l'*African Design Wave* è debitrice di un apporto sostanziale al suo sviluppo, che viene anche dall'esterno, da parte di "Bicultural Designer", e cioè di fautori di quel postcolonialismo che, come si è detto, si è affermato già da anni in molti altri ambiti, quali letteratura, cinema, arti visive, e che sta fortemente contaminando e innovando dall'interno le culture occidentali.

Si tratta di designer discendenti di seconda o terza generazione da immigrati di etnie africane, o di altre culture, che stanno compiendo un profondo lavoro di riscoperta e di valorizzazione dei patrimoni segnici, tecnici e tipologici delle culture di origine in luoghi sensibili della contemporaneità (Londra, New York, ecc.).

Yinka Ilori, per esempio, è un giovane progettista poliedrico attivo nella grafica, così come nell'exhibit e product design, che a partire da Londra, sede del suo studio, sta rivoluzionando l'estetica di allestimenti e prodotti contemporanei, trasferendo texture e colori dalla cultura nigeriana, originaria della sua famiglia. Ispirandosi al lavoro di Martino Gamper, Ilori ha ideato collezioni di sedie rigenerate, realizzate in un laboratorio di falegnameria a Nord di Londra che impiega manodopera di persone in riabilitazione da dipendenze. Ilori afferma infatti che «se nel design non ci sono elementi sociali, non abbiamo motivi per farlo»<sup>18</sup>. *Man Made* è, invece, un progetto promosso da un altro "Bicultural Designer", l'afroamericano Stephen Burks, che dal 2011 si è fatto promotore della valorizzazione delle tecniche artigianali tipiche delle culture del Senegal, del Sudafrica ma anche del Perù e dell'India.



Nel 2005 ha compiuto il suo primo viaggio in Africa e ne è uscito con una visione completamente ribaltata:

Ho visto un nuovo percorso per me stesso, che in qualche modo era legato alla mia identità africana e alla necessità di soluzioni progettuali per una popolazione di produttori che potesse avere reali conseguenze economiche. [...] Lavorare direttamente con così tanti talentuosi artigiani sudafricani senza educazione nel design mi ha fatto capire che ci sono altri modi di guardare oltre a nozioni di design che non sono di origine europea altrettanto valide e pertinenti<sup>19</sup>.

Il suo obiettivo con il progetto *Man Made* è, quindi, quello di riportare la manualità nell'industria, riuscendo a realizzare nuovi modelli produttivi rivolti a nuovi consumatori consapevoli, curiosi di conoscere la genesi culturale e tecnica dei prodotti che acquistano. Attraverso *Man Made*, Burks ha sviluppato progetti autoprodotti ma anche sedute, lampade e mobili per aziende quali *Bd Barcelona* (*Grasso Collection*), *Bolon* (*Shaggy Chairs*), *Moroso*, *Dedon*. Tutti originati dall'osservazione di culture artigianali dei paesi africani da lui visitati e condivisi.

L'analisi di questi casi studio offre alcune alternative all'interpretazione diffusa della polarizzazione del modo testimoniata da Enwezor: «La questione di cosa sia il Sud Globale e cosa il Nord Globale, non è ovviamente geografica, ma geopolitica ed economica. Questi sono i termini per lo sviluppo di ciò che definisce una gerarchia del progresso ed un vantaggio tecnologico»<sup>20</sup>, evidenziando che la convivenza culturale e operativa tra “Nord” e “Sud” del mondo è possibile ed è innanzitutto un'attività di ricerca orientata alla sostenibilità sociale, occupazionale e territoriale; un dialogo ammissibile tra persone provenienti da luoghi e background diversi, che accettano la risemantizzazione di linguaggi, metodi produttivi, contesti, artefatti e simboli e, nel rispetto delle identità e delle istanze sociali, stratificano idee, esperienze e nuove possibilità. Queste pratiche sono oggi al centro di una peculiare fenomenologia e di un rinnovato dibattito, che attribuisce al design un ruolo di “impollinazione”, di “garanzia sociale”, di narrazione e rigenerazione di tecniche, influenze e materiali; caratteri identificativi di un modello evoluto di artigianato capace di ri-concepire l'idea di “produzione tipica” secondo un'ottica di inclusione, di democrazia, di apertura, di interdisciplinarietà e secondo nuovi modi di “vedere” le tradizioni, le tecnologie, i processi, le culture e i territori. Queste nuove competenze, le strategie di disseminazione ed evoluzione di capacità di apprendimento e abilità pratiche “aggiornate” risultano essere oggi risorse sociali fondamentali<sup>21</sup>.

▪ *Il valore del racconto dei “design africani”*

Le percezioni del design africano rimandano ad una prospettiva romantica di un continente selvaggio, incontaminato, velato di mistero e meraviglia. Le immagini di feticci e di maschere in legno, di stampe *animalier*, di simboli tri-

bali, di un certo stile “safari chic”, di decorazioni in ebano e avorio e dei colori caldi della terra sono in tal senso acquisiti come caratteri identificativi di un codice estetico falsamente identitario di un intero continente, vastissimo e ricco di culture, storie, etnie, comunità, contrasti, territori e tradizioni. Secondo la designer Matsinde, «la produzione creativa africana risulta essere molto diversificata, frutto di una consistente stratificazione di culture e tradizioni, eredità coloniali, migrazioni dalle aree rurali alle città o verso nuovi paesi. Essa quindi non può essere ridotta ad una singola estetica»<sup>22</sup>. Le riflessioni di Matsinde nascono da osservazioni ben più profonde, che arrivano alla cultura del progetto solo in seconda battuta, e radicate in immaginari e stereotipi fuorvianti. Nel 2009 la scrittrice nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie, intervenuta al ciclo di seminari *TEDGlobal*, ha introdotto per la prima volta su un palcoscenico internazionale il tema del «pericolo di una storia unica»<sup>23</sup>. Accettare l’appiattimento di una “storia unica” secondo un unico punto di vista predominante, secondo Adichie, porta alla creazione di stereotipi negativi non perché necessariamente falsi, ma perché incompleti e incapaci di rappresentare le complessità, le commistioni tra caratteri positivi e negativi, i dialoghi tra culture, tempi e luoghi. Nel 2015 Matsinde, nel testo su menzionato, trasferisce dalla letteratura alla cultura oggettuale il tema del “pericolo della storia unica” di Adichie e documenta un “risveglio creativo” in atto nelle arti visive, nella musica, nella moda, nel design di prodotto ed arredo africani; un risveglio identitario e orgoglioso che definisce estetiche e caratteri di diversità tra le varie nazioni e le varie tradizioni manifatturiere africane, e capaci di interpretare i bisogni e di collocarsi in mercati sia continentali che globali.

#### ▪ *Conclusioni e prospettive di ricerca*

Rispettare e documentare questa ricchezza di identità, tradizioni estetiche e morfologiche richiede lo studio teorico-critico di un fenomeno ancora in atto, ampio, differenziato e dinamico. L’obiettivo di questo scritto è, pertanto, quello di contribuire alla nascente letteratura citata che rifugge anche solo tassonomicamente – “design africani” e non “design africano” – il racconto unificato e banalizzato delle discipline creative africane e riconosce la ricchezza delle contaminazioni e ibridazioni tipiche di iniziative imprenditoriali esogene ed endogene e dell’attività dei “*Bicultural Designer*”. L’«epoca d’oro del design contemporaneo africano»<sup>24</sup> – come la definisce Matsinde – necessita di rendere internazionale la reputazione e la conoscenza della qualità di esperienze progettuali locali nuove sul palcoscenico globale e diverse tra loro.

Alla base della tassonomia e dei tentativi di categorizzazione proposti in questo scritto c’è un fenomeno che richiede di essere fotografato, studiato criticamente e sistematizzato, e una necessaria apertura alla ricerca, alla formulazione di ipotesi e all’applicazione di strumenti di indagine ibridati in fase di

definizione. Il racconto di questa ricchezza, come sottolinea la designer Mugendi M'Rithaa in occasione della sua presentazione a *Meet the Media Guru - Future Ways of Living*, necessita di una sinergia tra il coraggio di designer e creativi africani di testimoniare le tipicità di territori e tradizioni, e la volontà di rifuggire «la visione stereotipata che il mondo ha dell'Africa»<sup>25</sup>. Il contributo, dunque, apre a scenari di indiscusso fascino ma ancora poco esplorati e inizia a tracciare le coordinate di un fenomeno che non è solo retaggio di un passato selvaggio e misterioso, fatto di maschere in legno, idoli e simboli tribali, ma che è dinamico, *technology-oriented*, che sta accadendo e che dovrà accadere. Si propone, dunque, una ricerca sulle culture del progetto africane, a partire dall'arredamento, sul quale l'articolo si sofferma maggiormente, fino ad approdare al fashion e al design della comunicazione. L'Africa, come detto in apertura, ha molto di più da offrire delle forme artigianali rudimentali, tradizionali o etniche, e questa ricchezza va raccontata adeguatamente, per stimolare riflessioni sul valore estetico, ma anche etico e sostenibile del suo potenziale creativo. Nella stessa intervista M'Rithaa cita un proverbio nigeriano che recita: “finché i leoni non avranno i loro scrittori, i racconti di caccia continueranno a glorificare il cacciatore”.

#### ▪ NOTE

<sup>1</sup> MATSINDE 2015, p. 7.

<sup>2</sup> LA CECLA 1996, p. 109.

<sup>3</sup> MAFFESOLI 2009, p. 87.

<sup>4</sup> BAUMAN 2005.

<sup>5</sup> Cfr. ROBERTSON 1992; APPADURAI 1996; SWYNGEDOUW 1997; BAUMAN 2005.

<sup>6</sup> ENWEZOR 2005, p. 23.

<sup>7</sup> LÉVI-STRAUSS 2015, p. 33.

<sup>8</sup> Cfr. PATELLA 2005, p. 12.

<sup>9</sup> Cfr. CHAMBERS, CURTI 1995.

<sup>10</sup> Cfr. DELLA MURA 2017.

<sup>11</sup> Nel documento del 2008 di Federlegno “Italian Style” si dichiara come asse strategico proprio l’inclusività di “nuove culture del design” per essere più attrattivi sui mercati emergenti.

<sup>12</sup> ENWEZOR 2005, p. 23.

<sup>13</sup> PINCINI 2020.

<sup>14</sup> PATELLA 2005, p. 136.

<sup>15</sup> SONAIKE 2018.

<sup>16</sup> HADITHI AFRICA 2018.

<sup>17</sup> <<https://www.mabeofurniture.com/about/>>.

<sup>18</sup> DUMALL, 2018, p. 59.

<sup>19</sup> BINLOT 2018.

<sup>20</sup> ENWEZOR 2005, pp. 21-22.

<sup>21</sup> CARUSO, MARTINO, MASELLI 2020.

<sup>22</sup> MATSINDE 2015, p. 7.

<sup>23</sup> Intero intervento disponibile al seguente link: <[https://www.ted.com/talks/chimamanda\\_ngozi\\_adichie\\_the\\_danger\\_of\\_a\\_single\\_story/transcript?language=it](https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript?language=it)>.

<sup>24</sup> MATSINDE 2015, p. 10.

<sup>25</sup> KORZHENEVICH 2016.

▪ BIBLIOGRAFIA

ADICHIE 2009

Adichie C., *I pericoli di una storia unica*, in «TEDGlobal 2009». <[https://www.ted.com/talks/chimamanda\\_ngozi\\_adichie\\_the\\_danger\\_of\\_a\\_single\\_story/transcript?language=it](https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript?language=it)> [28/05/2020]

APPADURAI 1996

Appadurai A., *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis 1996

BAUMAN 2005

Bauman Z., *Globalizzazione e Glocalizzazione*, Roma 2005 [Trad. di Edmondo Coccia]

BINLOT 2018

Binlot A., *Stephen Burks: Man Made*, in «TLmag Magazine», 2018. <<https://www.architectonic.com/en/story/tlmag-stephen-burks-man-made/7001976>> [15/06/2020]

CARUSO, MARTINO, MASELLI 2020

Caruso I., Martino C., Maselli., *Incoming/Outgoing. Flussi trans e multiculturali nel design contemporaneo*, in «Op.Cit. Rivista quadrimestrale di selezione della critica d'arte contemporanea», 167, 2020, pp. 61-75

CHAMBERS, CURTI 1995

Chambers I., Curti L., *The Postcolonial Question: Common Skies, Divided Horizons*, Londra 1996

DALLA MURA 2017

Dalla Mura M., *Victor Margolin, "world history of design", recensione*, in «AisDesign: Storia e Ricerche», 10, 2017. <[http://www.aisdesign.org/aisd/margolin\\_world-history-design-review](http://www.aisdesign.org/aisd/margolin_world-history-design-review)> [27/05/2020]

DUNMALL 2018

Dunmall G., *Society on stage. Part of an underrepresented group of designer, Londoner Yinka Ilori playfully challenges pressing social issue*, in «Frame 120», gen-feb. 2018. <<https://www.frameweb.com/london-design-festival-2017>> [15/06/2020]

ENWEZOR 2005

Enwezor O., *A Reinvented Vocabulary: Decoding the many dimensions of Africa Design*, in Kries M., Klein A. (a cura di), *Making Africa. A continent of Contemporary Design*, catalogo della mostra (Vitra Design Museum di Weil am Rhein, 14 mar.-13 sett. 2015; Guggenheim Museum Bilbao, 30 ott. 2015-21 febb. 2016; Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, 22 mar.-31 lug 2016), Weil am Rhein 2015, pp. 20-25

HADITHI AFRICA 2018

N.D., *Siyanda Mbele on the preservation of Africa and her art*, in «Hadithi Africa», 2018. <<https://hadithi.africa/2018/12/12/siyanda-mbele-on-the-preservation-of-africa-and-her-art/>> [15/06/2020]

KORZHENEVICH 2016

Korzhenovich, E., *African design Interview with Mugendi K. M'Rithaa*, in «Doppiozero», 2016. <<https://www.doppiozero.com/materiali/why-africa/african-design>> [27/05/2020]

LA CECLA 1996

La Cecla F., *Progetto creolo - Memory Containers*, in Pasini B. (a cura di), *L'oggetto dell'equilibrio; The balanced object. Centro Studi Alessi 1990 - 1996*, Milano 1996, p.109

LÉVI-STRAUSS 2011

Lévi-Strauss C., *L'altra faccia della luna. Scritti sul Giappone*, Milano 2015 [Edizione originale: *L'Autre Face de la luna. Écrits sur le Japon*]

MAFFESOLI 2009

Maffesoli M., *Icone d'Oggi*, Palermo 2009 [Edizione originale: *Iconologies : Nos idolâtries postmodernes*]

MARTINO 2015

Martino C., *Design: scenari morfologici della Contemporaneità*, in «Op.Cit., selezione della critica contemporanea», 154, 2015, pp. 35-50

MATSINDE 2015

Matsinde T., *Contemporary Design Africa*, New York 2015

PATELLA 2005

Patella G., *Estetica culturale. Oltre il multiculturalismo*, Roma 2005

PINCINI 2020

Pincini A., *Trame d'Africa firmate Moroso*, in «Icon Design», 2020. <<https://icondesign.it/storytelling/moroso-dakar-m-afrique/>> [27/05/2020]

ROBERTSON 1992

Robertson R., *Globalization: Social Theory and Global Culture*, Londra 1992

SONAIKE 2018

Sonaïke E., *African Furniture Design by Siyanda Mbele*, in «Evasonaïkeblog», 2018. <<https://www.evasonaïke.com/blogs/evasonaïkeblog/african-furniture-designer>> [15/06/2020]

SWYNGEDOUW 1997

Swyngedouw, E., *Neither Global nor Local: "Glocalization" and the Politics of Scale*, in Cox K. R. (a cura di), *Spaces of Globalization*, New York 1997, pp. 137-166

WILLIAMS 1971

Williams G., *African Designs from Traditional Sources - Dover Pictorial and Archive Series*, Dover 1971