

giovedì 12 luglio 2001

rUnità | 23

ex libris

L'uso della ragione rende le cose trasparenti allo spirito. Ma non si vede ciò che è trasparente. Si vede attraverso il trasparente, quel che è opaco

Simon Weil, «L'ombra e la grazia»

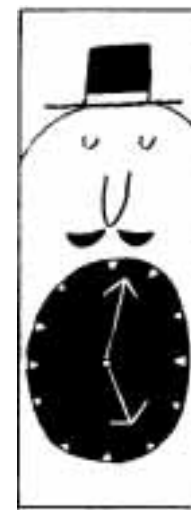
feticci

POLVERE E TECNOLOGIA, È PUR SEMPRE ARTE

Maria Gallo

L'aspirapolvere dyson è un oggetto le cui origini si perdono ormai nel mito. Alta qualità ingegneristica, attenzione verso l'estetica del quotidiano e grande testardaggine: questo elettrodomestico, che naturalmente prende il nome dal suo inventore, è il risultato di un'idea concepita da James Dyson nel '78. Cinquemila prototipi più tardi, a cui bisogna aggiungere un buon numero di «no grazie» da parte di importanti aziende dal mercato ormai consolidato, l'oggetto è pronto, ma per finanziare la sua produzione industriale bisognerà attendere dei lungimiranti capitali giapponesi e, finalmente, l'aiuto di una banca inglese. Nel 1993 ha inizio la sua produzione, e il suo successo. La colpa, se così si può chiamare, dell'autore è d'aver inventato un aspirapolvere che non fa uso del sacchetto di carta, che ha una potenza d'aspirazione costante e che lascia in bella vista il vano in cui l'aria sporca viene centrifugata e separata dallo sporco (il cuore della

sua innovazione tecnologica). Dyson, insomma, non si è accontentato di rifare il look a quei simpatici scarafaggi con le ruote che, sempre più bombati e colorati, si muovono sulle nostre moquette aspirando tutto ciò che trovano tentando, invano, di riscattare la cattiva fama dei loro piccoli e neri fratelli biologici. L'ingegnere designer osa creare e mettere in scena uno strano matrimonio: polvere e tecnologia in epoca post-punk ma pre-iMac. Già, perché se oggi una radio o un computer trasparenti sono tutto sommato oggetti alla moda, otto anni fa il mercato non era così benevolo verso il nude-look tecnologico. L'esibizione dello sporco, poi, era un tabù, a meno che lo sporco non fosse evocato da atmosfere un po' romantiche. Si spiega forse in questo modo il successo, pressoché immediato, ottenuto dal bidone aspiratutto nel 1975. Una tipologia per altro già esistente all'estero ma che gli italiani ebbero il pregio di rivestire con un vero bidone dell'olio spennellato di verde



militare, il colore dell'eskimo e delle radio finto-militare che tanto andavano di moda in quegli anni. Il progetto includeva l'uso di una grafica «primitiva» e per questo si usarono i caratteri simili a quelli delle scritte sulle Jeep americane. Gli autori, ancora oggi, rivendicano la loro premiatissima scelta radicale: in fin dei conti un aspirapolvere non è altro che una pattumiera ambulante e come tale doveva essere presentata. Peter Behrens, l'architetto che curò il design e l'immagine coordinata della produzione AEG dal 1907 al 1914, disegnò nel 1913 il primo aspirapolvere compatto e lo chiamò Dandy. Nonostante il nome, anche questo oggetto esprimeva, con grande eleganza, tutta la sua tecnologia. Behrens, uno dei padri della cultura industriale, credeva infatti che tecnica dovesse convivere e dare voce alle espressioni «artistiche» del suo tempo. Qualcosa ci dice che il dyson e il bidone aspiratutto gli sarebbero davvero piaciuti.

L'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

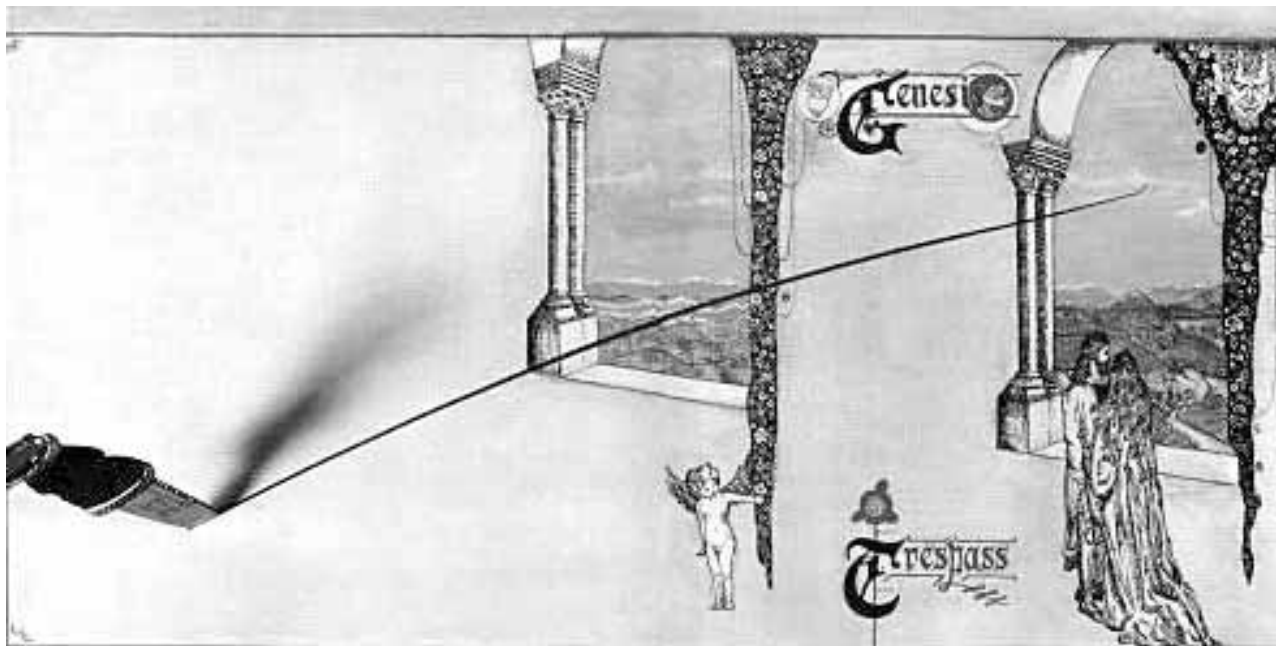
orizzonti

idee | libri | dibattito

L'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

Stefano Pistolini

Ci sono oggetti culturali la cui iconicità e il cui valore simbolico emergono in tutta la loro importanza solo dopo la loro definitiva scomparsa. È il caso della cover art, la grafica di copertina dei long playing in vinile pubblicati nel periodo che va dalla fine degli anni Cinquanta fino all'inizio degli anni Novanta, prima che quel popolarissimo formato e il relativo supporto fonografico finissero in soffitta per l'esplosione del digitale e dei compact disc. Non c'è stato niente da fare: il minuscolo standard dei cd e la confezione inscatolata in plastica volgare, hanno demolito quello che era diventato un campo comune dell'immaginazione di diverse generazioni: sarà perché i dischi che uscivano erano quantitativamente meno numerosi di oggi, sarà perché le opere più attese divenivano autentici oggetti di culto e dibattito tra comunità di coetanei, ma immagini e stile di alcune copertine fanno indelebilmente parte della memoria di ciascuno di noi, luoghi a procedere dell'edificazione di una cultura. Il fenomeno conobbe l'apice a cavallo tra la fine degli anni Sessanta e i primi anni Settanta, nell'acme della cultura rock e della sua ramificazione tra i generi attigui: l'album in quegli anni diviene summa espressiva di un artista, composito, stratificato, analizzato nella sua complessità. E, ancor di più, gli artisti del rock - nelle sfumature più diverse, dalla West Coast alla New York warholiana, dalla Londra radical-chic del folk alle provocazioni glam e glitter - detengono il testimone dell'avanguardia, avocando a sé la momentanea sintesi perfetta (o approssimativamente tale) tra sostanza e apparenza, tra etica ed estetica della nuova gioventù e perciò tra contenuto e forma. Gli album, pubblicati con rara solennità (non di rado organizzati in pomposo, ridondante formato «doppio», se non «triplo») sono i vangeli di questa liturgia. E la cover art, la grafica di copertina che per ciascuno di essi viene accuratamente ideata, ne rappresenta il manifesto ideologico, la rincorsa alla nuova provocazione (è il momento del massimo afflato del concetto di «visionarietà» - visionario è bello, chissà perché con così tanto entusiasmo...), l'imprinting stilistico dell'artista e, ancor di più, la strada per una serie di nuovi artisti che trovano proprio qui la loro naturale sede espressiva. Chi sono i nomi che in quel mitico momento storico della cultura giovanile (lo stesso appena santificato dal film di Cameron Crowe *Quasi famosi*) diventano maestri di questa nuova arte? Sono degli artisti spuri, giovani troppo irregolari per irrigimentarsi nella disciplina voluta in quegli anni dalla severa sperimentazione pittorica, ma altresì poco disposti a soggacere alla regola mercenaria dell'illustrazione pubblicitaria. Sono giovani figli di quelle leggendarie scuole d'arte britanniche per le quali transita in blocco tutto la scena musicale d'oltremarica degli anni Settanta e Ottanta, che scoprono che il rock può essere suonato con l'aerografo oltre che con le chitarre, esattamente come qualche anno più tardi i disc jockey realizzeranno che si può essere musicisti soltanto suonando i dischi, anziché incidendoli. In America, nel frattempo, la cover art prende stra-



L'immagine grande è il disegno realizzato da Paul Whitehead per l'album «Trespass» dei Genesis

Felicità è una copertina colorata

Una scatola variopinta con un cuore di vinile: fascino e simbologia delle cover dei vecchi lp

Tra i 60 e i 70 le immagini dei dischi diventarono emblemi visuali di una generazione e di un'epoca

de diverse, meno armoniche in relazione alla musica che veicola: l'icona fotografica di hollywoodiana memoria fa la parte del leone, salvo i blitz extrasettore di conclamati protagonisti delle arti visuali (Warhol in primis, di nuovo) che sovranano con la loro imponenza il supporto a cui si prestano. A Londra, no: c'è una vera sintonia progettuale tra musicisti e illustratori, tutti membri della stessa comune artistica, al punto che è frequente che l'illustratore diventi membro aggiunto di una band, oppure una rispettata figura di riferimento di un'etichetta. Due nomi passano alla storia da questo bizzarro specchio di cultura popolare: Paul Whitehead, di recente festeggiato da una personale allestita a Milano dalla Galleria Arteuropa e visibile su Inter-

net all'indirizzo paulwhitehead.com. Whitehead è stato l'interfaccia grafico dell'etichetta che all'imbocco degli anni Settanta ha segnato il corso del rock, ne ha mutato gli andamenti e ha propagato la propria filosofia musicale per il mondo come un virus. Era la Charisma di Tony Stratton-Smith, la label per la quale incidevano artisti che conobbero formidabile popolarità internazionale come i Genesis, i Van der Graaf Generator e i Lindisfarne e per la quale Whitehead - ex art director del settimanale *Time Out* - disegnò (oltre a una serie di celebri e imitativissimi loghi) alcune copertine destinate a diventare emblemi visuali d'epoca su scala generazionale. Si pensi all'insuperata triade di copertine realizzate per i Genesis degli esordi, relative a



Particolare dalla celebre copertina disegnata da Whitehead per «Foxtrot» dei Genesis

Copertina psichedelica per «Axis: Bold as Love» di Jimi Hendrix 1968 Nel titolo la celebre banana di Warhol per i Velvet Underground



tre album la cui durata nei consumi telegenici ha raggiunto record insuperati: *Trespass*, *Nursery Crime*, *Foxtrot*. La bambina di *Nursery Crime* con la mazza da cricket e l'espressione assente, sul punto di colpire a mo' di palla una testa conficcata nel terreno, quello sfondo giallo cromo, quell'ambientazione di onirica casualità vittoriana, generarono milioni di copie sui diari di scuola dei nuovi fans del rock progressive e saturarono l'immaginario proveniente da letture infantili solo apparentemente innocenti (*Alice e Peter Pan*) con la graficizzazione codificata del principale rito di passaggio: sconvolgere la testa facendo l'esperienza di una o più sostanze stupefacenti. Whitehead oggi vive a Los Angeles e lavora come illustratore per grandi clienti com-

merciali e si diverte a rievocare i tempi di quella subitanea popolarità: «Mi ricordo quando migliaia di fans dei Genesis furono ossessionati dalla figurina vestita di rosso con la testa di volpe che avevo messo sulla copertina di *Foxtrot*. Facevano a gara a scovare le simbologie più astruse ma in realtà, come capita sempre, era un'immagine che mi era venuta in mente per caso, perché il tema della caccia alla volpe era ricorrente in quelle canzoni e perché in quel periodo la mia canzone preferita era *Foxy Lady* di Jimi Hendrix». Perfino le italianissime Orme, capofila del rock barocco nostrano ebbero l'onore di fregiarsi di una copertina di Whitehead. Ma gli anni Settanta non erano ancora al tramonto che già lo stile ingenuo ed elementare di que-

sto artista era destinato a tramontare, travolto dall'avvento di icone di ben altra irruenza, messe in gioco dal profilarsi del punk. Insieme a Whitehead l'altro grande illustratore di quel momento di starodiana visualità musicale fu Roger Dean, che all'epoca lo superò per popolarità. Dean era considerato il vero musicista della matita, colui che sapeva tralasciare tra carta e colori il percorso di florida (e un po' esile) simbologia introspettiva che sembrava dar luogo al rock progressive (e ad alcune sue scombinare creature). Dean, tecnicamente ineccepibile, sapeva disegnare sogni psichedelici chiaramente indotti da droghe, sempre però sospesi in un'algida rappresentazione di serenità. Mondi di altrove, popolati di stelle e di iceberg, di rocce presidiate da guerrieri solitari e di mari immobili e limpidi come il cristallo. Creature marine, nobili mostri, sentimenti assoluti, un vento di grandiosità adolescenziale destinato a essere spazzato via dall'età adulta. I dischi degli Yes (ma anche le bellissime copertine «afro» realizzate per gli Osibisa, con quelle vaghe permanenze colonialistiche) restano la principale testimonianza della sua creatività, subito datata ma subito divenuta classica, al punto che uno dei regali più in voga in quegli anni Settanta consisteva proprio in uno dei numerosi album di illustrazioni a sua firma. Cosa sarebbe successo dopo questo momento di splendore creativo? Le cose sarebbero cambiate rapidamente. Una semplice illustrazione sarebbe presto stata giudicata troppo semplice per effigiare una produzione musicale che tornava a riempirsi di contenuti antagonisti. Al tempo stesso il «pieno» simbolico delle copertine di Whitehead e Dean appariva troppo esile al cospetto delle nuove tecniche innovative delle sperimentazioni fotografiche dello studio Hipgnosis (rese celebri dagli album dei Pink Floyd) e della scoperta del minimalismo ispirato alle forme della Bauhaus. La donna col vestito rosso e la testa di volpe sprofondava al passato, guardata con compatimento dai nuovi arrabbiati. Il fatto strano - e incontrovertibile - è che quel disegno semplice si era già installato nella memoria condivisa di una generazione. Che ancor'oggi, forse, continua a interrogarsi su quale maledetta simbologia debba certamente nascondere tra quelle sue vesti lunghe.

clicca su
www.paulwhitehead.com
www.pinkfloyd.com
www.pinkfloyd.net
www.yesworld.com
www.velvetunderground.com
www.jimi-hendrix.com
www.vandergraafgenerator.com