

IL LINGUAGGIO DELLA FINITURA

La finitura delle superfici da tecnologia di lavorazione manifatturiera è diventata un linguaggio di comunicazione commerciale.

“Viviamo in modo veloce, con un ritmo veloce: ritmo incalzante, rapido, deciso antisentimentale. viviamo nell’epoca del poco sonno, del poco riposo, del poco risparmio, viviamo in modo verticale, tesi e sospesi...La velocità è la religione del nostro tempo, occorre decisione e rapidità: cioè intuizione...”

Citando Marinetti, il presidente di Federfinitura Giovanni P.A. Bonfiglio, ha voluto sottolineare la nuova funzione del processo di finitura, affermando tra l'altro: "...se esaminiamo questi versi al di fuori della retorica futurista, possiamo cogliere un messaggio di straordinaria attualità. Infatti, per comprendere il nostro quotidiano, dando un senso moderno al nostro lavoro, dobbiamo registrare che la finitura di qualsiasi oggetto oggi è, prima di tutto, un codice di comunicazione e di auto presentazione. Per altro, adatto ad un mondo che vive veloce, che deve decidere in fretta; controllato da un sistema economico che non si ferma mai, che lavora a Tokio quando dorme a Roma. Un mondo che deve comunicare con messaggi sempre più brevi, meglio se riesce a farlo senza parlare: cioè con un'intuizione, ovvero un'emozione...con messaggi ridotti all'essenzialità di un ideogramma, oppure con la forma di un oggetto...con la sua finitura, con le sensazioni che questo riesce a trasmetterci....”.

Nella suggestiva cornice di Corte Gradella (Cr) dove Federfinitura ha tenuto il suo meeting di fine anno, si è discusso del rapporto tra la finitura e la comunicazione e di quanto la finitura stessa sia linguaggio di comunicazione. A tal proposito, continua Bonfiglio: “...nel mondo moderno, dove tutto si muove in fretta, è necessario trovare linguaggi universali in grado di trasmettere dei messaggi emozionali; una cosa molto simile a quello che avviene con la musica...” . Il presidente di Federfinitura ha certamente colto una delle necessità primarie della moderna industria manifatturiera che deve farsi capire in fretta. Per necessità o per emulazione, anche i tempi decisionali dei suoi interlocutori, con l'avvento dei computer, si sono ridotti. Tutto viene deciso in breve tempo: gli investimenti importanti come gli acquisti quotidiani.

Conclude Bonfiglio”...l'uomo moderno vive consumando emozioni con la stessa velocità con cui tenta di reintegrarle, tentativo che viene fatto anche attraverso l'acquisto emozionale di nuovi oggetti. Pertanto, in un mercato globalizzato, ricco e nevrotico, la forma e la finitura assumono un'importanza strategica per il successo commerciale di qualsiasi prodotto..”.

In assoluta continuità di pensiero con il suo presidente, Federfinitura, che vuole rapportarsi con tutta l'industria manifatturiera, sosterrà questa nuova visione culturale del proprio settore; nell'occasione ha dato mandato al consiglio direttivo e all'ufficio stampa di raccordarsi con il mondo dei media, della progettazione e del design. La serata si è poi conclusa con un elegante ricevimento e con i saluti dell'assessore alla cultura della provincia di Bergamo, dott.ssa Tecla Rondi, percepiti da tutti come una gradita conferma di questo nuovo rapporto tra: finitura, cultura e comunicazione di massa.

Federfinitura - Ufficio stampa
info@federfinitura.org