LED. Il festival della luce che è una fiera di paese

Inviato da Romano Baratta

Ho girato Milano per vedere le installazioni di luce del festival Light Exhibition Design. In generale la città non sembra addobbata differentemente se non in pochi luoghi. Ad una vista generale non sembra che ci sia un festival (degno di tale nome). Naturalmente non mi sono limitato ad una visita superficiale ma ho voluto constatare meglio gli interventi e la loro fattezza.
Cosa dire! Tutti si sarebbero aspettati un miglioramento nell'edizione di questo anno (solitamente si cerca di migliorare). Ci si aspettava più design, più installazioni di luce interessanti e invece la qualità, bassa già l'anno scorso, è ulteriormente diminuita. E dire che viene presentato come un Festival Internazionale della Luce. Qui di internazionale non c'è proprio nulla, anzi, sembra di essere piombati in una fiera di paese dove l'interesse non è per le esposizioni ma per i marchi reclamizzati.Degna delle parole "design" e "light" c'è solo qualche installazione...veramente poche! Sempre Interessanti (già presenti l'anno scorso) l'intervento di Patricia Urquiola nella cupola centrale della Galleria Vittorio Emanuele, Moods & Varations di Gilbert Moity in piazza Diaz e qualche altra.Parlo di fiera di paese perché come potete vedere nelle fotografie pubblicate molte installazioni del festival sono dei veri e propri totem o stand fieristici delle aziende sponsor. Da Piazza San Babila alla Galleria Vittorio Emanuele ci si imbatte in una serie di obbrobri di luce. In Piazza San Babila, nella fontana, c'è un mostro luminoso! Non ho ancora capito di chi sia l'intervento, dato che sul sito sono indicati due nomi, Nomada Michel Touiton e Fouilhe Francois invece sul totem vicino all'installazione c'è il nome di Denis Santachiara. Resta il fatto che è veramente orrendo. Dal punto di vista del design è l'anti-design per eccellenza; dal punto di vista light, non è assolutamente un intervento di luce ma sembra un grande soprammobile natalizio cinese (quelli cinesi sono più graziosi). La qualità della luce emessa è pessima e altrettanto lo è la sua realizzazione tecnica. Come non notare i particolari tecnici non curati: fascettine di plastica non tagliate, alimentatori visibili, stecche di sostegno che sembrano assemblate per fare un falò dell'Immacolata e connessioni elettriche a portata di tutti, bambini compresi.A due passi c'è lo stand Darty o meglio l'ingresso allo stand Darty. Uno degli 'imbocchi della metropolitana di San Babila è stato trasformato per rendere omaggio a questo grande distributore di elettrodomestici. Dobbiamo sapere che sotto la metropolitana c'è il negozio Darty. Ragioniamoci un po': c'è il negozio ma la gente che passeggia in piazza potrebbe non saperlo. Cosa pensano i furbetti di Darty? Di sfruttare l'incompetenza dell'assessorato milanese ad organizzare un evento internazionale della luce per rendere visibile all'esterno il loro negozio sfruttando un evento culturale (che in teoria dovrebbe essere culturale). Quindi realizzano un albero di Natale luminoso e addobbano tutto l'ingresso della metropolitana con il loro marchio, a tal punto da sostituire la classica scritta "San Babila" all'inizio della discesa con il loro marchio. Hanno trasformato un ingresso pubblico alla metropolitana e ripeto pubblico in un ingresso commerciale privato.Proseguendo su corso Vittorio Emanuele, a 20 metri, troviamo altri due stand commerciali. Il primo di H&M con degli orrendi manichini luminosi e un portale sempre luminoso che invita ad entrare nel loro punto vendita, il secondo de La Gazzetta dello Sport con tanto di stand-store in piazza San Carlo. Altri due esempi dove la partecipazione al festival è solo una scusa commerciale, difatti i loro interventi luminosi sono cose improponibili e ridicole.Continuando sul corso troviamo altri esempi commerciali, soprattutto nelle vetrine di alcuni noti negozi.Arrivando alla Galleria Vittorio Emanuele ci imbattiamo in due esempi pubblicitari spudorati: il primo è l'insignifiacante sospensione di cuoricini sanvalentiniani tempestati di Swarovski; il secondo lo stand della UBI Banca sempre con un cuore ma luminoso. E dire che sullo stand della UBI c'è scritto "Milano si illumina di design tra sostenibilità ambientale, risparmio energetico, creatività, innovazione." Ma dove? Design? Sostenibilità ambientale? Risparmio energetico? Creatività? Innovazione? Ma ci prendono in giro o sono malati! Se volevano il risparmio energetico era meglio non accenderle proprio quelle schifezze! L'elenco di pseudo-luce & commercio è ben più nutrito ma mi fermo qui per non abusare del vostro tempo.Questi interventi aziendali non sono altro che gli addobbi che da 30 anni e più i negozianti fanno in tutte le città con la differenza che nei paesini rimangono addobbi e basta mentre a Milano diventano opere di Design con la quale fare un festival della luce. Miracolo! Miracolo! L'assessorato milanese riesce a tramutare dei semplici addobbi natalizi in "elevato light design, innovativo e creativo". Sono ignoranti loro o siamo fessi noi?Ma poi Milano non è la capitale del Design? A vedere ciò ne dubito!