

Spettacoli

Cultura

Un particolare della villa in Mercurina dell'architetto Giancarlo Piretti. In basso, un ventaglio decorato da Alma Fidora (1924) e una collezione di vetri di Murano

E il design si ribella alla Moda

Il solito spettro inquietante continua ad aggirarsi per il mondo. Non è giovane, non è una rivelazione. Cambia aspetto, inafferrabile, una volta reo di apparizioni clamorose, un'altra di insinuazioni impercettibili. «Mostra» — scriveva George Simmel, fin dal 1905 — la sua completa noncuranza verso le norme oggettive della vita. È la Moda, che ci costringe a calzare scarpe parabolici che hanno calpestato selciati, asfalti, sabbie e terre cotte e incolte da mezzo secolo, come una impareggiabile novità, un guanto elegante per i nostri piedi nonostante la foggia carroarmato. Oppure ci induce ad indossare giacche di un improbabile verde pisello, gonnate o imbottite, come se la jungla d'asfalto fosse un'ondeggiante tonda marina yachting.

Ancora Simmel, con buona preveggenza, accusava impietosamente: «Favolta in quanto di moda cose talmente brutte e ripugnanti che la Moda sembra voler dimostrare il suo potere facendoci indossare quanto vi è di più detestabile». Utile, bello, pratico, comodo sembrano categorie lontane degli interessi della Moda, che vive in una sorta di astrattezza, di «estraneità del reale», in una gerarchia di valori lontani dalla quotidianità per affermare principi di volubilità e, attraverso questi, di distinzione. Solo che la distinzione, di questi tempi, come neppure Simmel forse poteva prevedere, è andata a farsi friggere.

Chi meno si «distingue» di chi vive in balla della Moda? Nata per élite sociali e anzi proprio per attribuire divise di eccezionalità alle classi più agiate, è diventata, in epoca di produzioni di massa e di pubblicità di massa, bersaglio di tutti. Anzi lo strumento culturale per metter tutti sullo stesso piano, un lasciapassare universale alla moda del «buon gusto». Che poi buon gusto non è detto sempre sia. Ma la regola dell'omologazione trionfa. Vivendo e imitando, che male ti fo, cantano gli indossatori di paroli e di henry lloyd. Ci vuole il resto Mary Quant per imporre la minigonna. Uno stimolo indiretto ad una cultura dell'emancipazione femminile e alla fuoriuscita dal bigottismo nazionalpopolare. Gli sviluppi non sono stati tali poi da procurarci una liberazione definitiva.

Uno storico del design, Giuliano Chigiotti, nella introduzione al «Repertorio 1950/1980 - Immagini e contributi per una storia dell'arredo italiano» di Giuliana Gramigna, edito da Mondadori, ipotizza tuttavia che da quella minigonna sia arrivato un piccolo contributo al successo referendario del divorzio, correggerlo insomma (o forse solo opportunamente aggiornando) le ipotesi pessimistiche di Simmel, valorizzando l'idea postbellica e ricostruttiva di un designer trasformatore e benefattore. Quando, ad esempio, Ernesto Nathan Rogers sintetizzava «dal cucchiaino alla città», indicando l'impareggiabile campo di progettazione di un designer ambizioso e politicizzato. Cioè disegniamo tutto, proprio tutto, inseguendo una dignitosa qualità urbana, secondo i paradigmi storici dell'industrial design (che si sono poi rivelati da quel lontano dopoguerra, molto più della Moda, oscillanti, volubili, contrastanti, contraddittori, imperscrutabili).

Renato De Fusco nella sua «Storia del design» (edito da Laterza) ne ipotizza quattro: progetto, produzione, vendita, rispetto delle funzioni, adattamento alle tecnologie costruttive, produzioni di serie, marketing, successo (cioè adesione del pubblico per affinità di gusto, per convenienza, per questioni di prestigio) sarebbero le ragioni che individuano il buon «D», affrancato così da ogni mitologia, da ogni utopismo, come pure da ogni ipertrofia estetica o in-

telleltualistica e di considerarlo come una attività prevalentemente pratica, realistica, legata alla forza delle cose; tutto il contrario della Moda effigiata da Simmel, tutto dentro invece alla logica che mosse i primi imprenditori della rivoluzione industriale, quando l'invenzione e la macchina aprirono la strada al grande numero e alla produzione di serie. Forme solide, di un buon gusto (stretto parente del buon senso) di lunga durata, di facile riproducibilità.

Citando l'esperienza di un ceramista della seconda metà del Settecento, in «English Pottery», nel 1924, Herbert Read e Bernard Rackham riassumono quell'epoca di innovazioni: «Josiah Wedgwood fu il primo vasaio a ideare delle forme del tutto adatte al loro scopo e che fossero al tempo stesso capaci di venir riprodotte con assoluta precisione in quantità illimitate, si da poter essere distribuiti su quella vasta scala richiesta dall'estensione del mercato che egli stesso aveva così ampiamente incrementata. Le forme erano, di solito, estremamente pratiche e parecchie di esse sono rimaste come forme standardizzate sino ai nostri giorni. In ogni particolare della loro struttura si nota efficienza ed economia di mezzi».

Nell'organizzazione del lavoro nella sua azienda, Wedgwood si rese promotore di un'altra innovazione: la netta divisione per specializzazioni del processo produttivo. Fornitori, fornitori, plastatori, addetti alle forniture sostituirono la tradizionale figura dell'operaio ceramista. Wedgwood scoprì che in questo modo era possibile accorciare i tempi. E quindi tagliare i costi, aumentare la produzione. Il resto lo fecero la bontà del disegno e un mercato, che, in migliori condizioni economiche, conosceva una fase d'espansione.

Wedgwood ebbe così la meglio anche sulla Moda, anzi le sue ceramiche divennero Moda, tanto da lasciar scrivere agli studiosi che il vero arbitro del gusto non era più il designer o il fabbricante, ma un uomo d'affari che seppe indovinare le oscillazioni del gusto e, al momento opportuno, proporre le novità.

Facciamo l'età vittoriana, passata l'esposizione universale del Crystal Palace, che tra statuaria e pezzi unici non ebbe timore a mostrare belle macchine utensili, passati i tempi. E quindi tagliare i costi, aumentare la produzione. Il resto lo fecero la bontà del disegno e un mercato, che, in migliori condizioni economiche, conosceva una fase d'espansione.

sa l'ambizione di una piccola e avveniristica utopia realizzata: ottimo disegno e grande serietà dei prodotti per un consumatore che il può personalizzare con l'uso. E Marco Fantoni (Tecno, mobili per ufficio), se teorizza «la componente poetica del design italiano come surplus essenziale per il mercato europeo», torna poi ad una definizione rigorosamente storica: buon disegno, grande serie, consumo.

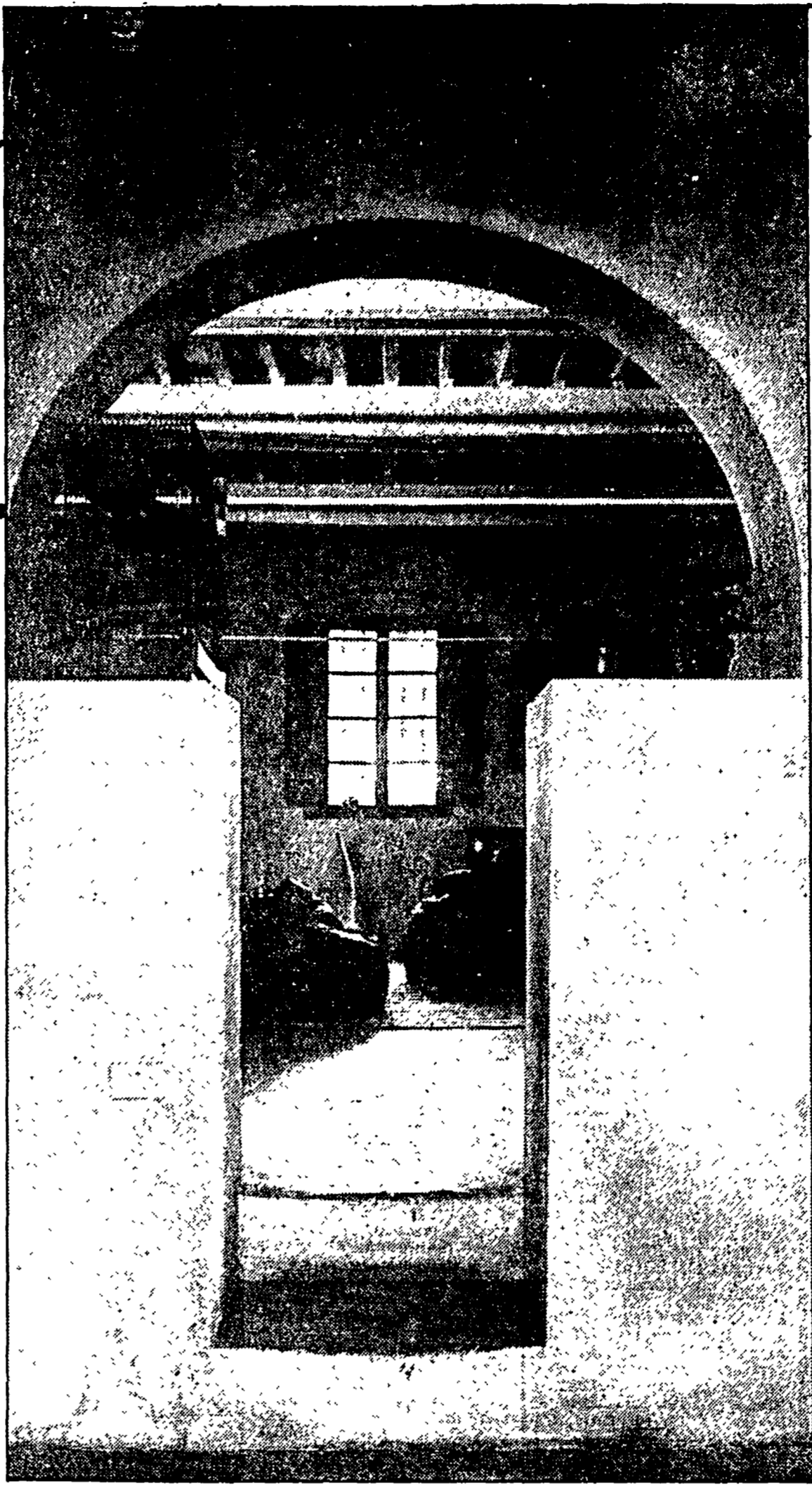
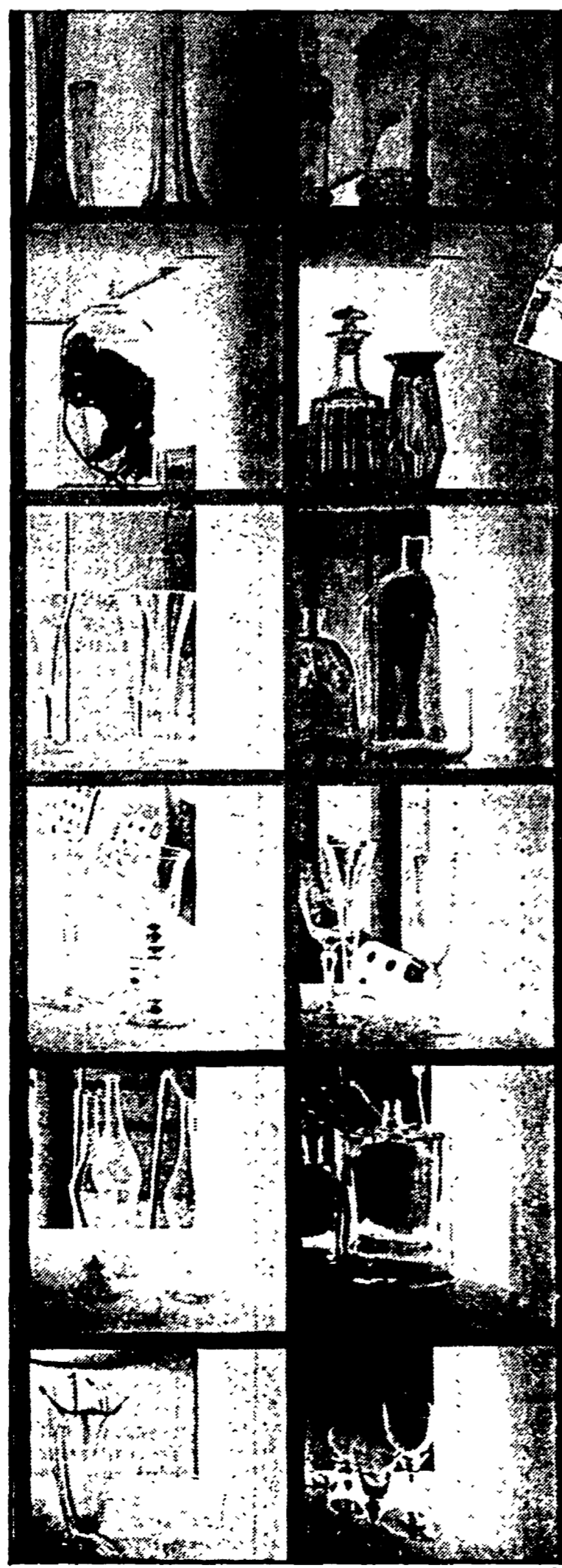
Sono pareri illuminanti di una sorta di educata ribellione alla crisi dei nostri giorni, quando tutti sembrano piegarsi alla legge «tanto più nuovo, più insolito, più inedito sarà l'oggetto posto sul mercato, tanto più facile, più intensa sarà la richiesta», una legge che ha alimentato operazioni di maquillage, di remake, di restyling che invadono senza idee il mercato. La componente estetica prevale allora in quegli oggetti o in quelle macchine dove la «forma» potrebbe persino sparire (pensiamo ai calcolatori, ai computer, realizzati su minime e insignificanti — dal punto di vista formale — lamine di silicio). Il padrone è l'uomo d'affari: lui a dettare lo styling e ad imporre il gusto, superando, per varietà di tecnologie e materiali, i limiti del processo

produttivo, quasi prescindendone. De Fusco propone una storia anche per sviluppare un'attitudine a comprendere la storicità del presente, la forza delle cose, i dati di fatto. Andrea Branzi, direttore di *Modo*, una rivista leader nel dibattito sul design in Europa, guarda nella storia e nel presente di una «società in fase di riflessione», riscopre nel rapporto arte-industria-design come è stato vissuto in alcuni casi (Olivetti, realtà industriale negli anni Cinquanta-Sessanta) una «risposta laico-riformista ad uno Stato che non ha mai fatto riforme» e indica un progetto, che assomiglia tanto a quello di Rogers: «realizzare una nuova comodità urbana». Insomma, sostiene Branzi, non è soltanto un luccicare di vetrine per indiziare il mercato. E non è neppure educazione al «buon gusto» e basta. Sotto sotto, c'è una possibilità di prender partito, muovere alla riconquista di una metaforica città, che magari non sopporta rivoluzione ma integrazioni e modificazioni sulla città brutalizzata dalla Moda, regina delle illusioni.

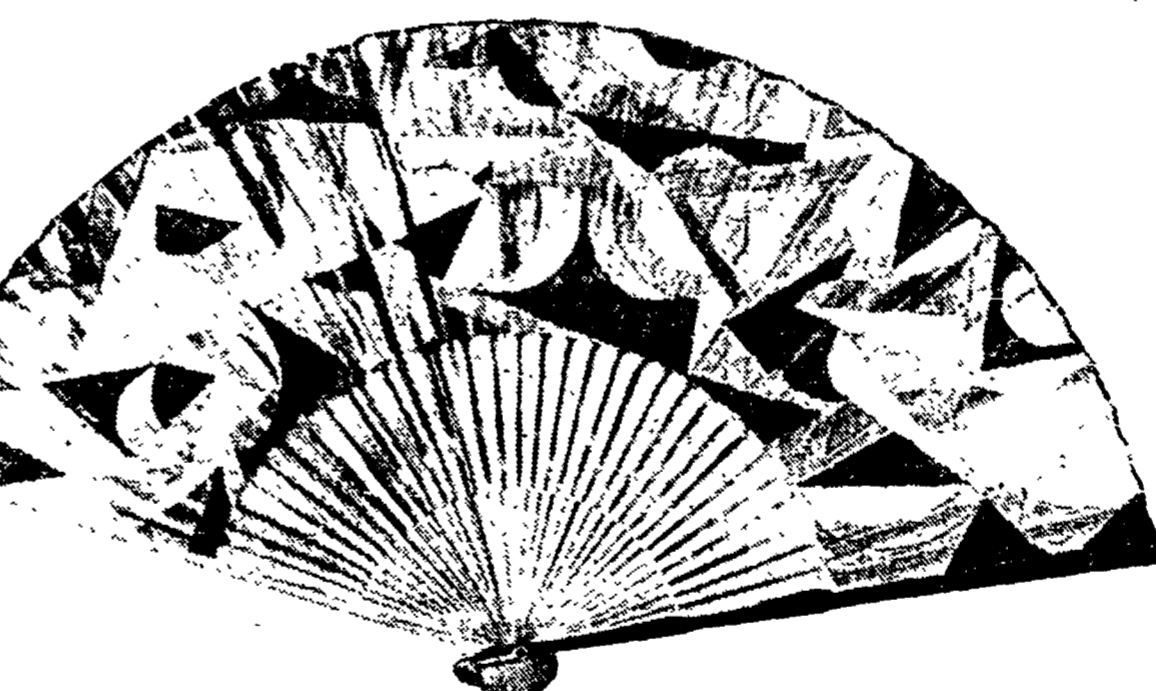
Oreste Pivetta

Dalla rivoluzione dei Balla e Depero che, nel primo Novecento, si dedicarono agli «oggetti d'uso», al boom di disegno industriale e arredo d'autore: così l'arte ci è entrata in casa

Interno italiano



Interno italiano



Sognando una casa di carta patinata

Case, case belle, anzi stupende. Ville sulla spiaggia a due passi da Los Angeles, immonde «riadattate» delle ville palladiane, chiese sconosciute nel centro di Londra e trasformate in appartamenti «creativi», loft di Manhattan, palazzine secentesche di Brera, case razionaliste del trenta. Grandi nomi dell'architettura, firme illustri dello styling, personaggi della mondanità. Se volete far una scorpacciata di tutto ciò non avete che da sborsare 65mila lire e comprare *L'arte di abitare* di Isa Vercelloni, che sarebbe come dire il meglio di Casa Vogue in formato stremata natalizia. Il problema è solo cosa fare di un libro così. Insomma, a chi serve? A chi è diretto? E chi ne saranno gli acquirenti? Cominciamo allora in negativo. Non è un libro d'architettura. Non ne ha l'impianto scientifico, non parla di progetti, non mostra disegni ma solo foto, e troppo poche di ogni singola casa per capire davvero di che cosa si sta parlando. Non è un libro d'arredamento, le indicazioni sui mobili, sugli stili sono troppo scarse, appena accennate: inutili per i non addetti ai lavori e fin troppo frequentate per gli addetti. Non è, neppure accidentalmente, un libro di «storia del gusto»: tutto al suo interno è sapientemente mescolato senza giudizi di valore. Dallo splendido e scarno teatrino domestico progettato da Aldo Rossi all'appartamento parigino del fotografo alla moda, che ha piazzato una vecchia Cadillac azzurra anni cinquanta in camera da letto. Tutto è uguale.

Forse allora «L'arte di abitare» si può provare a leggerlo al contrario, partendo dai suoi acquirenti potenziali che in questo caso sono facilmente identificabili: parliamo del «pubblico» (non di massa ma neppure d'élite) che ha permesso in Italia il fiorire di riviste come Casa Vogue o come «Ad» e che è riuscito persino a mutare l'orientamento di altri giornali, nati per i lettori popolari del bricolage e del fai da te, oggi approdati al rango di mensili «d'intorni». Decline di migliaia (centinaia di migliaia?) di persone e famiglie dei ceti medi o medio alti. Non i ricchissimi, che con questo mondo hanno un rapporto più diretto attraverso gli architetti e gli arredatori, le gallerie d'arte e gli antiquari. Sono i protagonisti del «consumo medio» di design e arredamento, gli acquirenti del letto, della sedia, del lume «firmati».

VASI, ARAZZI, vestiti, appendiabiti, cuscini, statuette, trine, bicchieri, tavoli, sedie, paralumi, servizi da the, poltrone: arredo, decorazione, suppellettili. Insomma gli oggetti della casa. Quegli spiritelli che la animano, che portano appiccicato addosso un minuscolo pezzetto del padroni di casa. E adesso portano anche l'idea del loro creatore, l'architetto designer. Così ci sediamo sulla poltrona di Gae Aulenti, mangiamo sulla tavola di Zanuso: figli, tutti, del primo architetto designer, Gio Ponti. Ma fra il 1900 e il 1930? Allora il marchio a questi oggetti, pensati spesso per uso personale, cioè per la propria casa, glielo davano artisti puri come Balla, Depero, Cambellotti. Allora, in quei trent'anni, fu tutto un avvinghiarsi stretto fra arte e vita. «L'arte deve essere introdotta interamente nella vita, nelle nostre abitudini, nei nostri bisogni» era scritto su «L'Italia Futurista» nel 1918 e nel Manifesto di Sant'Elia del 1914: «Ogni generazione dovrà fabbricarsi la sua città».

Produzione artistica di oggetti: arti decorative o arti applicate. La convinzione, anche se non dichiarata, era che queste arti fossero vicine a quelle maggiori. In seguito il declinamento. Ecco le cugine povere, imminuscolite dall'attributo: arti minori. Alle cugine povere, scoprendone in realtà la ricchezza, hanno dedicato un libro. «Le arti minori d'autore in Italia dal 1900 al 1930» (Edizioni Laterza), Irene de Guttry, Maria Paola Malno e Mario Quesada.

Dal 1900 al 1930. Ci si ferma il perché gli artefatti del gusto, capaci di modificare le tendenze e creare le mode sono, fino ad allora, gli artisti. L'industria ancora traballante, la realtà economico sociale che non detta esplicitamente le sue leggi, non hanno ancora scoperto gli architetti designer. Il saggio di Quesada spiega questo percorso di una cultura che, da mostruosamente eclettica e inzeppata, imitativa e ripetitiva, comincia a scegliere. E sceglie con la sicurezza che l'arte sta diventando sempre più importante nella vita sociale. Così invoca un «socialismo della bellezza»; decide di far largo al modernismo; vuole che il nuovo spalanchi le finestre. Il futurismo scardinerà le porte buttandole giù a spallate. Non è solo un «saper far bene», servono, in quegli anni, sia i creatori che gli artigiani. Zecchin e Chini si contano, i contempo, ideatori e artigiani. L'inutile e il necessario si muovono appaiati.

NEL REPERTORIO delle due autrici, attraverso le immagini e le parole, compaiono ideologie e innovazioni, che hanno accompagnato un'epoca. Eppure avevano un grosso problema da risolvere: come e dove reperire il materiale? Quando era possibile, hanno proceduto andando a scovare gli eredi degli artisti. Le figlie di Balla, di Casella, di Cellini, di Casorati, di Chessa. Materiale e notizie estratti da questo magazzino affettivo. In altri casi, per il romano Botazzi, il genovese De Albertis, i veragelli dell'area ligure, la figura affiora d'improvviso, materializzata dalla documentazione. Di Sironi, di Savinio; si scova il cuscino, il mobile. Sono piccoli flirt con l'arte applicata. Casorati la considera una pausa in un momento di crisi.

Questa produzione corre lungo due sentieri ideologici: socialismo e modernismo. Nel primo caso influisce William Morris che, con Crane, Mac Murdo e Voyse avevano fondato le Arts and Crafts alla fine dell'Ottocento, e influisce la Secessione viennese. Rinnoviamo l'ambiente; costruiamo un contesto più umano. Lo slogan è già sulla qualità della vita. Nel modernismo, invece, c'è il rifiuto della corruzione portata dall'industria. Si recupera l'arte applicata in quanto forma d'arte: un manufatto che possiede le qualità estetiche adeguate.

Naturalmente la produzione è spesso ancora artigianale. Furonosi i centri artificiali: l'Aemilia Ars bolognese, la «Casa d'Arte Italiana» a Roma. I cenacoli, le società «In Arte Liberata», i laboratori. Ora è evidente che le materie di Chini, i lampadari di Marussig sono pezzi unici. E di questi pezzi molti scompaiono, altri entrano nelle collezioni private. Le cose che amiamo, ha ragione Savinio, cerchiamo di farle nostre. Invece l'Italia questi oggetti non li ama affatto. Folleggiando tra recuperi, rilanci, riletture di artisti stranieri o che sarebbe meglio lasciare ignoti, mal che abbia sentito il bisogno — non diciamo di un Victoria Albert Museum, perché sarebbe troppo pretendere — ma almeno di un luogo per conservare e preservare questo patrimonio culturale. Succede che gli oggetti se ne fuggano all'estero. Oppure deperiscano, consumati dall'uso. Siccome non hanno un mercato, sul servizio di piatti uno ci mangia sopra finché non si rompe. Magari lo butta via preferendo quel caro Richard Girori che imita i disegni antichi. Con soddisfazione generale.

Il critico poi borbotta: sono oggetti di pessimo gusto. Vecchio clarpame. Che vadano al diavolo o in pezzi non importa.

Un bellissimo vaso non sarà mal amato come un bellissimo quadro. Questo è quello per me pari non sono. Morris, certo, tentò di rivalutare il vaso con una appassionata battaglia, ma l'esito non fu vittorioso. Adesso è questione di mercato: il vaso si muove con minore agilità fra mercanti e collezionisti. Inoltre si rompe più facilmente. Ecco una delle ragioni della retrocessione da arti applicate a arti minori.

Vediamo adesso il rapporto tra questa produzione e lo spazio. Alla fine dell'Ottocento lo spazio è confiscato da un'acceccaglia di stili. Poi la reazione. Lo spazio ha da essere luminoso, unitario, rinnovato. Arredato in modo funzionale e omogeneo. La guerricciola tra modernisti e tradizionalisti si svolge negli angoli e con molti armistizi. Cambellotti o Grassi, per esempio, recuperano forme archaiche mentre, accanto a questa produzione d'élite, che a volte in Italia ha avuto la spinta della produzione più recente, continua, massicciamente, a copiare. La regina Margherita, per il Quirinale, si fa costruire un trumeau barocco e la regina Elena un cassone rinascimentale. Non si può mica pretendere che le regine siano anche d'avanguardia.

A proposito di regine, e le donne? Tre o quattro citate nel libro; troppo poche per essere delle protagoniste. Però senza di loro Balla, Depero, Paschetto, non avrebbero inventato e realizzato tanto. Donne intente ad acchiappare, a ricamare, a collaborare, ma dell'ago, un'altra collaborazione strettissima è quella degli artigiani, che «onora sempre le tradizioni italiane». Senza degli esecutori eccellenti quello sforzo creativo non avrebbe avuto le gambe per camminare. Le radici regionali si distinguono nettamente. A Faenza, luogo tradizionale (con la Toscana e l'Umbria) della ceramica, compaiono Nonni, Baccarini, Guerrini. A Venezia Zecchin e Wolf Ferrari inventano tecniche diverse di impatto però le impiantano fra quelle vetriere che gli consentono di realizzare le loro invenzioni. Insomma, dietro al pizzo c'è una moglie, dietro al mobile un falegname. L'inquietudine della ricerca affatica quasi tutti. Chini sperimenta la tecnica dei «lustri metallici», l'iridescenza; vuole un manufatto che sappia estasiare. Martini progetta un teatro sull'acqua; Cambellotti prolunga con scene costruite nella natura del teatro di Siracusa. Thayaht dopo la guerra inventa la tuta. Vuole un indumento che sia, insieme, economico e pratico.

Poi l'arte decorativa scompare. Troppo ardui per gli anni in cui operarono, troppo in ritardo per gli anni in cui l'oggetto si standardizza. Un gusto ormai cercava altro, come se i figli si vergognassero dei loro genitori. Cosa che capita sovente. Arrivò l'architetto a sostituire l'artista. Prometteva di tradurre, con il sostegno dell'industria, i modelli in oggetto di massa. Fu una bugia, salvo per Thonet che seppe unire economia e bellezza. Le Corbusier giurò sui mobili funzionali: la sua «chaise longue» con il capretto è sicuramente bella ma certo non si può dire che sia economica.

Letizia Paolozzi

LIBRERIA ITALIA-URSS srl.
Piazza della Repubblica, 47
00185 Roma
Via E. Raggio 1/10
16124 Genova

A cura del Ministero degli Esteri dell'URSS le edizioni PROGRESS di Mosca hanno pubblicato in due volumi corrispondenza tra STALIN, CHURCHILL, ROOSEVELT, ATLEE, TRUMAN

Luglio 1941 - Dicembre 1945
Comp; pag. 760 - L. 20.000

RICHIEDETE I CATALOGHI

Roberto Rosconi