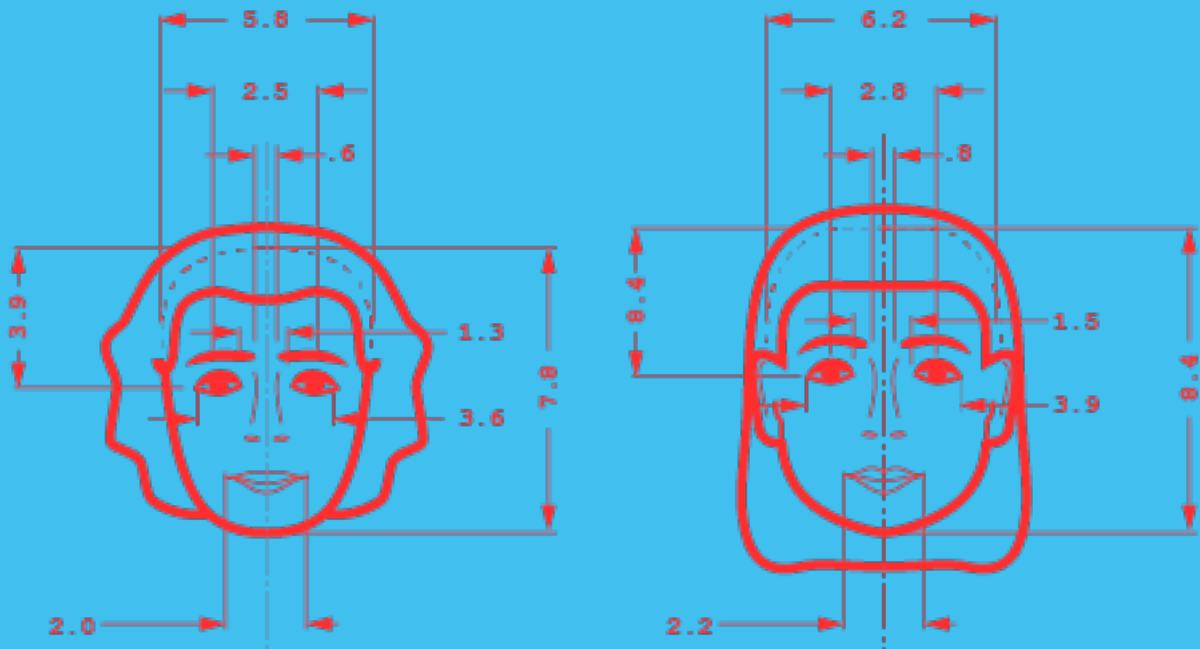


Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



HENRY DREYFUSS, JOSEPHINE, 1955

AIS/DESIGN JOURNAL

STORIA E RICERCHE

VOL. 1 / N. 1

MARZO 2013

COSTELLAZIONI

ISSN

2281-7603

PERIODICITÀ

Semestrale

INDIRIZZO

AIS/Design
c/o Fondazione ISEC
Villa Mylius
Largo Lamarmora
20099 Sesto San Giovanni
(Milano)

SEDE LEGALE

AIS/Design
via Cola di Rienzo, 34
20144 Milano

CONTATTI

journal@aisdesign.org

WEB

www.aisdesign.org/ser/

DIRETTORE

Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia
direttore@aisdesign.org

CAPO REDATTORE

Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia
Marinella Ferrara, Politecnico di Milano
caporedattore@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO

Daniele Baroni, Politecnico di Milano
Alberto Bassi, Università degli Studi della Repubblica di San Marino
Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Vanni Pasca, ISIA Firenze
Maurizio Vitta, Politecnico di Milano

REDAZIONE

Rossana Carullo, Politecnico di Bari - Formazione
Ali Filippini, Scuola Politecnica del Design, Milano — Allestimenti
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano - Design grafico
Francesca Polese, Università Bocconi, Milano - Storia d'impresa
Paola Proverbio, Politecnico di Milano - Archivi
Dario Russo, Università di Palermo - Comunicazione visiva
Sara Zanisi, Associazione AVoce - Storia orale

ASSISTENTI DI REDAZIONE

Giulia Ciliberto, Università Iuav di Venezia
Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Elisabetta Mori, Università degli Studi di Firenze

RELAZIONI INTERNAZIONALI

Lisa Hockemeyer, Politecnico di Milano, Milano;
Kingston University, London

ART DIRECTOR

Daniele Savasta, Università Iuav di Venezia

EDITORIALE	COSTELLAZIONI Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia	4
SAGGI	DESIGN: STORIA E STORIOGRAFIA Vanni Pasca, Isia Firenze	7
	IL DESIGN NELLA STORIA Victor Margolin, University of Illinois, Chicago	24
	CULTURE PER L'INSEGNAMENTO DEL DESIGN Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia	40
RICERCHE	LA GRAFICA PER IL 'MADE IN ITALY' Mario Piazza, Politecnico di Milano	48
	DANESE 1957 - 1991. UN LABORATORIO SPERIMENTALE PER IL DESIGN Paola Proverbio, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano	65
	ARTI APPLICATE E FORMAZIONE: IL CASO SULLAM Rossana Carullo, Politecnico di Bari	81
MICROSTORIE	RAPPRESENTAZIONI DEL PRODOTTO INDUSTRIALE, TRIENNALE DI MILANO, 1940 - 1964 Giulia Ciliberto, Università Iuav di Venezia	92
	MAX HUBER: SINESTESIE TRA GRAFICA E PITTURA Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano	103
	ETTORE SOTTASS JR. E IL DESIGN DEI PRIMI COMPUTER OLIVETTI Elisabetta Mori, Università degli Studi di Firenze	116
	THE LOOK OF THE CITY: PER UNA STORIA ITALIANA SUL DESIGN DEGLI EVENTI OLIMPICI I CASI DI CORTINA 1956 E TORINO 2006 Francesco E. Guida, Politecnico di Milano Luciana Gunetti, Politecnico di Milano	126
RECENSIONI	METODI E TEORIE PER LA STORIA DEL DESIGN. UNA REVISIONE CRITICA Dario Russo, Università Degli Studi di Palermo	138
	IL DESIGN ALLA PROVA DELLE TEORIE ESTETICHE Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia	142
	ARCHIVI TRA STORIA E FUTURO Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano	146
	LUCIA MOHOLY, FOTOGRAFA DEL MODERNO Paola Proverbio, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano	149
	IL MART SCEGLIE LA WUNDERKAMMER Ali Filippini, Scuola Politecnica del Design, Milano	156

COSTELLAZIONI

Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia

Orcid id 0000-0002-2490-9732

Quando, qualche anno fa, è nata l'Associazione Italiana degli Storici del Design, avere una rivista dedicata alla ricerca storica era sembrato il più necessario e al tempo stesso il più irraggiungibile dei traguardi. Necessario, perché di fronte a un panorama culturale sempre più evanescente, a un sistema universitario e della ricerca sottoposto a una continua erosione di risorse, a una flagrante perdita di prestigio della figura dell'intellettuale - e dello storico in particolare - ci pareva che una rivista avrebbe potuto essere almeno un punto di ancoraggio per quanti si dedicano, fuori e dentro l'università, alla ricerca storica. Traguardo irraggiungibile, invece, per le evidenti difficoltà economiche e organizzative nell'affrontare un'impresa 'controcorrente', anche perché onerosa dal punto di vista dei costi, ma soprattutto da quello dell'impegno e della continuità nel lavoro richiesto.

Compresa sin dall'inizio fra queste due evidenze, l'idea della rivista ha invece piano piano preso corpo, fino all'uscita di questo primo numero, grazie anche alla concomitanza di diversi fattori: la relativa facilità nel realizzare un prodotto editoriale online; la spinta alla creazione di strumenti di qualità per rispondere ai nuovi criteri di valutazione scientifica nell'università; la presa di coscienza che in Italia mancano sia una solida tradizione di ricerca storica nel campo del design, sia i supporti che ne veicolino i risultati; la forza di un gruppo ormai consistente di studiosi giovani e meno giovani che tentano di far fronte a questa situazione e di realizzare un prodotto editoriale all'altezza degli standard internazionali (ci stiamo attrezzando perché la rivista già dal prossimo numero abbia un comitato di *referee* che valuti i contributi e ci garantisca così l'accREDITamento). Sono questi studiosi e designer che con generosità hanno consentito alla rivista di iniziare a vivere la sua esistenza digitale e culturale. E che pubblicamente ringrazio.

Dopo queste considerazioni realistiche, forse persino prosaiche, vorrei ora illustrare i tratti salienti della fisionomia che vogliamo dare a *AIS/Design. Storia e ricerche*, a partire da un presupposto essenziale: la rivista intende essere la voce della ricerca storica sul design secondo i parametri della tradizione scientifica, dunque non una semplice registrazione di eventi o fatti della storia, né una passerella puramente celebrativa, ma una puntuale e verificabile ricostruzione critica, basata sulle fonti e dotata di caratteri di originalità. Per questo ospiterà volentieri testi che rileggano in modo nuovo personaggi ed eventi troppo iconizzati, che propongano finalmente temi poco o per nulla esplorati, che provengano da ricerche sviluppate in altre parti del mondo (anche per andare oltre, arricchendolo, al filone anglofono della storia del design che è stato fino a pochi anni fa assolutamente dominante).

Su questa linea ci è parso importante ripubblicare fra i saggi di questo primo numero un testo di Vanni Pasca uscito in occasione del *I Convegno Internazionale di Studi Storici sul Design* organizzato dal Politecnico di Milano nel giugno 1991. Come potrete leggere, i problemi posti allora risultano così attuali da farci amaramente riconoscere che in questi oltre vent'anni poco è successo in Italia nel campo della storia del design.

I testi pubblicati sono suddivisi in tre diverse categorie. i *Saggi*, le *Ricerche* e le *Microstorie*. La tripartizione, che non è intesa come un gerarchico ordine d'importanza, vuole definire spazi diversi: uno per il dibattito più largo sulle tematiche cruciali della storia in rapporto alla cultura del design, alla sua pedagogia, alle sfide portate dalle tecnologie digitali al nostro campo di studi, e molte altre ancora (i *Saggi*); un secondo per i risultati di indagini storiche di ampio respiro che raccontano vicende, personaggi, periodi, eventi, artefatti, teorie, ecc. sulla base di ricerche originali (le *Ricerche*); il terzo, infine, per la documentazione di episodi poco noti, che aprono spiragli di ricerca inaspettati a partire da questioni apparentemente minori. Non microstorie perché storie piccole, ma perché ancora sommerse, in grado tuttavia di comportarsi come le piccole onde che increspano la superficie e talvolta preludono a un gran sommovimento d'acque.

Si alterneranno numeri a contenuto monografico, per consentirci di andare a fondo su argomenti specifici, e numeri miscelanei che avranno l'altrettanto decisivo compito di aprire a ventaglio lo sguardo su filoni e temi diversi, anche lontani fra di loro. Si darà spazio tanto ai settori più antichi e consolidati, quanto alle aree di interesse più recente. Si collocherà con discipline limitrofe, come la storia d'impresa, dell'arte, della cultura materiale e altre ancora, stimolando confronti e assonanze. Insomma, la rivista intende mantenersi aperta e molteplice, come aperto e molteplice è il campo del design, nelle sue numerose sfaccettature.

Ciò non significa però vagare nella proverbiale indifferenziata notte in cui 'tutte le vacche sono nere', in cui 'tutto è design'. E cioè nulla lo è. Apertura non significa dunque perdersi in una nebulosa di cui si spostano di continuo i confini perdendo di vista l'area di pertinenza del design, espandendo la sua giurisdizione su territori altrui, dilatando a ritroso i tempi della sua nascita, come se fossimo incapaci di confrontarci con la sua identità storica, disconoscendola continuamente. Apertura significa - con le parole di Siegfried Giedion - essere consapevoli che i fatti che sottoponiamo al vaglio storico sono "come le costellazioni degli astri. Lo storico non può tracciare il corso degli avvenimenti come l'astronomo. Ma ha un punto in comune con lui: che continuamente emergono nuove costellazioni e mondi prima invisibili. E come l'astronomo deve rimanere eternamente al suo posto di osservazione" (1967, p. 11).

Pur nella mutevolezza degli eventi, la permanenza del 'posto di osservazione' è dunque essenziale per ogni buona pratica storica anche se, da contemporanei, facciamo volentieri a meno della nozione di eternità.

Bibliografia

Giedion, S. (1967). *L'era della meccanizzazione*. Feltrinelli: Milano.

DESIGN: STORIA E STORIOGRAFIA

Vanni Pasca, Isia Firenze

PAROLE CHIAVE

Design, Design history, Design studies, Storia, Storiografia

L'intervento di Vanni Pasca al *I Convegno internazionale di studi storici sul design* (1991) rappresenta a tutt'oggi un contributo di notevole attualità che, nell'analizzare le principali teorie storiche e tecniche storiografiche legate al design - e non solo - individua percorsi critici e metodologie utili alla ricerca.

Questo *I Convegno internazionale di studi storici sul design* ha per titolo *Storia e storiografia del design*. Per iniziare i lavori, mi sembra utile svolgere alcune considerazioni, e inizierò a farlo ragionando su due questioni. La prima riguarda i motivi che hanno consigliato di organizzare un convegno di studi storici; la seconda, le ragioni sottese al titolo stesso.

In Italia si assiste con gli anni Ottanta a una fioritura di studi storici sul design. Si tenga conto che fino ad allora le storie disponibili, trascurando quelle di architettura e gli scritti su argomenti specifici, per quanto importanti, come quello di Argan (1951) sul Bauhaus[1], sono i tre 'seminal books' di Read (1934), Pevsner (1936) e Giedion (1948). La piccola *Introduzione al design industriale* di Dorfles (1972)[2], contiene una sintesi storica estremamente succinta. Sempre nel 1972 è stato pubblicato *Dalle arti minori all'industrial design. Storia di un'ideologia*, di Bologna, di taglio esclusivamente ideologico-culturale. Nel 1976 è apparso un piccolo e denso libretto di Maldonado dal titolo *Disegno industriale: un riesame*.

Per quanto riguarda il design italiano, Fossati (1972) ne ha abbozzato un primo bilancio, analizzando le figure di alcuni dei suoi principali protagonisti. Come si vede, agli inizi degli anni Ottanta manca una reale storia del design italiano: la carenza è spiegabile con la relativa giovinezza dell'esperienza del design in Italia. Manca anche, a parte i testi cosiddetti 'seminali', una storia generale e internazionale del design di adeguate dimensioni, e ciò costituisce una lacuna che pesa sul dibattito teorico nel nostro Paese. La situazione cambia proprio negli anni Ottanta, in cui appaiono ben quattro storie del design di notevole impegno. Il decennio si apre con due testi, che escono a breve distanza l'uno dall'altro: *Il disegno del prodotto industriale. Italia 1860-1980* a cura di Gregotti (1982) e *Una storia del disegno industriale italiano 1928-1981* di Frateili (1983).[3] Come si vede, sono entrambe storie dedicate al design italiano. Nel 1985 è De Fusco a dare alle stampe una *Storia del design*, questa volta di carattere internazionale. Nel 1989 esce il primo dei tre volumi della *Storia del disegno industriale* diretta da

Castelnuovo, anch'essa a carattere internazionale e con contributi di numerosi studiosi stranieri.[4] Si potrebbero citare altri scritti ma essi presenterebbero precisi limiti (per l'arco storico preso in esame, ad esempio, o per altri aspetti) rispetto alle storie citate.[5] Va aggiunto che sembra iniziare la pubblicazione in italiano di storie del design edite in altri paesi: tra i primi esempi, quella dello storico inglese Heskett (1990), attualmente insegnante a Chicago.[6]

A parte le quattro storie suddette, il panorama italiano degli scritti di argomento storico negli anni Ottanta è ricco e disomogeneo. Nel decennio infatti vengono pubblicate biografie critiche di progettisti, storie di industrie che si sono caratterizzate per l'impiego di designer, scritti sulla ricostruzione storica di tipologie di prodotti e sull'evoluzione del rapporto tra determinati materiali o tecniche e il design, ecc. Nati per motivi promozionali, tali contributi hanno il più delle volte carattere apologetico ed encomiastico. Ciò nonostante contengono a volte saggi di un qualche interesse e forniscono materiali e documenti che vale la pena prendere in esame per la ricostruzione della storia del design italiano, e non solo di quella dell'arredamento, che fa comunque la parte del leone. Questo fiorire di studi storici in Italia sembra accompagnare un analogo sviluppo in vari paesi. Anzi si potrebbe aggiungere che, mentre in Italia la pubblicazione dei testi citati non è stata accompagnata né da un reale dibattito né da una riflessione adeguata, questa lacuna è in via di parziale superamento altrove. Si veda, tra l'altro, il lavoro di grande interesse che alcuni studiosi stanno sviluppando in America fra cui Margolin (relatore in questo convegno) e Dilnot, che lavorano alla sistematizzazione della letteratura sul design in generale e di quella storica in particolare.[7]

Purtroppo i contatti tra studiosi di storia del design di paesi diversi sono ancora parziali, mentre le traduzioni sono ancora in numero molto limitato. Spesso quindi gli studiosi non sono sufficientemente al corrente della produzione storica in corso altrove. Si consultino, a riprova, bibliografie presenti in libri pubblicati in altri paesi: si scoprirà che in esse è in genere molto scarsa la presenza di testi italiani.[8] D'altro canto in Italia sono sconosciuti o poco noti molti studi di grande interesse condotti all'estero: ad esempio gli studi americani e tedeschi sul design in Germania sotto il nazismo, il riesame critico del design americano degli anni Trenta, l'esperienza sovietica e in particolare del Vchutemas. Tutto ciò non può non costituire un limite allo sviluppo degli studi e del dibattito teorico. Organizzare un convegno internazionale di studi storici sul design esprime quindi, prima di tutto, l'intenzione di contribuire a migliorare la comunicazione e il confronto tra gli studiosi.

A questo punto si pone un interrogativo. Quali sono le ragioni alla base dello sviluppo, nell'Italia degli anni Ottanta, di studi storici sul design? Cercherò di formulare alcune ipotesi, al di là di quelle ovvie connesse al trascorrere del tempo e all'avviarsi a maturità sia del design italiano che degli studi sull'argomento. Rimanendo in un ambito riferito al design, ritengo vadano esaminate due questioni, tra loro interrelate, che si inquadrano in un processo di cambiamento più generale sul quale ritorneremo. La prima consiste nella crisi o nel superamento della cultura dell'avanguardia. La seconda, nel modificarsi della comunità del design e delle sue caratteristiche. Proverò a prendere in esame, uno dopo l'altro, questi due temi.

Alla fine degli anni Settanta appare sempre più chiara la crisi di quella 'cultura dell'avanguardia' (all'interno della quale la cultura del design si collocava) in cui l'ideologia della modernità si era inverata proprio attraverso una *coupure* con la storia.

Va qui detto che assumo il termine 'avanguardia' nella duplice formulazione che ne fornisce Fortini (1984): "Esprimersi-agire in termini di avanguardia vorrà dire quindi portarsi o sul polo della soggettività assoluta o su quello dell'assoluta oggettività" (p. 896). Con l'esaurirsi dei motivi dell'avanguardia, entrano in crisi anche quelle pretese di autofondazione, tipiche del Bauhaus e poi di Ulm, che si erano espresse, tra l'altro, nella sottovalutazione del ruolo della storia nell'insegnamento. A questo proposito si può ricordare, per fare un esempio, come alla chiusura del Bauhaus nel 1932, su un giornale tedesco venga pubblicato una sorta di necrologio, che è insieme un saluto accorato: "Questo era il luogo in cui gli studenti, senza che venisse loro inculcata la tradizione, potevano trovare, provando e riprovando, la via alle buone forme dell'arte" (Wingler, 1972, p. 526).

Per quanto riguarda l'avanguardia dell'oggettività, tra gli anni Cinquanta e Sessanta è grande l'influenza del neopositivismo (i rapporti tra Ulm e il neopositivismo sono tutti da approfondire; così quelli tra il Bauhaus, soprattutto nella fase della direzione di Hannes Meyer, e il circolo di Vienna). Ne deriva la tendenza alla ricerca di definizioni logico-sistematiche del design (facilitata anche dalla relativa novità con cui il dibattito sul design si presenta in Italia nel dopoguerra) e al metodologismo come tentativo di fondazione scientifica della progettazione. È la fase delle definizioni di Argan su che cosa sia il design, ma anche di quella di Maldonado al congresso ICSID del 1961 (1976, p. 9). Questo orientamento successivamente muta: la filosofia della scienza cessa di considerare marginale o ininfluenza la storia della scienza, che tende invece ad assumere come fondamentale la dinamica storica sia della formazione delle teorie che della crescita della conoscenza scientifica stessa. La riflessione epistemologica trova così una sua saldatura con la riflessione storica.

Non si tratta di una revisione promossa solo da chi alla riflessione neopositivista era stato estraneo o da chi ad essa si oppone recisamente, come il Feyerabend di *Contro il metodo* (1970). Si tratta di un processo complesso che viene testimoniato anche da autori che dell'empirismo logico erano stati tra i maggiori promotori. Valga per tutti l'esempio di uno tra i più interessanti di questi personaggi, Carl Gustav Hempel che nella *Autobiografia intellettuale* parla del suo incontro con Kuhn avvenuto agli inizi degli anni Sessanta e di come, dopo un iniziale disagio verso le posizioni che Kuhn manifesta, ne rimanga influenzato:

Da principio le trovai strane, sentii una forte resistenza a quelle idee, al suo approccio storicista e pragmatista ai problemi di metodologia della scienza, ma da allora il mio pensiero e i miei scritti sono stati influenzati, in gran parte, dai problemi e dai temi sollevati dagli scritti di Kuhn (Hempel, 1989, p. 269).

E Pera (1989) sottolinea come sia di Hempel la recente proposta di una "metodologia attenuata" (p. 10), e questo ci ricorda quanto ha scritto Maldonado (1984) a proposito della scuola di Ulm e del "metodologismo ad oltranza" che la caratterizzava (p. 5). Per quanto riguarda poi l'avanguardia che agisce sul 'polo della soggettività', una corrosione interna era già stata avviata negli anni Sessanta da parte di autori come Marcuse (1965) che, mentre in precedenza era stato un profondo sostenitore dell'avanguardia, ne individua la perdita di efficacia nella nuova fase che definisce di "tolleranza repressiva". E negli anni Settanta, all'interno di un dibattito sull'avanguardia che inizia a svilupparsi in Germania, Burger sottolinea il "fallimento dell'intento avanguardistico di riconversione dell'arte nella prassi vivente all'interno della società

esistente” in cui “la protesta avanguardistica si svolge nel suo contrario” (1990, p. 150). Del resto gli anni Settanta vedono il graduale esaurirsi in Italia dei movimenti d’avanguardia, dal Gruppo 63 nella letteratura ai gruppi radical o di controdesign. Questi ultimi slittano dalla precedente fase critico-oppositiva (caratteristica dei movimenti d’avanguardia) verso una prassi progettuale che si autodefinisce ‘neomoderno’ o ‘neodesign’, in verità molto simile a ciò che in altri paesi viene definito *postmodern*. Muta quell’atteggiamento per cui l’attenzione era tutta protesa alla critica del presente, con proiezione verso il futuro e ostilità o indifferenza verso la storia (e si ricordi la contrapposizione fin allora esibita nei riguardi della tendenza russiana, che appunto ricercava un nuovo modo di rapportarsi alla storia); subentra la necessità di darsi una nuova legittimazione. La volontà di autofondarsi come opposizione al design di matrice bauhausiana spinge Branzi, che può essere ritenuto a buon diritto l’ideologo del movimento, a riscrivere la storia del design in senso funzionale a questa prospettiva. Il suo libro *La casa calda. Esperienze del Nuovo Design italiano* (1984) ripercorre la storia del design a partire dalla metà dell’Ottocento con l’esplicito scopo di dare radici storiche al movimento radical e al cosiddetto ‘neodesign italiano’, le cui vicende sono trattate nella seconda parte del libro. Significativa in questo senso è l’introduzione dove si dichiara che “nella fase attuale di riscoperta dello storicismo come fondazione della cultura attuale”, il percorso scelto dal ‘neodesign’ procede “accettando la storia presente come campo d’azione e confrontandosi con quella passata” (Branzi, 1984, p. 11). Branzi ha quindi in qualche modo il merito, a parte l’impostazione del libro su cui ritorneremo, di proporre una riapertura del dibattito sulla storia del design proprio compiendo una riscrittura orientata.

Un secondo gruppo di motivi che si può individuare alla base dello sviluppo di studi storici negli anni Ottanta in Italia riguarda il modificarsi complessivo del quadro entro il quale la cultura del design italiano agisce. Mi riferisco a vari ordini di fenomeni. Prima di tutto, il forte allargamento della ‘comunità del design’, come crescita del numero dei professionisti e dei settori industriali nei quali operano, ma anche di critici, docenti, giornalisti, ecc. Ciò spinge verso l’autonomia della figura del designer da quella dell’architetto (con la quale si era in buona parte identificata in precedenza) e insieme verso un processo di distacco della cultura del design da quella dell’architettura. La comunità del design era in precedenza caratterizzata da una specifica identità, l’esser piccola ma risoluta parte di quel Movimento Moderno, visto come portatore di una precisa ideologia della modernità. Ora i tempi sono cambiati, la comunità del design si è dilatata, la modernità in Italia ha cessato di essere ideologia per diventare in qualche modo realtà fattuale. I designer, almeno quelli che intendono continuare a considerarsi esponenti di una professione intellettuale, avvertono una nuova esigenza di identità: assume nuova importanza la storia del design per dare il senso di appartenenza ad una tradizione. Connesso a questo fenomeno, si presenta l’enorme incremento della domanda di insegnamento, con rigonfiamento dei corsi di design nelle facoltà di Architettura e proliferare di scuole in piccola parte statali (ISIA), più generalmente private. Anche in quest’ambito, per ragioni accademiche ma non solo, si sviluppa una nuova attenzione all’insegnamento della storia del design, nascono seminari e corsi sull’argomento. Logicamente l’editoria, di fronte a questi processi, inizia ad individuare un mercato per la storia del design.

C’è infine da considerare il rapporto tra industrie e design: anche qui è in corso un

passaggio di fase, in particolare, ma non solo, per le industrie dell'arredamento, molto importanti per l'immagine del design italiano. Con la fine degli anni Settanta si è compiuta una fase della modernizzazione del paese, quella che a partire dalla ricostruzione postbellica ha visto un progressivo affermarsi del mobile di design come simbolo della modernità, di un nuovo modo di vivere e abitare. Il mercato sta cambiando: la stessa gerarchia delle industrie del mobile, che ha visto a lungo trainanti quelle che si qualificavano per il design, si va modificando anche per la spinta della crescente mondializzazione. È così che molte industrie di design, per consolidare e rilanciare la propria immagine, trovano utile sponsorizzare storie aziendali, biografie dei designer con cui hanno lavorato, esposizioni con relativi cataloghi: ne deriva quel proliferare di scritti a cui ho già accennato.

L'insieme dei motivi fin qui tratteggiati in riferimento allo sviluppo degli studi storici sul design si inquadra in definitiva in un processo complessivo di cambiamento. Con gli anni Ottanta si evidenzia infatti, in Italia, quel processo di sviluppo tecnologico da alcuni definito 'terza fase della rivoluzione industriale', che si accompagna alla mondializzazione crescente. Questo mutare di scenario viene avvertito con crescente consapevolezza, al di là delle posizioni di chi tende a esaltarlo con piglio 'neofuturista' e di chi ne ammette l'esistenza ma ne nega il carattere di discontinuità. Inoltre il passaggio dagli anni Cinquanta agli anni Ottanta, e non solo nella situazione italiana, è caratterizzato da un cambiamento di dominante culturale. Piuttosto che far ricorso alla nozione di 'postmoderno', che sembra alludere a un già risolto superamento del moderno, preferisco parlare di un processo di trasformazione i cui risultati cominciano ora a diventare espliciti: concordo in questo con Varela quando scrive che oggi "esistono notevoli indizi che si stia sviluppando rapidamente un radicale cambiamento paradigmatico o epistemico" (1992, p. 9). A me sembra che, in questo cambiamento di paradigma, la storia, dopo una fase di sottovalutazione, torni ad assumere ruolo. Negli anni Ottanta, allora, pensare o ripensare la storia del design è anche un modo di ripensare il design stesso, i suoi compiti, i suoi referenti, in un nuovo scenario in cui quei quadri teorici ai quali la cultura del progetto faceva riferimento in precedenza, sembrano sempre più inadeguati. Quando Gregotti nell'introduzione alla sua *Storia* parla della necessità di continuare a pensare il progetto come tensione verso un "principio di speranza" (1986, p. 15), e quando Frateili, per fare solo un altro esempio, aggiunge al titolo della seconda edizione del suo libro *L'ossimoro Continuità e trasformazione*, entrambi riflettono appunto, in modi diversi, gli interrogativi che la nuova situazione pone.

Storia e storiografia

Tratteggiate alcune risposte al primo interrogativo posto, si pone una seconda questione riferita al tema stesso del convegno *Design: storia e storiografia*. 'Storiografia' è termine che ha una sua ambiguità e usi differenti. Viene spesso adoperato come sinonimo di storia o per riferirsi al complesso di opere storiche relative a un determinato periodo. Ma significa anche, e qui viene assunto in questa accezione, riflessione critico-metodologica sulla storia e sui modi di fare storia: ciò implica la messa in prospettiva storica degli studi storici stessi, ciò che Le Goff (1977) chiama "storia della storia" (p. 119).

Quali problemi il recente sviluppo italiano di studi storici sul design evidenzia e determina? A mio avviso questi studi presentano impostazioni teoriche molto diverse e suscita meraviglia che non ne sia derivato un dibattito adeguato tra gli studiosi. Sembra

quasi che esista una sorta di indifferenza circa gli assunti su cui si fonda un determinato scritto: quasi che il fare storia sia attività di ovvio pragmatismo, se non meramente classificatoria, rispetto a cui gli assunti teorici hanno funzione retorica, priva di conseguenze concrete. Ciò è singolare e non aiuta certo il procedere degli studi e delle ricerche. D'altro canto non si può tacere un'altra considerazione: è pur vero che gli assunti teorici sono spesso affidati a introduzioni intriganti ma prive di conseguenze sul reale corpo degli studi condotti, che risultano quindi simili pur in autori responsabili di dichiarazioni teoriche diverse. Questo convegno ha lo scopo di aprire una riflessione sulle modalità di fare storia del design, e quindi sui vari modelli teorici e sulle loro differenze. Si badi bene, non è che qui si auspichi una modalità univoca di fare storia: ben venga un'articolazione di posizioni differenti. Il problema è che ciò sarà tanto più utile quanto più le varie posizioni, confrontandosi, facciano emergere reali problemi, a partire dai differenti risultati che impostazioni differenti dimostrino di saper raggiungere.

A questo punto, prima di prendere rapidamente in esame le quattro storie del design pubblicate in Italia negli anni Ottanta e già citate, apriamo una parentesi. La tradizione di studi storici sul design è fortemente caratterizzata da assunzioni di tipo ideologico. Ciò è verificabile almeno secondo due aspetti. Il primo è costituito dalla tendenza a proporre, piuttosto che un punto di vista secondo il quale affrontare un determinato universo di discorso, una definizione di design, con la pretesa di coglierne la 'struttura oggettiva' cui seguire l'inverarsi nella storia. Per citare i testi 'seminali', ciò vale per l'idea di design come superamento della scissione tra arte e industria in Read (1934); oppure secondo la nozione di Movimento Moderno in Pevsner (1936); o ancora, ma qui il discorso dovrebbe allargarsi, secondo l'affermarsi progressivo della meccanizzazione in Giedion (1948). Il secondo aspetto, ma al primo connesso, è costituito dalla tendenza a rappresentare lo sviluppo del design nella storia secondo una logica di continuità a partire dal primo manifestarsi della 'struttura oggettiva'. È proprio di Giedion una frase indicativa in questo senso: "Compito dello storico è, in primo luogo, riconoscere i germogli e - al di là di tutto ciò che va scartato - evidenziare la continuità dello sviluppo" (Giedion, 1928, citato da Scavini & Sandri, 1984, p. 198). L'idea della continuità è cara a ogni filosofia della storia, ma anche a un pensiero scientifico largamente diffuso nei primi decenni del secolo, di cui esponente tipico era Poincaré, secondo cui "nella natura tutte le variazioni debbono avvenire in modo continuo".

Nella situazione italiana la tendenza è quella di definire ciò che il design dovrebbe essere in adesione ad una precisa opzione ideologico-culturale, piuttosto che analizzare il modo concreto con cui esso si manifesta nella realtà. Per fare un esempio, proviamo a esaminare il libretto di Dorflès *Introduzione al disegno industriale* (1972). È difficile ricavarne una definizione esplicita di design, ma a ben vedere Dorflès indica con precisione che cosa all'epoca si riteneva che il design dovesse essere. Lo fa definendo in termini negativi lo *styling*:

la progettazione che si limita a una mera modificazione formale del prodotto, senza nessun'altra ragione tecnica o scientifica, soltanto per accrescerne la 'piacevolezza' e aumentarne la vendita. Equivale a 'cosmesi' ed è stata usata soprattutto negli USA e nelle nazioni dove il consumismo è più accentuato (Dorflès, 1972, p. 124).

Nelle parole dell'autore si legge in trasparenza la critica allo *streamline* o 'maniera stilistica americana', e si privilegia la 'sincerità' dell'oggetto (la trasparenza tra interno

ed esterno è tema tipico della cultura razionalista del progetto) e quindi, ad esempio, l'aderenza della scocca alle ragioni del nocciolo tecnico (il che, oggi, con la miniaturizzazione, risulta problematico). Si rifiuta implicitamente la decorazione, loosianamente riassunta come cosmesi: anche questo è tema tipico del razionalismo e ha ascendenza nella cultura neoclassica, dove la 'piacevolezza' è tutt'al più perseguibile attraverso la precisa e 'sincera' organizzazione dei materiali impiegati. Secondo Lord Kames, per fare un riferimento al Settecento, la ridondanza diminuisce la pregnanza della comunicazione e "simplicity ought to be the governing taste", per cui bisogna rifiutare la decorazione che comporta "a miserable jumble of truth and fiction" (Lord Kames, 1762, citato da Messina, 1984, p. 40). Come si vede, la definizione di Dorflès si colloca all'interno di un'identificazione del design con il razionalismo, solita allora e perdurante a lungo, che va in crisi con gli anni Settanta per ragioni culturali, come abbiamo già visto, ma anche fattuali, ad esempio per la trasformazione e lo sviluppo delle tecnologie.

Detto questo, torniamo alle nostre quattro storie: in esse risultano evidenti, a me sembra, due caratteristiche. Prima di tutto, i modelli storiografici adottati sono in buona misura dichiarati; in secondo luogo, essi sono diversi quando non divergenti. Limitandosi all'individuazione di alcuni aspetti immediatamente confrontabili, si possono mettere a fuoco alcuni temi: tra questi, in primo luogo la definizione di design che ciascuno degli autori formula; poi, ad essa connesso, il termine *a quo* che viene assunto per la narrazione storica. Gregotti (1986) dichiara "illusorio voler rispondere direttamente alla questione: che cosa è il design?" e specifica: "Bisogna seguire il cammino teorico che lo fonda come terreno e come oggetto di ricerca" (p. 11). Propone però 'disegno' in luogo di 'design', sostituzione di termini che vuol essere insieme una "limitazione e un invito" (p. 9). Limitazione, perché punto di vista privilegiato del libro è quello del progetto, e il termine disegno viene appunto inteso "nel suo rinascimentale significato di proposito, tecnicamente agito" (p. 9). Invito, perché sono necessari per "un vero livello di maturità storica, molti diversi contributi: di storici dell'industria, dell'economia, dell'arte, della cultura materiale" (p. 9). Scopo dichiarato è "correggere la deformazione culturale che fa del design italiano una pura appendice della cultura architettonica del Movimento Moderno" (p. 9). Coerente con questo assunto è l'intenzione di restituire alla 'cultura industriale' il proprio contributo progettuale. Gregotti pone quindi la nascita dei design nell'Inghilterra della metà del Settecento; per l'Italia termine *a quo* è il 1860, perché qui il processo di industrializzazione inizia in ritardo. In quest'ottica, individua lo sviluppo parallelo di due percorsi storici: uno, definito di "politica realistica" (p. 13), che dall'Inghilterra di Wedgwood e degli ingegneri della seconda metà del Settecento si sviluppa attraverso Cole, Semper, Muthesius; l'altro filone coincide con quello "da Morris a Gropius" (p. 14) ricostruito da Pevsner (si ricordi come nel Pevsner dei *Pioneers* il ruolo di Cole sia appena accennato e la figura di Semper quasi del tutto tralasciata). I tre volumi della *Storia del disegno industriale* con la direzione scientifica di Enrico Castelnuovo (1991) appaiono in buona parte uno sviluppo successivo, e non limitato all'Italia, del programma formulato da Gregotti. Il termine *a quo* è fissato a metà del Settecento: "Quella del design è una storia che nasce con la progettazione di oggetti prodotti industrialmente" (Castelnuovo, 1991, p. 8). La scansione in tre volumi, con sottotitoli diversi (*1750-1850: L'età della rivoluzione industriale; 1851-1918: Il grande emporio del mondo; 1919-1990: Il dominio del design*), indica una volontà di

periodizzazione non di comodo che però trova solo parziale motivazione nell'introduzione. Infatti qui Castelnuovo fa riferimento piuttosto alla tecnologia, anzi ai "mutamenti rapidi e continui nella tecnologia che caratterizzano le prime due fasi della rivoluzione industriale, quella dell'economia organica avanzata e quella dell'economia basata su energie minerali" (p. 9). Questa volta non si parla di 'disegno' ma di 'disegno industriale': e Castelnuovo, in accordo con Gregotti, afferma che "la natura stessa del design in quanto attività progettuale comporta una tensione verso l'avvenire" (p. 10). Ma altrove si rileva l'ambiguità del termine design: "Nello specchio della storiografia immagini diverse del design, o meglio di quelle attività che vanno sotto questo ambiguo nome, si affiancano o si sovrappongono; ognuna illustra un approccio possibile, un volto dell'insieme". Come si vede, c'è una nuova attenzione alla riflessione storiografica: ne deriva un inizio di lettura storica delle storie 'seminali' del design (Read, Pevsner, Giedion): il definire il design come un 'problema' e la sua storia come una 'storia-problema', nel senso posto da Febvre e ripreso da Le Goff, il contrapporre la 'storia-problema' all'ideologia e al pragmatismo che, come abbiamo accennato, sono proprio i due limiti maggiormente presenti nella tradizione delle storie del design. Ne deriva anche una nuova insistenza sul fatto che "fare storia del design significa fare molte storie" e ciò si traduce nel fatto che il primo volume dell'opera presenta, dopo l'introduzione, sei saggi di autori diversi su temi che vanno dalla tecnologia ai trasporti alle forme di rappresentazione. Purtroppo questo impegno si riduce con lo sviluppo dell'opera stessa, tant'è che nel terzo imminente volume, i saggi previsti si riducono a tre, tutti dedicati sostanzialmente al design. La seconda parte di ogni volume presenta storie di autori diversi, in gran parte non italiani, dedicate alle vicende del design in vari paesi: è quindi molto utile nella situazione italiana, vista la scarsità di studi storici tradotti da altre lingue. La terza parte propone storie di tipologie di oggetti, secondo il modello già presente nella storia di Gregotti. Ma spesso si tratta di scritti troppo brevi per essere di qualche utilità, tenendo anche conto della loro discontinuità di livello. Infine è da sottolineare per la sua importanza l'affermazione di Castelnuovo secondo cui nel fare storia del design occorre "assumere l'abito e il comportamento dello storico" (p. 11).

La *Storia del disegno industriale italiano* di Frateili (che nella prima edizione del 1983 ha come sottotitolo *Quasi una storia ideologica*) inizia dal 1928 con un'esplicita presa di posizione che pone "la matrice del design unicamente nel grande alveo razionalista, di eredità bahuasiana" (Frateili, 1989, p. 14). A giudicare inoltre dall'epigrafe del volume, Frateili concorda con Argan, secondo cui la storia del design "è la storia degli sforzi rivolti, da Morris in poi, ad eliminare la dissociazione posta fra arte e produzione, determinata dalla rivoluzione industriale" (p. 11). Sono tesi, come si vede, concordanti con quelle di Read e di Pevsner (di quest'ultimo viene di fatto ripresa un'idea unitaria di quel Bauhaus che la ricerca degli ultimi decenni, da Wingler in poi, ha rivelato essere realtà ben più complessa e contraddittoria). Ciò è singolare perché, nell'introduzione al libro, Frateili definisce filo conduttore della sua storia "le vicissitudini attraversate dal tema della macchina" (p. 10): tema, questo, più vicino alle posizioni di Giedion - che del resto nel testo riceve ampi apprezzamenti - o di Banham piuttosto che a quelle di Read e Pevsner, citati solo nella bibliografia. Obiettivo del libro è "vivisezionare la cultura del design", intesa come "stratificazione evolutiva dell'apparato concettuale di questo campo operativo" (p. 9), in integrazione ma autonoma rispetto al mondo dell'industria. Quindi il

testo è costruito attraverso il “duplice binario della storia delle idee e della storia degli oggetti” (p. 9) ed esamina anche la principale letteratura storica sul design degli anni Ottanta. Frateili ha così il merito di aver aperto, forse per primo in Italia, una riflessione sui modelli storiografici adottati dai vari autori, riflessione che purtroppo finora, come si è già osservato, non ha suscitato un adeguato dibattito. In particolare Frateili, pur concordando nell’assumere come centrale la cultura del progetto, è polemico nei confronti di Gregotti su diverse questioni. Definisce “una retrodatazione storica rispetto all’effettivo formarsi del disegno industriale come nuova disciplina” il fatto che Gregotti assuma, come termine *a quo* della sua storia, l’inizio del processo di industrializzazione invece che il Bauhaus. Ritene che tale ‘retrodatazione’ dipenda dal porre “la stretta aderenza del disegno del prodotto al mondo dell’industria” (pp. 166-167), tesi che altrove critica come “concezione integralista design-industria di matrice produttivistica” (Frateili, 1983, p. 13) che comporta la cancellazione della “relativa autonomia del progetto rispetto al mondo della produzione” (p. 14). Anche nei riguardi di De Fusco esprime precise obiezioni, criticandolo di pragmatismo, probabilmente per il suo rifiuto di posizioni ideologiche nella definizione del design, ma soprattutto di allontanarsi, con il suo ‘artificio storiografico’ di cui parleremo in seguito, dalla “nozione insita, connaturata, della centralità della progettazione del prodotto” (Frateili, 1989, p. 168).

De Fusco (1985) ritiene che l’industrial design “non abbia avuto ancora un’adeguata teoria e una vera e propria storia” e ciò a causa della “impostazione prevalentemente ideologica” degli studi (p. VII). Ritene in particolare che le carenze teoriche siano determinate dal fatto che per teoria si è inteso “la ricerca di una definizione del design peraltro continuamente smentita dai fatti” mentre “la storia del design è stata sempre vista nella falsariga di quella dell’architettura” (p. VII). Sono rilievi del tutto condivisibili, a mio avviso. A proposito del secondo, basti ricordare come la storia del design sia stata spesso vista nell’ottica del modello pevsneriano; ovvero come spesso la vicenda del design, o episodi di essa, risultino inclusi in testi di storia dell’architettura, ad esempio in quello di Banham. Però va anche detto che la *Storia* di De Fusco ha tra i suoi pregi proprio l’essere opera di uno storico dell’architettura che vi ha introdotto una precisa conoscenza del dibattito teorico e critico relativo agli sviluppi della cultura progettuale e ai suoi riferimenti estetico-filosofici. Per scrivere la storia di “qualcosa che non è stato ancora teoricamente definito”, De Fusco propone di non preoccuparsi di “cosa è il design, ma di descrivere come esso si manifesta” (p. VII). A questo fine formula un ‘artificio storiografico’ che, invece di poggiare su una definizione di design, riassume la sua fenomenologia, individuata in un processo nel quale sono in relazione tra loro quattro fattori “il progetto, la produzione, la vendita e il consumo” (De Fusco, 1985, pp. VII-VIII). Si tratta, come si vede, di un modello che tenta di evitare con un approccio empiristico o operazionista, gli errori derivanti da un’indebita attribuzione di universalità ai concetti, definendoli piuttosto in termini di operazioni o processi. C’è probabilmente anche la ripresa di modelli analoghi messi a punto nella sociologia dell’arte: e a questo faremo successivo riferimento.[9] C’è infine forse, nel ‘quadrifoglio’ dello storico napoletano, il ricordo dell’inchiesta condotta da Pevsner (1937) a metà degli anni Trenta sulla situazione dell’industrial design in Inghilterra, libro mai tradotto in italiano. L’inchiesta si basava su interviste con i produttori, gli artisti, gli architetti e i commercianti; era completata dall’analisi delle risposte a un questionario distribuito ai visitatori di una mostra di design, indicata da Pevsner stesso. I quattro aspetti del

‘quadrifoglio’, appunto.

Ancora rilevanti nel modello di De Fusco sono due questioni. Per quanto riguarda il termine *a quo* egli inizia, con un capitolo intitolato *La stampa come design*, da Gutenberg e dal Quattrocento. Segue la trattazione dell’industrial design a partire dalla rivoluzione industriale nell’Inghilterra del Settecento. E pone un interrogativo: o la stampa “va riconosciuta come un fenomeno di disegno industriale *ante litteram*” o “si è tentati di rivedere l’intera periodizzazione della storia dell’industria” (De Fusco, 1985, p. 15). Con ciò De Fusco revoca in dubbio la ricerca di un’unica data di nascita del design e pone invece il problema di differenti date di inizio per differenti tipi di design. La seconda questione è che sviluppa la narrazione storica per fasi temporali centrate su paesi diversi, introducendo il concetto di ‘nazione-azienda’ e cioè di nazioni che diventano di fase in fase “in fatto di design, il paese-guida” tanto da permettere di considerare il design dell’intera nazione “come quello di un’unitaria azienda” (p. 75).

Come si vede, i modelli storiografici adottati dai vari autori di storie del design negli anni Ottanta differiscono per questioni non marginali. Se si estendesse l’osservazione ad altri testi, si troverebbero ulteriori differenze. Quintavalle (1983), a proposito del termine *a quo*, scrive che la progettazione industriale nasce “con l’industria e quindi, per il bacino mediterraneo, almeno dall’età greca e dalla romana in avanti, per cui risulta ridicolo leggere storie che cominciano dalla rivoluzione industriale (così detta) settecentesca inglese, ed ottocentesca per il resto dell’Europa” (p. 38). Secondo Heskett (1990), per quanto riguarda il disegno industriale “la sua caratteristica essenziale, che è la separazione del designer dal processo produttivo, fece la sua comparsa prima della rivoluzione industriale dalla fine del Medioevo in poi” (pp. 10-11). Questi sono solo due esempi. Va poi ricordato un secondo problema, al quale si è già accennato. Nei testi storici dei quali stiamo parlando, ma non solo in essi, alle diversità tra i modelli teorici non corrisponde un’analoga differenza nei temi trattati, nei casi selezionati, negli approfondimenti introdotti, nelle valutazioni espresse. La diversità degli assunti teorici, o ideologico-culturali, si rivela in buona parte incapace di fornire chiavi di lettura diverse del piano storico fattuale, come già avevo sottolineato in precedenza. Sono due argomenti che, a mio avviso, riconfermano con chiarezza la necessità di una nuova riflessione di tipo storiografico.

L’opportunità di avviare una riflessione storiografica riceve impulso, come si vede, proprio dallo sviluppo di studi storici che si è recentemente avuto. Su questo terreno di riflessione gli storici del design sono in ritardo rispetto a quanto avvenuto in molti altri settori disciplinari, non ultimo la cultura architettonica. Si pensi, ad esempio, a come la storiografia architettonica in Italia, con un libro di grande interesse pubblicato nei primi anni Ottanta da due studiose, Scalvini e Sandri (1984), abbia fatto i conti con autori come Pevsner e Giedion. E si aggiunga che su Giedion si è tenuto pochi anni fa in Svizzera un importante convegno, ma sempre in riferimento ai suoi testi sull’architettura. Sarebbe invece molto utile una ripresa di riflessione su Giedion, ingiustamente trascurato in Italia, mentre appaiono ancora agenti le teorizzazioni di Pevsner.

A questo proposito non ha portato un contributo sostanziale alla cultura del design, a parte le contrapposizioni frontali, nemmeno il dibattito moderno-postmoderno che si è sviluppato tra gli anni Settanta e Ottanta. Valga qui un solo esempio. Il merito principale del testo di Scalvini e Sandri è quello di ricostruire, con ripresa dei testi, acribia filologica e in alcuni casi prime traduzioni in italiano, il percorso degli studi

sull'architettura moderna tra gli anni Venti e gli anni Quaranta. Su questa base argomenta la tesi secondo cui la storia del Movimento Moderno - che si delinea progressivamente in questo periodo fino ad assumere forma 'canonica', sulla base tra l'altro dei *Pioneers* di Pevsner - sia simile a una narrazione, un *plot*, costruito intorno a un filo conduttore che, dalla ottocentesca 'caduta' nell'eclettismo, progressivamente risale sino all'affermazione etico-estetica del 'moderno' compiuta dal Bauhaus: dalla caduta alla rinascita, nel classico spirito della storia agostiniana. E sono ancora Scalvini e Sandri a rilevare acutamente come, alla crisi di quella immagine storiografica, abbia corrisposto un altro *plot* specularmente rovesciato, il *postmodern*, con la variante che a giocare il ruolo del *villain in the story* non è più l'eclettismo ottocentesco, ma al contrario l'asserito "puritanesimo del movimento moderno" (Scalvini & Sandri, 1984, p. 23). La posizione di Scalvini e Sandri si colloca all'interno di un ampio arco di studi di vari autori che sostanzialmente concordano con questa ipotesi.^[10]

Riferiamoci adesso, a proposito della polemica 'moderno-postmoderno', al libro di Branzi *La casa calda. Esperienze del Nuovo Design italiano*, al quale abbiamo già fatto cenno. Esso appare il tentativo più significativo di riscrittura della storia del design in polemica con il Movimento Moderno e quindi, si penserebbe, con la storiografia che lo ha caratterizzato e legittimato. È singolare che esso assuma un modello coincidente con quello pevsneriano, salvo un capovolgimento di segno per cui ciò che nell'uno è positivo, figura come negativo nell'altro. Inizia anch'esso con la metà dell'Ottocento, ma mentre in Pevsner il percorso storico si svolgeva come progressivo avvicinamento alla scoperta della 'verità' incarnata nel Bauhaus, qui invece dalla verità ci si allontana progressivamente. Se per Pevsner l'eclettismo era il male, qui si lamenta che "il grande patrimonio dei revival medioevali, dei decori, delle citazioni letterarie, scompare per lasciare il posto ad una forma dilavata" (Branzi, 1984, p. 20). Ma se la 'storia canonica' del Movimento Moderno si è rivelata una 'favola morale' che definisce quali sono i valori, rimprovera i tentennanti, espunge o trascura i liberi pensatori, ebbene è solo nel riverificarne integralmente il percorso che possono affiorare le aporie del moderno, fili conduttori alternativi, una diversa complessità. Se il 'postmoderno' si contrappone al 'moderno' come semplice ribaltamento, ne risulta solo la variante speculare. Proprio in questo senso Tafuri (1981) ha scritto, riferendosi a quella che è stata definita 'storia canonica': "Chi ha inventato il postmoderno non ha fatto altro che confermare, per antitesi, quella storia sacra" (p. 84). Come si vede, anche questo è un problema di storiografia del design in merito al quale occorrerebbe procedere negli studi e nel dibattito.

Un ultimo problema riguarda le posizioni di alcuni studiosi americani, come Margolin e Dilnot. Ho già accennato come in America sia in atto una riflessione sulla storia del design, e una sistematizzazione dei suoi materiali, più avanzata di quanto sia finora avvenuto in Italia. In un suo scritto Margolin riflette sull'incapacità della letteratura sul design di dare di esso una definizione coerente e condivisa. E pone l'interrogativo: è possibile fare storia di qualcosa che non si è in grado di definire e di cui non si è in grado di mappare il territorio? Dilnot (1984) esprime una posizione ancor più pessimistica, ma non differente nella sostanza, quando scrive: "La storia del design nel senso di una singola e organizzata disciplina con scopi e obiettivi definiti non esiste" (p. 220). Mi sembra un pessimismo eccessivo. È vero che le definizioni di design presenti nelle varie storie sono, come abbiamo visto, numerose e varie. Per fare solo qualche altro

esempio, oltre quelli già adottati, si può aggiungere che, come ci ricorda Maldonado (1976), “nella terminologia anglosassone l’*industrial design* si identifica esclusivamente (quasi) con il *product design*” (p. 79); oppure che Pulos (1986) definisce curiosamente il design come “il lievito dell’*american way of life*” (p. VII). È anche vero, come abbiamo sottolineato, che i modelli storiografici sono diversi e spesso contraddittori.

Eppure il vero problema non mi sembra questo. Io ritengo positivo, come ho già detto, che le storie del design tendano ciascuna, più o meno esaurientemente, a definire il proprio modello, o ‘artificio storiografico’, per dirla con De Fusco. Quello che è negativo è che ci sia poco dibattito su questi modelli per verificarne la coerenza e le implicazioni teoriche, e per farne progredire l’elaborazione. Mi sembra quindi che ciò riconfermi non l’impossibilità di fare storia del design quanto la necessità di dibattito e di approfondimento storiografico in un settore che, anche per relativa giovinezza, è ancora in qualche modo immaturo.

C’è da aggiungere che uno dei fenomeni che più hanno caratterizzato gli studi storici del nostro secolo, è stato il nascere di tutta una serie di nuovi settori di ricerca. Le Goff (1977) ne traccia un breve elenco: storia delle rappresentazioni, delle ideologie, delle mentalità, dell’immaginario, del simbolico.^[11] Sono esempi, e se ne potrebbero aggiungere altri, di storie con oggetti di studio non definiti certo né più chiaramente né in modo più condiviso di quanto avvenga per il design. Le Goff ne riconosce la positività perché così ci si avvia a riconoscere realtà storiche a lungo trascurate: e a me sembra difficile negare una realtà storica al design. Se poi si pensa alla storia dell’arte, e alle difficoltà di dare una definizione di arte, si può ritenere, magari un po’ empiricamente, che non dovremmo preoccuparci troppo.

Rimane un’ultima questione. Margolin (1989), per ovviare agli inconvenienti che ha sottolineato, propone di rinunciare al tentativo di procedere in modo sistematico sul terreno storico e di privilegiare un tipo di lavoro definito *design studies*. Con questa formula intende momenti di incontro e confronto sul design con la partecipazione di studiosi di diverse discipline, storia inclusa, interessate al design. Solo in questo modo sarebbe possibile procedere senza naufragare nella genericità. Si tratta, come si vede, di un’idea molto interessante che del resto è stata già utilmente messa in pratica da Margolin. Ed è un modo di procedere già applicato nella storia della scienza dove studiosi come Kröber hanno formulato l’ipotesi di un programma interdisciplinare di ricerca, definito “science of science”, che prevede appunto momenti di lavoro collettivo di studiosi di varie discipline. Io però concordo con Kröber quando scrive che “sarebbe del tutto erroneo parlare di un semplice inglobamento della storia della scienza nella scienza della scienza (science of science)” (1978, p. 67-68, citato da Kragh, 1987, p. 39). Parafrasando, ritengo che sarebbe erroneo parlare di un semplice inglobamento della storia del design nei *design studies*. L’utilità del confronto non elimina la necessità che ciascuna disciplina, o ciascun settore di studio, sviluppi al suo interno approfondimenti e necessità di coerenza, proprio perché il lavoro collettivo abbia senso e non si disperda nella genericità di troppe passate esperienze interdisciplinari.

Interrogativi finali

Questa è l’introduzione ai lavori di un convegno che, per la sua stessa natura, non prevede conclusioni ma, se possibile, la selezione di nuclei problematici intorno a cui concentrare la ricerca futura. Ciò che a me interessa è quindi proporre, sulla base delle considerazioni fin qui svolte, alcuni interrogativi su questioni che ritengo meritevoli

approfondimento. Per iniziare, mi sembra utile riprendere un concetto già espresso. In quelli che sono definiti 'seminal books' del design (Read, Pevsner, Giedion), con influenza su gran parte degli studi successivi, ciò che appare più datato sono due concetti: la pretesa di cogliere attraverso una definizione la 'struttura oggettiva' del design (ne deriva il fissare con precisione la data di nascita); la pretesa di ricostruirne lo sviluppo storico secondo una logica di continuità (in tal modo la storia diventa essa stessa dimostrazione della verità della definizione).

Come superare questa impostazione? Procediamo per gradi. Prima di tutto a me sembra utile riferirsi ad una ipotesi formulata da Maldonado (1974):

L'industria, in quanto entità astratta e monolitica, è stata il mito del XIX secolo. In realtà, ciò che esiste veramente sono le industrie. È per questo motivo che non c'è un solo industrial design, ma ve ne sono parecchi, molto diversi l'uno dall'altro. La concezione monistica di industrial design dovrà essere sostituita da una pluralistica (p. 144).

Questa ipotesi di lavoro è stata successivamente ripresa da Zorzi (1986), che ha affermato l'impossibilità di continuare a parlare di design in maniera totalizzante laddove non si può non distinguere rispetto ai singoli settori, ai contenuti tecnologici delle differenti tipologie di manufatti, ecc. Vanno poi ricordate le già citate posizioni di De Fusco (1985) circa la stampa come fenomeno di disegno industriale, o quella di Heskett (1990), in particolare sul tessile su cui è d'accordo anche Bologna (1972): con i relativi problemi di retrodatazione rispetto ai termini *a quo* più generalmente condivisi. È possibile allora correlare a questa ipotesi un'altra indicazione, formulata da Tafuri (1979) che, a proposito di architettura, parla di "molti inizi per le nostre molte storie" (p. 5). Una tale impostazione elimina il problema improduttivo della ricerca delle origini, avvicinandosi a quella concezione 'genetica' della storia di cui è sostenitore Le Goff (1977), che scrive: "La storia ha tutto l'interesse a sostituire nella sua problematica l'idea di genesi, dinamica, a quella, passiva, delle origini, che già Bloch criticava" (p. XVI). C'è poi la questione della nozione di continuità nel ricostruire le vicende del design, di tipo storicistico ma anche legata a posizioni epistemologiche invecchiate, come ho in precedenza ricordato, citando Poincaré. Anche a livello scientifico la sostituzione delle teorie genetiche (Prygogine, Thom, ecc.) alle teorie stabiliste fondate sulla continuità, indica la possibilità di lavorare su una combinazione complessa di continuità e discontinuità. Esiste oggi una certa convergenza nel definire l'attuale come una fase caratterizzata dalla dimensione informatico-informativa e dal livello crescente di mondializzazione. Nel definire questa fase si esprimono punti di vista molto diversi, si parli con Toffler (1980) di "terza ondata", si parli di 'postindustriale', o più semplicemente di terza fase della rivoluzione industriale. Non è il caso qui di mettere a confronto le differenze tra queste definizioni. In ogni caso, è generalmente accettata un'articolazione per fasi della vicenda dell'industrializzazione e della mercificazione. Mi sembrerebbe allora utile, per fuoriuscire dal mito della continuità, riformulare una serie di questioni sulla storia del design, definendo con precisione quadri che analizzino e esplicitino le relazioni, di fase in fase, tra momento tecnico-produttivo, cultura progettuale, meccanismi del mercato.

Ciò ci introduce alla questione centrale, quella della definizione di design. Ho già fatto riferimento, a proposito del modello interpretativo del design presente nella *Storia* di De Fusco, a quel modello da più parti proposto per l'arte (e lo si è visto citando Klingender,

Castelnuovo e Burger) che può essere così definito parafrasando appunto Burger (1970): l'universo di discorso in questione è costituito dall'istituzione design, concetto in cui si raccolgono, dal punto di vista della sua istituzionalizzazione sociale, la totalità dei rapporti di produzione, progettazione, distribuzione e ricezione del design, nonché dei modi con cui in una determinata epoca si rappresenta il concetto stesso di design. Questo ultimo aspetto, finora trascurato, a me sembra di grande importanza. Piuttosto che interrogarsi su cosa sia il design, sarebbe certo più utile avviare un lavoro di ricostruzione dei modi e delle norme con cui, nelle varie fasi storiche, il concetto di design si è rappresentato, tenendo conto di come esso implichi anche il definirsi della figura del designer e del suo ruolo. Va ancora aggiunto che con 'ricezione' non si intende solo il consumo delle merci ma altresì la disponibilità all'appropriazione da parte del destinatario, la concretizzazione compiuta dal fruitore che dà vita all'opera, secondo quella proposta che va sotto il nome di 'estetica della ricezione' avanzata dalla scuola di Costanza e da Jauss (1972) in particolare. A me sembra che il concetto di 'istituzione design' non sia solo un'ipotesi storiografica: esso corrisponde al reale affermarsi dell'istituzionalizzazione del design in modo sempre più evidente nella società industriale matura, in riferimento alla progettazione delle merci all'interno di essa. Se ciò è vero, ne deriva che senza tenerne conto è ben difficile oggi, e lo sarà sempre di più in prospettiva, affrontare il discorso sul design. È evidente come il concetto di 'istituzione design' permetta di lavorare operando ricostruzioni storiche riferite ai diversi aspetti che la compongono, sapendo però che ognuno rimanda a un tessuto relazionale più ampio, e che ognuno prevede la possibilità e l'utilità dell'assunzione di altri punti di vista disciplinari.

In questo senso, e ricordando il felice invito di Castelnuovo ad occuparsi di storia del design da storici, può essere utile ricordare quanto stia avvenendo nel campo delle discipline storiche, e in generale nell'ambito delle cosiddette 'scienze umane'. Qui nella ricerca è sempre in maggiore sviluppo la tendenza a impostazioni multi-disciplinari, se non addirittura post-disciplinari, per usare la terminologia di Ferrarotti (19 settembre 1993), che parla con ottimismo della collaborazione che si va instaurando tra le scienze sociali, con tendenza a concepire la storia "come storia 'cubista', ossia a concepire il racconto storico come un racconto che si muove e coinvolge una molteplicità di piani" (p. 23). Questa è in definitiva la prospettiva verso la quale deve muoversi, a mio avviso, la storia del design.

Oggi, nella contraddizione tra mondializzazione e culture locali, si rileva l'inadeguatezza della cultura del design e di entrambe le sue tradizioni, che pure tendono a fondersi acriticamente, e che sono così schematicamente riassumibili: quella europea, che ha alla base la tradizione intellettuale delle libere professioni, e quella americana, legata sin dagli inizi non solo alla produzione ma alla comunicazione e al mercato (si ricordi che Teague e Loewy cominciarono come illustratori e grafici pubblicitari, Dreyfuss come scenografo, ecc.). Per concludere, quindi, a me sembra che l'importanza dello sviluppo degli studi storici, e dell'insegnamento della storia del design, sia oggi assolutamente crescente, in una fase in cui i designer sono sempre più spinti ad operare in quello che Maldonado (1976) definisce "stato di sonnambulismo professionale" (p. 72). In questo senso è sempre Maldonado a ricordarci, citando Bloch, che bisogna "comprendere il passato mediante il presente" ma, insieme, che "l'incomprensione del presente nasce fatalmente dall'ignoranza del passato" (Maldonado, 1987, p. 110).

Il testo è una trascrizione - aggiornata unicamente per quanto riguarda l'adeguamento alle norme redazionali della Rivista - del testo pubblicato in: Pasca, V., Trabucco, F. (1995). *Design: storia e storiografia. Atti del 1° Convegno internazionale di studi storici sul design (Milano 1991)*. Esculapio: Milano.

Bibliografia

- Argan, G. C. (1957). *Walter Gropius e la Bauhaus*. Torino: Einaudi.
- Bologna, F. (1972). *Dalle arti applicate all'industrial design. Storia di un'ideologia*. Bari: Laterza.
- Branzi, A. (1984). *La casa calda. Esperienze del Nuovo Design italiano*. Milano: Idea Books.
- Burdek, B. E. (1991) *Design: Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung*. Koln: DuMont Buchverlag.
- Burger, P. (1990). *Teoria dell'avanguardia*. Torino: Bollati Boringhieri. (Pubblicato originariamente nel 1974).
- Castelnuovo, E. (1985). *Arte, industria, rivoluzioni*. Torino: Einaudi
- Castelnuovo, E. (a cura di). (1991). *Storia del disegno industriale*. (Volumi 1-3). Milano: Electa.
- De Fusco, R. (1976). *Le Corbusier designer. I mobili del 1929*. Milano: Casabella.
- De Fusco, R. (1985). *Storia del design*. Bari: Laterza.
- Dilnot, C. (1989). The state of design history. In V. Margolin (a cura di), *Design Discourse. History, theory, criticism* (pp. 213-232). Chicago: University of Chicago Press.
- Dorfles, G. (1972). *Introduzione al design industriale*. Torino: Einaudi. (Pubblicato originariamente nel 1963 con il titolo *Il disegno industriale e la sua estetica*).
- Ferrarotti, F. (19 settembre 1993). Biografia fonte di storia. *Il Sole 24 Ore*. 23.
- Feyerabend, P. K. (1970). *Contro il metodo*. Milano: Feltrinelli.
- Fortini, F. (1984). Avanguardia. In *Enciclopedia Europea*. (Vol. I, p. 895-897) Milano: Garzanti.
- Fossati, P. (1972). *Il design in Italia*. Torino: Einaudi.
- Frateili, E. (1983). Ulteriori considerazioni attinenti al "design". *Hinterland*, 26, 12-14.
- Frateili, E. (1989). *Continuità e trasformazione. Una storia del disegno industriale italiano. 1928-1988*. Milano: Alberto Greco editore. (Pubblicato originariamente nel 1983 con il titolo *Una storia del disegno industriale italiano 1928-1981*).
- Giedion, S. (1967) *L'era della meccanizzazione*. (M. Labò, Trad.). Milano: Feltrinelli. (Pubblicato originariamente nel 1948).
- Giedion, S. (1928). *Bauen in Frankreich. Eisen und Eisenbeton*. Leipzig: Klinkhardt & Biermann.
- Gregotti, V. (1982). *Il disegno del prodotto industriale. Italia 1860-1980*. Milano: Mondadori Electa.
- Hempel, C. G. (1989). *Oltre il positivismo logico*, Roma: Armando.
- Heskett, J. (1990) *Industrial design*. (A. Giorgetta, Trad.). Milano: Rusconi.
- Jauss, H. R. (1985). *Apologia dell'esperienza estetica*. Torino: Einaudi. (Pubblicato originariamente nel 1972).

-
- Klingender, F. D. (1972). *Arte e rivoluzione industriale*. Torino: Einaudi.
- Kröber, G. (1978). Wissenschaftswissenschaft und Wissenschaftsgeschichte - zu den Grundlagen ihres Zusammenhangs. *Zeitschrift für Geschichte der Naturwissenschaft, Technik und Medizin*, 15, 63-89.
- Kragh, H. (1987). *Introduzione alla storiografia della scienza*. Bologna: Il Mulino.
- Le Goff, J. (1977). *Storia e memoria*. Torino: Einaudi.
- Lord Kames. (1762). *Elements of criticism*. (Volumi 1-3). Edimburgh: Kincaid & Bell.
- Maldonado, T. (1974). *Avanguardia e razionalità*. Torino: Einaudi.
- Maldonado, T. (1976). *Disegno industriale: un riesame*. Milano: Feltrinelli.
- Maldonado, T. (1984). Ulm rivisitato. *Rassegna*, 19, 5.
- Maldonado, T. (1987). *Il futuro della modernità*. Milano: Feltrinelli.
- Mang, K. (1982) *Storia del mobile moderno*. (S. Venuti, Trad.). Bari: Laterza. (Pubblicato originariamente nel 1978).
- Margolin, V. (a cura di). (1989). *Design Discourse*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Messina, M. G. (1984). Psicologia associazionistica ed architettura: il contributo di Lord Kames. *Ricerche di storia dell'arte. Architettura e società nel secolo dei lumi*, 22, 37-42.
- Pera, M. (1989). Omaggio a Peter. In C. G. Hempel. *Oltre il positivismo logico* (pp. 9-12). Roma: Armando.
- Pevsner, N. (1937). *An inquiry into industrial art in England*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pevsner, N. (1945). *I pionieri del movimento moderno, da William Morris a Walter Gropius*. (G. Dorfles, Trad.). Milano: Rosa e Ballo. (Pubblicato originariamente nel 1936).
- Pulos, A. J. (1986). *American design ethic. A history of industrial design to 1940*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Quintavalle, A. C. (1983). *Enzo Mari*. Catalogo della mostra. Parma: Csac.
- Read, H. (1962). *Arte e industria. Fondamenti del disegno industriale*. (G. Baracco, Trad.). Milano: Lerici. (Pubblicato originariamente nel 1934).
- Scalvini, M. L., & Sandri, M. G. (1984). *L'immagine storiografica dell'architettura contemporanea da Platz a Giedion*. Roma: Officina Edizioni.
- Tafuri, M. (1981). Lettera. *Op. Cit.*, 51, 83-85.
- Tafuri, M., & Dal Co, F. (1979). *Architettura contemporanea*. (Volume 1) Milano: Electa.
- Toffler, A. (1987). *La terza ondata*. (L. Berti, Trad.). Milano: Sperling & Kupfer. (Pubblicato originariamente nel 1980).
- Tonelli Michail, M. C. (1987). *Il design in Italia. 1925-1943*. Roma-Bari: Laterza.
- Varela, F. J. (1992). *Un know-how per l'etica*. Bari: Laterza.
- Wingler, H. M. (1972). *Il Bauhaus*. Milano: Feltrinelli.
- Marcuse, H. (1968). La tolleranza repressiva. In P. R. Wolff, B. Moore & H. Marcuse (a cura di), *Critica della tolleranza* (pp. 77-105). Milano: Einaudi. (Pubblicato originariamente nel 1965).
- Zorzi, R. (1986). Forma come comunicazione. *Alfabeta*, 88, III-IV.

NOTE (↵ returns to text)

1. Argan, G. C. (1957). *Walter Gropius e la Bauhaus*. Torino: Einaudi. Tra gli altri studi di questo tipo, si può citare la serie di monografie dedicate ai 'maestri' (Le Corbusier, Mackintosh, Rietveld, Gaudi, Mies van der Rohe, Hoffmann) che appaiono tra gli anni Settanta e gli anni Ottanta. Tra gli altri, si veda: De Fusco, R. (1976) *Le Corbusier designer. I mobili del 1929*. Milano: Casabella.↵
2. Dorfles aveva già pubblicato nel 1963 *Il disegno industriale e la sua estetica*, di cui il volume del 1972 rappresentò l'edizione riveduta e ampliata.↵
3. Rivisto e ampliato con un capitolo dedicato agli anni Ottanta e una nuova documentazione iconografica, il libro di Frateili è stato ripubblicato nel 1989 con il titolo *Continuità e trasformazione. Una storia del disegno industriale italiano. 1928-1988*. Milano: Alberto Greco editore.↵
4. All'epoca del *I Convegno Internazionale di Studi Storici sul Design* era imminente la pubblicazione del terzo volume.↵
5. Si veda, ad esempio: Tonelli Michail, M. C. (1987). *Il design in Italia. 1925-1943*. Roma-Bari: Laterza.↵
6. A tal proposito si veda anche: Mang, K. (1982) *Storia del mobile moderno*. (S. Venuti, Trad.). Bari: Laterza. (Pubblicato originariamente nel 1978).↵
7. Si veda Margolin, V. (a cura di). (1989). *Design Discourse. History, theory, criticism*. Chicago, IL: University of Chicago Press. Si vedano in particolare gli scritti di Margolin, *Introduction* e *Postwar Design Literature: A Preliminary Mapping*, e quello di Dilnot, *The State of Design History*.↵
8. Si consulti, ad esempio: Burdek, B. E. (1991) *Design: Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung*. Koln: DuMont Buchverlag. Nella bibliografia, ad eccezione della *Storia* di Gregotti (1986), sono assenti tutti i libri di autori italiani fin qui citati. Nel libro di Heskett (1990), l'eccezione questa volta è costituita dal *Disegno industriale e la sua estetica* di Dorfles (1963).↵
9. A tal proposito si vedano: Klingender, F. D. (1972). *Arte e rivoluzione industriale*. Torino: Einaudi; Castelnuovo, E. (1985). *Arte, industria, rivoluzioni*. Torino: Einaudi, in particolare le pp. 16-17 dove, con riferimento all'arte, si parla dei "problemi della produzione, della distribuzione e della ricezione"; il già citato testo di Burger (1990), in particolare le pp. 17-18 e 28.↵
10. Altri dissentono: ad esempio De Fusco contesta il concetto di 'narrazione', ribadendo l'essere la nozione di 'movimento moderno' un artificio storiografico. Ciò che però andrebbe indagato è quanto tale artificio risulti ancora utile e fecondo per lo sviluppo degli studi, nel nostro caso, nel campo del design.↵
11. Tutto il libro è prezioso per l'approfondimento del dibattito sulla storia e sulla storiografia, in particolare la *Prefazione*.↵

IL DESIGN NELLA STORIA

Victor Margolin, University of Illinois, Chicago

PAROLE CHIAVE

Design, Design history, Design studies, Storia

In questo suo importante contributo, Margolin analizza il ruolo della storia del design nel più ampio contesto delle storie sociali, economiche e tecniche. Attraverso una analisi storiografica e bibliografica si interroga e cerca di individuare alcune risposte alle ragioni di storie del design spesso specialistiche che ne determinano una posizione marginale presso la comunità degli storici a fronte di una pervasività del design nel mondo sociale.[1]

Qual è l'utilità della storia? In che modo può aiutarci a capire la vita contemporanea? Quali risposte può offrire il passato agli interrogativi che ci poniamo sul presente, su eventi e azioni che appaiono fugaci e instabili? Impegnati come siamo a mantenerci in equilibrio *hic et nunc*, la ricerca di spiegazioni oltre il momento attuale può sembrarci una vana distrazione. Eppure, la storia ha sempre avuto un ruolo nel dare forma al pensiero contemporaneo. Basti pensare a Erodoto e al suo tentativo di individuare gli schemi dell'azione umana per spiegare la potenza militare di Atene, alla riscoperta dei testi filosofici e letterari dell'antichità da parte di Petrarca e di altri studiosi rinascimentali, oppure alla visione teleologica di Karl Marx di una società senza classi, che avrebbe dissolto il conflitto tra ricchi e lavoratori.[2]

Negli ultimi anni, la maggior parte degli storici ha mirato a sezionare il passato in piccoli pezzi, concentrandosi su temi specialistici e trascurando le ampie visioni spaziali e temporali che hanno invece animato l'opera di alcune tra le figure più eminenti della storiografia, come lo storico britannico Eric Hobsbawm, la cui ricca bibliografia annovera, fra altri testi, un trattato epocale in quattro volumi sulla storia della politica e della società occidentale, dalla Rivoluzione francese del 1789 al crollo dell'impero sovietico nel 1991.

In una raccolta dei suoi saggi, pubblicata nel 1997 con il titolo *On history (De Historia)*, Hobsbawm ha incluso tre testi che affrontano rispettivamente il passato, il presente e il futuro. Nel primo di questi, *Il senso del passato*, lo storico definisce la posizione che il passato ha nel presente:

Essere membro di qualsiasi gruppo umano significa definire la propria posizione in rapporto al suo passato, anche se solo per rifiutarlo. Perciò il passato è una dimensione permanente della coscienza umana, una componente inevitabile delle istituzioni, dei valori e degli altri modelli vigenti nella società umana. (Hobsbawm, 1997a, p. 23)

In Hobsbawm l'importanza attribuita alla *longue durée* (lunga durata) - che egli deriva dalla scuola francese delle Annales e che chiama 'passato sociale formalizzato' - è accompagnata dalla consapevolezza che questa componente stabile dell'assetto sociale è sempre completata da altri, più flessibili, settori di cambiamento sociale e d'innovazione. [3] Riconoscere che la società si compone di molteplici elementi, i quali seguono ritmi di trasformazione diversi, può essere estremamente utile per procedere nella direzione di uno sviluppo sociale equilibrato, che eviti la destabilizzazione e il collasso. In questo senso, secondo Hobsbawm (1997a) la storia, nel suo senso migliore, può diventare un "processo di mutamento *orientato*, di sviluppo o di evoluzione" (p. 32). Non tutti però sono favorevoli ad apprendere dalla storia, come dimostra, secondo Hobsbawm (1997b), "il tentativo di risolvere i problemi con un'impostazione storica e ingegneristica, per mezzo di schemi e strumenti meccanici" (p. 51). Un'altra forma di resistenza viene dal versante opposto, ovvero dalla distorsione sistematica della storia per fini ideologici - una tendenza oggi alquanto diffusa. Hobsbawm critica il primo tipo d'impostazione in quanto privo di prospettiva e incapace di rendere conto di tutto ciò che non sia stato inserito fin dall'inizio in uno schema teorico. [4] Quel che egli rifiuta è l'approccio tecnocratico ai problemi sociali, privo dell'esperienza umana di cui la storia è invece depositaria. Nel guardare al futuro, scrive Hobsbawm (1997c), gli storici "si interessano per definizione di *ensembles* complessi e mutevoli e persino le loro questioni più specifiche e strettamente definite hanno senso solo in tale contesto" (p. 58). Il contributo che gli storici possono dare alla prefigurazione del futuro è la comprensione dei diversi fili che interagiscono nel formare la trama della società. La previsione storica, afferma lo studioso britannico,

è perciò in linea di principio indirizzata a fornire la struttura e il tessuto generale che, almeno potenzialmente, include gli strumenti di risposta a tutte le specifiche richieste di previsione che le persone con particolari interessi possono avanzare: ovviamente nella misura in cui a esse sia possibile rispondere. (p. 58)

Il ritratto che Hobsbawm propone dello storico come colui che può offrire un inquadramento olistico per immaginare piani e azioni sociali nel futuro, si spiega nel quadro del crescente interesse per la storia sociale, un vasto territorio che abbraccia l'intero spettro delle attività umane. Emerso già negli anni fra le due guerre mondiali, presso la scuola delle Annales, questo interesse ha ricevuto ulteriore impulso dal proliferare di movimenti sociali degli anni sessanta, che non solo hanno riportato la politica in mano ai cittadini ma hanno anche avanzato un esteso programma sociale incentrato sui diritti umani e sulla questione ambientale.

Hobsbawm (1997d) osserva che "[l]a storia sociale non può mai essere un'altra specializzazione, come la storia economica o altri tipi particolari di storia, perché la sua materia non può essere isolata" (p. 93). Egli insiste sul fatto che gli aspetti sociali o comunitari dell'essere umano non possono essere separati dagli altri aspetti del suo essere, incluso l'ambiente materiale. Sono dunque necessari nuovi modelli dei processi storici, poiché quelli disponibili non sono sufficienti per elaborare una storia della società. Per raggiungere tale obiettivo, secondo Hobsbawm, è necessario che gli storici che operano in differenti ambiti di competenza si impegnino per istituire una maggiore unità di pratiche e teorie che finora sono rimaste separate.

Sono a favore dell'appello alla collaborazione che Hobsbawm rivolge agli storici. Tuttavia non posso fare a meno di notare che, nel rendere conto dei più interessanti studi di storia sociale, egli non fa menzione di cultura materiale, design, architettura, né di alcuna delle arti. Va detto che "Dalla storia sociale alla storia della società", il saggio in cui Hobsbawm (1997d) delinea le tendenze più promettenti della ricerca nel campo della storia sociale sviluppate dalla metà degli anni cinquanta, è stato pubblicato nel 1972, ovvero pochi anni prima che la Design History Society fosse fondata in Gran Bretagna e prima che la storia del design ricevesse il suo primo forte impulso. Comunque, il fatto che egli non consideri la vita materiale e culturale come parte integrante di ogni modello sociale merita attenzione.[5]

Fra i settori fondamentali cui gli storici sociali si sono dedicati, Hobsbawm (1997d) elenca le classi e i gruppi sociali, i processi di modernizzazione e di industrializzazione, i movimenti sociali e altre forme di protesta, la demografia e lo studio delle 'mentalità'. Questa lista include quindi processi, pratiche e idee, mentre esclude sia gli oggetti materiali sia le immagini. Eppure non vi è alcuna attività umana che non sia incorporata nella cultura materiale. È proprio a partire da questa constatazione che nel 1990 ho introdotto l'espressione *product milieu* per indicare gli oggetti materiali e immateriali, le attività e i servizi prodotti dall'uomo, i sistemi e ambienti complessi che costituiscono il regno dell'artificiale (Margolin, 1995, p. 122).[6] Quel che sostenevo è che l'azione umana si svolge all'interno di questo *milieu*, e che dunque ci si deve chiedere quanto esso contribuisca a definire l'azione umana e, conseguentemente, i processi, le attività e gli eventi sociali. Finora questo interrogativo è rimasto all'interno della comunità di quanti svolgono ricerca nel campo del design. Anche qui, però, sembra esserci maggiore interesse per l'analisi dei metodi progettuali che per la comprensione del ruolo del design nello sviluppo della vita sociale. Allora, dove possiamo cercare risposte?

Nella sua fondamentale ricognizione dello stato della storia del design, pubblicata per la prima volta nel 1984 nella rivista *Design Issues*, Clive Dilnot ha discusso la posizione del design nel mondo sociale. Nella prima parte del saggio, in particolare, egli sostiene che non è possibile capire pienamente il design senza considerarne la dimensione sociale. Secondo Dilnot, l'emergere di un oggetto progettato o di un tipo particolare di progettazione implica sempre l'esistenza di complesse relazioni sociali. Limitarsi a descrivere queste relazioni solo in termini di progetto significa nascondere gli aspetti sociali o socio-economici (Dilnot, 1989a, p. 227).[7] Nella seconda parte del suo saggio, Dilnot scrive inoltre che il vero significato e l'importanza del design risiedono non nel mondo interno della professione ma nel più ampio mondo sociale che determina circostanze e condizioni in cui i progettisti lavorano o emergono (Dilnot, 1989b, p. 244). [8] L'appello di Dilnot a collocare il design nel più ampio quadro possibile mi trova d'accordo, ma ritengo che questo richiamo vada esteso, sollecitando gli storici del design a portare le loro conoscenze a più stretto contatto con la ricerca storica in altri campi di studio.

Da quando l'articolo di Dilnot è stato pubblicato, la comunità degli storici del design ha fatto molti passi avanti. Oggi ci sono diverse generazioni di ricercatori che hanno portato lo studio della storia del design a un livello di dignità scientifica. Esistono riviste in cui le ricerche vengono pubblicate e un numero crescente di pubblicazioni accademiche. Ci sono storici del design che lavorano in diverse lingue, in tutto il mondo, proponendo voci e punti di vista differenti. Nonostante questi risultati, la nostra comunità continua a operare entro un inquadramento intellettuale che tende a isolare il design rispetto a

quanto fanno gli altri storici. A parte qualche occasionale numero speciale di riviste o qualche sessione all'interno di conferenze, gli storici del design non sembrano impegnati attivamente ad accreditarsi in campi di studio correlati, come la storia d'impresa, la storia del lavoro, la storia della tecnologia, dell'innovazione e dell'ingegneria, oppure le storie dell'economia e della cultura materiale.[9]

Questa situazione è in parte il risultato dello stadio di sviluppo in cui si trova la storia del design. Il fatto che molti docenti provengano dalla pratica del design e insegnino a futuri progettisti comporta che grande enfasi è data a narrazioni che limitano il campo, anziché allargarlo. Se da un lato questo approccio rende la storia del design più coinvolgente per i futuri designer, dall'altro finisce per lasciare in ombra le relazioni della pratica del design con altri ambiti progettuali e con l'esteso territorio della storia sociale descritto da Hobsbawm. In questa situazione, inoltre, la storia del design non riesce ad attrarre storici di altri settori, perché dice poco o nulla sulle questioni di loro interesse, esterne al campo del design.

1. L'importanza delle storie della tecnologia

Rispetto agli storici del design, gli storici della tecnologia hanno fatto molto di più per ricollegare l'oggetto delle loro ricerche al più ampio campo sociale. Per esempio, in *American genesis: A century of invention and technological enthusiasm, 1870-1970*, Thomas Hughes (1989) ha messo in relazione la storia della tecnologia e delle invenzioni con la formazione del carattere americano. Procedendo oltre l'analisi di singoli oggetti, egli ha collocato gli sviluppi più importanti della tecnologia al livello dei sistemi.

Nell'introduzione del volume, Hughes osserva che le opere divulgative sulla tecnologia generalmente pongono al centro della scena invenzioni di fine Ottocento come la luce a incandescenza, la radio, l'aereo e l'automobile a benzina. Tali invenzioni, spiega l'autore, erano però sempre inserite in sistemi tecnologici, e questi sono costituiti non solo da attrezzature, dispositivi, macchine, processi, e dalle reti di trasporto, comunicazione e informazione che li collegano, ma anche da persone e organizzazioni. Così, per esempio, un sistema di illuminazione e energia elettrica può includere generatori, motori, linee di trasmissione, aziende di servizi, imprese manifatturiere, banche e perfino un ente di regolamentazione (Hughes, 1989, p. 3).[10]

Un tema centrale del libro di Hughes è il passaggio della cultura dell'invenzione dai laboratori dei singoli inventori, con i loro collaboratori, ai grandi laboratori aziendali che, pur industrializzando il processo d'invenzione, si sono dimostrati molto più conservatori. Obiettivo dell'autore è spiegare in che modo gli Stati Uniti si sono organizzati come nazione per produrre dispositivi tecnologici in tempo di pace e di guerra. Attraverso l'analisi dei sistemi, Hughes dimostra che attori sociali di diverse provenienze si sono uniti per raggiungere obiettivi comuni - di cui Hughes esamina le complesse relazioni con i sistemi tecnologici. Per quanto *American genesis* affronti i grandi temi della politica governativa e della strategia aziendale, ciò di cui si occupa non è estraneo alla storia del design. In un passaggio, per esempio, Hughes descrive Thomas Edison e Henry Ford come designer: il primo come un inventore che si compiaceva della progettazione di macchine e sistemi di alimentazione e illuminazione funzionanti, ordinati e controllabili; il secondo come un costruttore di sistemi che gioiva nel progettare sistemi tecnologici razionali ed efficaci che includevano macchine, processi chimici e metallurgici, miniere, impianti di produzione, linee ferroviarie, e sistemi di vendita. Secondo Hughes, simili imprese ci consentono di capire come, all'epoca, la gente poteva credere che fosse

possibile non solo creare un nuovo mondo ma anche organizzarlo e controllarlo (Hughes, 1989, p. 8).[11] Il riferimento di Hughes è in particolare il progetto di Ford per lo straordinario impianto di River Rouge, nel quale aveva luogo l'intero processo di realizzazione di un'automobile, dalla produzione dell'acciaio a quella dei componenti, dal progetto della carrozzeria all'assemblaggio finale del veicolo. Identificando come 'design' l'idea e il progetto di River Rouge, Hughes non solo estende il ventaglio delle attività che possono, e che dovrebbero, essere affrontate all'interno della storia del design, ma ricollega il design a una serie di ambiziose pratiche aziendali il cui studio sembra essere ancora del tutto assente in questo settore.

Un altro storico della tecnologia che, come Hughes, amplia l'idea di design è David Noble. Nel suo libro *America by design: Science, technology, and the rise of corporate capitalism*, Noble tratta come design l'invenzione di sistemi complessi con cui i dirigenti aziendali hanno espropriato la conoscenza tecnica dei lavoratori, riducendo questi ultimi a parti di un processo produttivo di cui non avevano il controllo. Qualcuno potrebbe chiedersi in che modo tutto questo riguardi il design, e se non si tratti piuttosto di storia del lavoro. In realtà, l'oggetto d'indagine di Noble non è il lavoro in sé, bensì il suo ruolo nelle organizzazioni aziendali che hanno gestito l'innovazione tecnologica. E queste organizzazioni erano progettate.[12] La tecnologia, sottolinea Noble, non è semplicemente una forza trainante nella storia umana, ma è essa stessa intrinsecamente umana: non è solo fatta dall'uomo, ma è fatta di uomini (Noble, 1977, pp. xxi-xxii).[13] Come storici della tecnologia sia Hughes sia Noble hanno un enorme debito nei confronti di Lewis Mumford, i cui ampi interessi hanno abbracciato la tecnologia, l'architettura, l'urbanistica, la letteratura, e molto altro ancora. Sebbene nel corso della sua carriera abbia ricoperto incarichi accademici in diverse università, Mumford è stato principalmente un attivista e un crociato per il quale la ricerca storica era una strategia per sviscerare le grandi questioni morali ed etiche legate al progetto, in ogni campo e di ogni cosa. Il suo libro *Technics and civilization (Tecnica e cultura)* pubblicato nel 1934, intriso com'è di polemiche quanto di fatti, certamente non rappresenta un modello di riferimento per gli storici sistematici. Nondimeno, offre il migliore resoconto di quanto profondamente la tecnologia è inserita nella gestione della vita sociale. Il filo rosso che guida la narrazione di Mumford è il modo in cui la tecnologia ha plasmato il carattere umano. Con un approccio che lascerebbe sgomenti gli storici di professione, egli inserisce se stesso e i propri valori nella storia della tecnologia, dichiarando infine che la tecnologia contribuisce alla meccanizzazione della vita e che quindi è una minaccia per lo stile di vita organica che egli apprezza.[14] Mumford affronta anche la questione del futuro - come Hobsbawm suggerisce agli storici di fare -, ma lo fa in maniera prescrittiva piuttosto che predittiva.[15] Così, secondo Mumford (1961), "noi non possiamo, per liberarci di questa ipertrofica diffusione della macchina, ripudiare in blocco un intero aspetto della civiltà e tornare all'artigianato; dobbiamo invece vivere l'esperienza meccanica in piena libertà di spirito ed insieme nella disciplina delle nostre espressioni sociali" (p. 430).

Perché mai un'opera fondamentale per la storia della tecnologia come *Tecnica e cultura* è raramente letta e citata dagli storici del design? Questo libro è il naturale complemento di un testo cui molti storici del design fanno riferimento, *Mechanization takes command (L'era della meccanizzazione)* di Sigfried Giedion, con la differenza che dedica minore attenzione a mobili e altri oggetti domestici che invece continuano ad avere un posto

centrale nella ricerca storica sul design. Perfino storiche femministe del design che, come Cheryl Buckley, hanno cercato di identificare il ruolo delle donne nella storia del design, hanno ignorato Mumford e la storia della tecnologia in generale. In un importante saggio pubblicato nel 1986, *Made in patriarchy: Towards a feminist analysis of women in design*, Buckley sostiene l'importanza di un maggiore riconoscimento delle arti artigianali, generalmente trascurate dagli storici del design, mentre non considera il campo delle invenzioni meccaniche e tecniche, che offrono svariati esempi di imprese femminili.[16] Anche la rassegna di Isabelle Anscombe, *A Woman's touch: Women in design from 1860 to the present day* (1986), e il volume curato da Pat Kirkham, *Women designers in the USA, 1900-2000* (2000), entrambi incentrati sul ruolo delle donne designer, non menzionano la progettazione tecnologica e il campo delle invenzioni fra gli ambiti delle loro attività.[17]

2. Storici che si occupano di storia del design

Fra gli storici, la cultura materiale ha ricevuto molta attenzione dalla scuola francese delle Annales, i cui membri si sono occupati di geografia, sociologia, economia e discipline affini. Un impulso per i futuri storici delle Annales era venuto da Henri Berr, che aveva fondato la *Revue de synthèse historique* a fine Ottocento, ma il vero epicentro del gruppo è stata la rivista *Annales d'histoire économique et sociale*, fondata nel 1929 da Marc Bloch e Lucien Febvre.[18] Fra gli storici delle Annales, Fernand Braudel ha dedicato massima attenzione al tessuto della vita quotidiana, facendone un tema fondamentale della sua monumentale opera in tre volumi *Civilisation matérielle, économie et capitalisme (XVe-XVIIIe siècles)* (*Civiltà materiale, economia e capitalismo: secoli 15.-18.*), pubblicata nel 1979.[19] L'intento di Braudel era ampliare lo studio dell'economia di mercato europea, mostrando che essa aveva una struttura più complessa di quanto fino ad allora gli storici avevano inteso. Accanto ai meccanismi di produzione e scambio, Braudel (1982) ha individuato "una zona di opacità, spesso difficile da osservare per difetto di una sufficiente documentazione storica, che si stende al di sotto del mercato: è l'attività elementare di base, che si incontra dappertutto e che ha un volume semplicemente fantastico" (p. XIV). Egli ha denominato questa zona 'vita materiale' o 'civiltà materiale'. Pur riconoscendo l'ambiguità di queste espressioni, egli era convinto che l'ambito che esse indicano è essenziale per capire lo sviluppo del capitalismo. Braudel ha messo in evidenza come le case, gli arredi e le mode possono essere indicatori significativi delle differenze tra ricchi e poveri. Per esempio ha osservato che in Occidente, nei secoli passati, i poveri delle campagne e delle città vivevano "in un'indigenza quasi assoluta", e che il loro mobilio era "inesistente o quasi, almeno prima del secolo XVIII, quando un lusso elementare comincia a farsi strada" (p. 259). Nel trattare dei mobili, lo storico francese discute solo brevemente la maestria dei loro produttori, essendo piuttosto interessato a tracciare un resoconto antropologico della posizione degli arredi nelle case, e delle ragioni alla base della loro disposizione. Per Braudel il design degli interni è anche un indicatore della stabilità di una società: nelle civiltà tradizionali gli interni non cambiano; così, per esempio, se si trascurano porcellane, dipinti e bronzi, "un interno cinese può essere tanto del secolo XV, quanto del secolo XVIII" (p. 261). Viceversa "l'originalità dell'Occidente in fatto di mobili e di arredamento interno sta senza dubbio nel suo gusto per il cambiamento, una relativa rapidità di evoluzione che la Cina non ha mai conosciuto. Tutto cambia [...] nulla sfugge a

un'evoluzione multiforme" (p. 267). Similmente Braudel ha preso in considerazione la moda, di cui ha mostrato i nessi con una vasta gamma di usanze e costumi, come i gesti, i saluti e la cura del corpo.

Case, interni e abbigliamento sono per Braudel parte della vita materiale, che lui mette in relazione con aspetti come il cibo, la tecnologia, il denaro e l'urbanistica. Concludendo il capitolo del primo volume di *Civiltà materiale, economia e capitalismo* in cui affronta questi temi, egli sostiene che è importante considerare i beni materiali nel quadro del contesto economico e sociale. La vita materiale, infatti, è parte costitutiva di "un ordine complicato [...] nel quale intervengono i sottintesi, le tendenze, le pressioni inconsce delle economie, delle società, delle civiltà" (p. 301).

Una delle critiche principali che, fondatamente, è stata mossa alla scuola delle *Annales* è che essa ha dato rilievo alle strutture e ai processi invece che agli eventi. Ciononostante, lo studio che Braudel ha svolto del capitalismo, usando i metodi dell'antropologia e della sociologia, può essere un utile riferimento per gli storici del design: non solo è una dimostrazione di ambizione scientifica, ma fornisce un modello per mettere in relazione le diverse componenti della vita quotidiana con le più ampie forze economiche e sociali. Braudel non ha scritto di design in quanto tale, ma il fatto che nel suo studio sul capitalismo si sia occupato di edifici, arredi, interni e abbigliamento ne fa un caso eccezionale rispetto alla storiografia dell'epoca. La sua opera continua a essere un esempio di come sia possibile incorporare la cultura materiale in una grande narrazione storica.

All'incirca nello stesso periodo in cui il lavoro di Braudel veniva pubblicato in Francia, altri storici avevano cominciato a occuparsi della relazione fra design e temi e questioni sociali ed economici, sia pure con riferimento a epoche più recenti. *Twentieth century limited: Industrial design in America, 1925-1939* di Jeffrey Meikle è ormai diventato un riferimento classico per la storia del design, benché l'autore provenga da un altro settore. Il libro è apparso nel 1979 nella collana *American Civilization* della Temple University Press, aggiungendosi a una serie di testi dedicati a temi come il revivalismo religioso, il darwinismo sociale e il femminismo radicale. Meikle, che si occupa di *American Studies* (studi americani), in questo libro non solo offre un'ottima analisi formale di vari prodotti industriali, ma li inserisce nella narrazione della trasformazione dell'America in società dei consumi. Basato su una ricca documentazione, ricavata da numerose fonti, *Twentieth century limited* svela quelle complesse relazioni sociali che, qualche anno dopo, Clive Dilnot avrebbe rivendicato come centrali per la comprensione del design.

Collocandosi nel campo degli studi americani, e non in quello della storia del design, Meikle ha dovuto rendere il design un tema di ricerca pertinente per i suoi colleghi. Per questo lo ha inserito nel quadro dei mutamenti socioeconomici del periodo interbellico, illustrando il contributo dato in questo contesto dallo sviluppo della pratica progettuale. Sebbene il testo di Meikle abbia oggi maggiore rilievo nella storiografia canonica del design che nel campo degli studi americani, esso ha comunque dimostrato agli studiosi di questo settore che è fondamentale considerare il design per comprendere appieno l'economia americana fra gli anni venti e trenta del secolo scorso.^[20]

All'inizio del nuovo millennio, un altro storico formatosi nel settore degli studi americani, Regina Lee Blaszczyk, ha pubblicato un libro che mette il design in relazione con l'ampio tema dei consumi. In *Imagining consumers: Design and innovation from Wedgwood to*

Corning, Blaszczyk (2000) ha analizzato le strategie progettuali e produttive di varie manifatture americane di porcellane, vetri e ceramiche, dimostrando come queste sono state definite in funzione dei potenziali consumatori.[21] Simile al lavoro di Blaszczyk, e in parte suo debitore, è *The birth of a consumer society: The commercialization of eighteenth century England*. In questo libro gli storici Neil McKendrick, John Brewer, e J.H. Plumb (1983) prendono in esame l'Inghilterra del Settecento e spiegano come il progetto dei prodotti ha concorso alla rivoluzione dei consumi che ha reso la produzione di massa il perno del mercato capitalista.

Roland Marchand si è occupato invece di pubblicità e pubbliche relazioni. Attraverso l'analisi di annunci pubblicitari e copertine di riviste, ha indagato le pratiche commerciali americane della prima metà del Novecento e il loro effetto sul pubblico. Il suo libro *Advertising the American dream: Making way for Modernism, 1920-1940* (1985) permette di capire non solo i meccanismi delle aziende e delle loro agenzie di pubblicità ma anche i consumatori. In uno studio successivo, *Creating the corporate soul: The rise of public relations and corporate imagery in American big business*, Marchand (1998) ha dato un contributo significativo alla storia d'impresa, esaminando il ruolo che le agenzie di pubblicità, i designer e i consulenti di pubbliche relazioni hanno avuto nella creazione dell'immagine delle aziende.[22] Anche storie della pubblicità come *Fables of abundance: A cultural history of advertising in America* di Jackson Lears e *Artists, advertising and the borders of art* di Michele Bogart hanno aiutato a chiarire il ruolo svolto da designer, art director e illustratori nel sistema pubblicitario.

Il design ha attratto anche l'attenzione di alcuni storici della cultura. In un capitolo del suo libro *Cultural excursions: Marketing appetites and cultural tastes in modern America*, Neil Harris (1990) riflette sulla relazione fra design e aziende moderne. Debora Silverman si è invece occupata dell'Art Nouveau in Francia. Silverman è allieva di Carl Schorske, che nel suo libro *Fin-de-siècle Vienna: Politics and culture (Vienna fin de siècle: La culla della cultura mitteleuropea)*, pubblicato nel 1980, ha dedicato un capitolo alla storia della Ringstrasse e della sua costruzione, ricollegandola all'ambiente culturale e intellettuale viennese e a figure come Gustav Klimt e Sigmund Freud. Adottando lo stesso metodo di Schorske, nel suo libro *Art Nouveau in fin-de-siècle France* Silverman (1992) ha integrato lo studio della cultura materiale e la storia delle idee, aprendo prospettive originali sull'Art Nouveau: la posizione che essa ha avuto nell'evolversi delle politiche statali all'interno all'Union centrale des Arts décoratifs, l'adozione da parte della Terza Repubblica dell'architettura settecentesca e delle arti decorative come forma di autocelebrazione, e la relazione del movimento con la *psychologie nouvelle*. [23]

Fra le figure canoniche della storia del design, è stato William Morris a interessare maggiormente gli storici esterni al settore. Sebbene i suoi esiti progettuali non siano stati trascurati, l'attenzione si è concentrata principalmente sulle sue idee politiche e sulla sua critica della cultura industriale. Uno dei primi libri apparsi su Morris, e ancora il più rilevante per quanto riguarda il suo pensiero politico, è *William Morris: Romantic to revolutionary* di Edward P. Thompson (1977). Nel suo libro *Redesigning the world: William Morris, the 1880s, and the Arts and Crafts movement* Peter Stansky (1985), invece, oltre a soffermarsi sugli oggetti prodotti da Morris e altri, illustra anche il tessuto di relazioni sociali alla base delle corporazioni e società espositive del movimento Arts and Crafts, interrogandosi sulla loro efficacia. Con *Art and labor: Ruskin, Morris, and the craftsman ideal in America*, Eileen Boris (1986) - che si occupa di studi americani come

Meikle - analizza le idee del movimento delle arti e dei mestieri nel quadro del contesto sociale, economico e culturale fra fine Ottocento e inizio Novecento, per mettere in luce come i valori artigianali propugnati da Ruskin e Morris hanno alimentato in America una forma di resistenza al progressivo dominio dei processi di produzione meccanizzata. Nel citare gli storici che, in altri ambiti di studio, si sono occupati di design per affrontare questioni legate all'economia, al lavoro, alla politica e ai movimenti sociali, non intendo dire che gli studiosi che si dedicano principalmente alla storia del design non si siano ugualmente occupati di tematiche sociali. Si possono ricordare vari studi che analizzano come il design e le politiche del design hanno contribuito allo sviluppo delle identità nazionali. *National style and nation-state: Design in Poland from the vernacular revival to the International Style* di David Crowley (1992) è un eccellente esempio, così come vari saggi inclusi in *Designing modernity: The arts of reform and persuasion 1885-1945*, il volume curato da Wendy Kaplan (1995) per accompagnare la prima mostra organizzata al museo Wolfsonian a Miami, in Florida. Jonathan Woodham (1999a; 1999b) ha affrontato lo stesso tema in un'ottica contemporanea con una serie di articoli dedicati al British Council of Industrial Design.[24] Senza dimenticare che alcuni capitoli di *Objects of desire: Design and society from Wedgwood to IBM* di Adrian Forty (1986) potrebbero essere molto utili agli storici che si occupano di storia sociale e di questioni come il lavoro, l'igiene, la tecnologia e le imprese.[25]

3. Che cosa si deve fare?

Nel concludere questo articolo, mi sembra importante tornare su un punto, ovvero il paradosso del design, per cui da un lato esso è una presenza pervasiva nel mondo sociale e dall'altro ha una posizione marginale presso la comunità degli storici. Qual è la spiegazione di questa curiosa situazione? Come ho mostrato, gli storici che, provenendo da altri settori, hanno incluso il design nelle loro ricerche hanno raggiunto risultati interessanti. Dunque il limite non è del design in quanto tale, come materia di studio. Non resta allora che rivolgerci alla comunità degli storici del design e chiederci se si è fatto davvero tutto il possibile per rendere il design un tema rilevante per un vasto pubblico. Certamente gli storici del design possono contribuire alla discussione di tematiche più ampie offrendo una comprensione del design e della sua storia. Tuttavia credo che molti fra loro abbiano una concezione troppo limitata del design. Per quanto il modello di narrazione dei 'pionieri' à la Pevsner sia stato già più volte superato, sembra che il paradigma di riferimento sia rimasto sempre lo stesso. Oggi scriviamo di stufe e automobili, di *corporate identity* e font digitali; ma sembra che non siamo ancora capaci di uscire dalla sfera dei prodotti di consumo. Quanti storici del design si sono interessati di armamenti, di lampioni, cassette per la posta e altri artefatti urbani, di dispositivi di sorveglianza, o di design delle interfacce?[26] Considerata la pervasività delle tecnologie, gli storici del design dovrebbero includerle nelle loro ricerche e trattazioni e contribuire alla discussione del loro valore. Quanti storici del design hanno familiarità con la storia di Internet e il ruolo che la DARPA, l'Advanced Research Projects Agency del Dipartimento della Difesa degli Stati Uniti, ha svolto nella sua fondazione? Quale storico del design è in grado di analizzare in che modo, nel corso degli anni, in un determinato paese cambia il rapporto fra le spese per le infrastrutture, le attrezzature militari e i beni di consumo? Ci sono storici del design che sappiano ricostruire la storia dei diversi progetti di automobili a basso consumo di benzina, e spiegare in che modo le aziende automobilistiche si sono opposte a tali soluzioni? C'è qualcuno capace di ripercorrere la storia dei rifiuti

industriali e di tracciare l'emergere delle pratiche di design sostenibile?[27]

D'altronde dobbiamo riconoscere che, quand'anche gli storici del design riuscissero a fare tutte queste cose, nella più estesa comunità degli storici molti potrebbero ancora non essere convinti dell'importanza del design. Possiamo prendere come metro di paragone quanto ha scritto un eminente storico della scienza, Thomas Kuhn, a proposito delle difficoltà da lui incontrate nel fare riconoscere ai suoi colleghi il valore del suo campo di studio. Riflettendo sulla relazione fra storia e storia della scienza, Kuhn ha osservato che anche gli studiosi che, occupandosi di temi come lo sviluppo socio-economico oppure l'evoluzione di valori, atteggiamenti e idee, hanno rivolto la loro attenzione alle scienze, si sono limitati a guardare queste ultime da lontano, come se si fermassero recalcitranti sul confine che li separa dal territorio cui pure fanno riferimento. Secondo Kuhn (1972, p. 160) si tratta di una resistenza dannosa sia per il lavoro di questi studiosi sia per lo sviluppo della storia della scienza.[28] Una conseguenza di questo separatismo è che gli storici hanno abdicato alla responsabilità di descrivere e valutare il ruolo che la scienza ha avuto nella cultura occidentale (e in misura minore nella cultura mondiale) fin dalla fine del Medioevo. Concentrati come sono nelle loro specializzazioni, gli storici della scienza non sono più in grado di assolvere questo compito. La conclusione di Kuhn è che è necessario avviare un'interpretazione critica di ciò di cui si occupano gli storici della scienza e dei loro risultati, insieme a quanti (uomini e donne) lavorano in altri ambiti storici - un'impresa, sottolinea Kuhn, che sembra essere ancora intentata dalla maggior parte degli storici contemporanei.[29]

Quel che Kuhn ha scritto all'inizio degli anni settanta a proposito della storia della scienza potrebbe descrivere bene la condizione attuale della storia e degli storici del design, e la loro scarsa connessione con il più vasto campo della storia. Eric Hobsbawm, dall'altro lato, offre qualche motivo d'ottimismo in merito alle possibilità di collaborazione. Per lui, lo stimolo per cooperare viene dalla scelta di argomenti che siano di comune interesse per gli studiosi di diverse discipline. Hobsbawm (1997d) cita come esempio i "fenomeni millenaristici", di cui si sono occupati "antropologi, sociologi, politologi, storici, per non parlare di studiosi di letteratura e di religione" (p. 94). Per quanto riguarda gli storici del design uno dei temi di studio da prendere in considerazione, e al quale contribuire, è per esempio la guerra fredda - un buon punto di partenza in questo senso viene dalla mostra *Cold war modern: Design 1945-1970*, organizzata nel 2008 presso il Victoria and Albert Museum di Londra.[30]

Se gli storici del design intendono partecipare attivamente e validamente alla ricerca storica collettiva, devono fare in modo di accreditarsi e di rendere rilevanti le loro conoscenze in sedi esterne al loro settore. Questa è la sfida che io propongo alla nostra comunità. Gli storici del design sono in grado di contribuire in modo più significativo alla comprensione del passato, del presente e del futuro, secondo la prospettiva indicata da Hobsbawm? Io credo di sì. Tuttavia, per rendere questa possibilità più probabile serve un cambiamento culturale all'interno della comunità degli storici del design, al livello sia dell'insegnamento sia della ricerca. È necessario che gli storici del design offrano agli studenti una conoscenza estesa del design e che si interessino di più alle ricerche che altri studiosi - non storici - svolgono nel campo design.[31] La comunità degli storici del design è all'altezza del compito? Spero di sì.

Articolo originariamente pubblicato in:

Margolin, V. (2009). Design in History. *Design Issues*, 25:2, p. 94-105,
©Massachusetts Institute of Technology, published by MIT Press Journals.
<http://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/desi.2009.25.2.94>

Traduzione © 2013 Maddalena Dalla Mura

Bibliografia

- Anscombe, I. (1986). *A woman's touch: Women in design from 1860 to the present day*. London: Penguin.
- Atkinson, P., (1998). Computer memories: The history of computer form. *History and Technology*, 15(1-2), 89-120.
- Atkinson, P., (2000). The (in)difference engine: explaining the disappearance of diversity in the design of the personal computer. *Journal of Design History*, 13(1), 59-72.
- Atkinson, P., (2005). Man in a briefcase: The social construction of the laptop computer and the emergence of a type form. *Journal of Design History*, 18(2), 191-205.
- Atkinson, P., (2007, Summer). The best laid plans of mice and men: The role of the computer mouse in the history of computing. *Design Issues*, 23(3), 46-61.
- Attfield, J., & Kirkham, P. (a cura di). (1989a). *A view from the interior: Feminism, women and design*. London: The Women's Press.
- Attfield, J., & Kirkham, P. (a cura di). (1989b). *A view from the interior: Women & design*. London: The Women's Press.
- Auslander, L. (1996). *Taste and power: Furnishing modern France*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Bentley, M. (1999). *Modern historiography: An introduction*. New York, NY: Routledge.
- Betts, P. (2004). *The authority of everyday objects: A cultural history of West German industrial design*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Blaszczyk, R. L. (2000). *Imagining consumers: Design and innovation from Wedgwood to Corning*. Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press.
- Bogart M. (1995). *Artists, advertising and the borders of art*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Boris, E. (1986). *Art and labor: Ruskin, Morris, and the craftsman ideal in America*. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Braudel, F. (1967). *Civilization matérielle et capitalisme*. Paris: Librairie Armand Colin.
- Braudel, F. (1973). Storia e scienze sociali: La "lunga durata". In F. Braudel, *Scritti sulla storia* (57-74). Milano: Mondadori. (Pubblicato originariamente nel 1958).
- Braudel, F. (1982). *Civiltà materiale, economia e capitalismo: secoli 15.-18.* (Volumi 1-3). Torino: Einaudi. (Pubblicato originariamente nel 1979).
- Braudel, F. (1997). *Les ambitions de l'histoire*. Paris: Editions de Fallois.
- Buckley, C. (1989). Made in patriarchy: Toward a feminist analysis of women and design. In V. Margolin (a cura di), *Design discourse* (pp. 251-264). Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Clarke, S. (1999). Managing design: The Art and Colour section at General Motors, 1927, 1941. *Journal of Design History*, 13(1), numero speciale "Design, Commercial Expansion, and Business History", 65-79.

-
- Clarke, S. (2007). *Trust and power: Consumers, the modern corporation, and the making of the United States automobile market*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cogdell, C. (2004). *Eugenic design: Streamlining America in the 1930s*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Colomina, B., Brennan, A., & Kim, J. (a cura di). (2004). *Cold war hothouses: Inventing postwar culture, from cockpit to Playboy*. New York, NY: Princeton Architectural Press.
- Crowley, D. (1992). *National style and nation-state: Design in Poland from the vernacular revival to the International Style*. Manchester: Manchester University Press.
- Crowley, D., & Pavitt, J. (a cura di). (2008). *Cold war modern: Design 1945-1970*. London: Victoria & Albert Museum.
- "Design + Organizational change". (2008, Inverno). *Design Issues*, 24(1), numero speciale.
- Dilnot, C. (1989a). The state of design history. Part I: Mapping the field. Ora in V. Margolin (a cura di), *Design discourse* (pp. 213-232). Chicago, IL: The University of Chicago Press. (Pubblicato originariamente nel 1984).
- Dilnot, C. (1989b). The state of design history. Part II: Problems and possibilities. Ora in V. Margolin (a cura di), *Design discourse* (pp. 233-250). Chicago, IL: The University of Chicago Press. (Pubblicato originariamente nel 1984).
- Forty, A. (1986). *Objects of desire: Design and society from Wedgwood to IBM*. New York, NY: Pantheon.
- Gartman, D. (1994). *Auto opium: A social history of American automobile design*. New York, NY: Routledge.
- Giedion, S. (1967). *L'era della meccanizzazione*. Milano: Feltrinelli. (Pubblicato originariamente nel 1948).
- Guilbaut, S. (1983). *How New York stole the idea of modern art: Abstract expressionism, freedom, and the Cold War*. Tradotto dal francese da A. Goldhammer. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Haddow, R. H. (1997). *Pavilions of plenty: Exhibiting American culture abroad in the 1950s*. Washington, DC & London: Smithsonian Institution Press.
- Harris, N. (1990). *Cultural excursions: Marketing appetites and cultural tastes in modern America*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Hobsbawm, E. (1997a). Il senso del passato. In E. Hobsbawm, *De Historia* (pp. 23-38). Milano: Rizzoli.
- Hobsbawm, E. (1997b). Cosa può dirci la storia sulla società contemporanea?. In E. Hobsbawm, *De Historia* (pp. 39-52). Milano: Rizzoli.
- Hobsbawm, E. (1997c). Guardare avanti: la storia e il futuro. In E. Hobsbawm, *De Historia* (pp. 53-72). Milano: Rizzoli.
- Hobsbawm, E. (1997d). Dalla storia sociale alla storia della società. In E. Hobsbawm, *De Historia* (pp. 89-114). Milano: Rizzoli.
- Hughes, Th. (1989). *American genesis: A century of invention and technological enthusiasm, 1870-1970*. New York, NY: Viking.
- Hughes, Th. (2006). *Il mondo a misura d'uomo: Ripensare tecnologia e cultura*. Torino: Codice Edizioni. (Pubblicato originariamente nel 2004).
- "Journal of Design History". (1999). *Journal of Design History*, 12(1), con una introduzione di Jeffrey Meikle.
- Kaplan, W. (a cura di). (1995). *Designing modernity: The arts of reform and persuasion*

-
- 1885-1945. London: Thames and Hudson.
- Kirkham, P. (2000), *Women designers in the USA, 1900-2000*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Kramer, L., & Mazda, S. (a cura di). (2002). *A companion to Western historical thought*. Oxford: Blackwell.
- Kuhn, T. S. (1972). The relations between history and history of science. In F. Gilbert & S. R. Graubard (a cura di), *Historical studies today* (pp. 159-192). New York, NY: W.W. Norton & Co.
- Lears, J. (1994). *Fables of abundance: A cultural history of advertising in America*. New York, NY: Basic Books.
- Marchand, R. (1985). *Advertising the American dream: Making way for Modernism, 1920-1940*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Marchand, R. (1991, Inverno). The designers go to the Fair: Walter Dorwin Teague and the professionalization of corporate industrial exhibits, 1933-1940. *Design Issues*, 8(1), 4-17.
- Marchand, R. (1992, Primavera). The designers go to the Fair II: Norman Bel Geddes, the General Motors "Futurama," and the visit to the factory transformed. *Design Issues*, 8(2), 22-40.
- Marchand, R. (1998). *Creating the corporate soul: The rise of public relations and corporate imagery in American big business*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Margolin V. (1991). Storia del design o studi sul design? In V. Pasca & F. Trabucco (a cura di), *Design storia e storiografia* (pp. 51-73), atti della conferenza internazionale (Milano, 1991). Bologna: Leonardo, 1995.
- Margolin, V. (1995). The product milieu and social action. In R. Buchanan & V. Margolin (a cura di), *Discovering design: Explorations in design studies* (pp. 121-145). Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Margolin, V. (2002) Design history and design studies. In V. Margolin, *The politics of the artificial: Essays on design and design studies* (pp. 219-233). Chicago: The University of Chicago Press. (Paper presentato originariamente nel 1991 con il titolo "Design history or design studies: Subject matter and methods", e già pubblicato in *Design Studies* e in *Design Issues*).
- Margolin, V. (2007, Estate). Design: The future and the human spirit. *Design Issues*, 23(3), 4-15.
- McKendrick, N., Brewer, J., & Plumb J. H. (a cura di). (1983). *The birth of a consumer society: The commercialisation of eighteenth century England*. London: Hutchinson.
- Mumford, L. (1961). *Tecnica e cultura*. Milano: Il Saggiatore. (Pubblicato originariamente nel 1934).
- Mumford, L. (1969). *Il mito della macchina*. Milano: il Saggiatore. (Pubblicato originariamente fra il 1967 e il 1970).
- Nickles, S. (2002, Ottobre). Preserving women: Refrigerator design as social process in the 1930s. *Technology and Culture*, 43(4), 693-727.
- Noble, D. (1977). *America by design: Science, technology, and the rise of corporate capitalism*. New York, NY: Alfred A. Knopf.
- Schorske, C. (1991). *Vienna fin de siècle: La culla della cultura mitteleuropea*. Milano: Bompiani. (Pubblicato originariamente nel 1981).
- Schwartz Cowan, R. (1997). *A social history of American technology*. New York, NY:

Oxford University Press.

Silverman, D. (1992). *Art Nouveau in fin-de-siècle France: Politics, psychology, and style*. Berkeley, CA: University of California Press.

Stanley, A. (1993). *Mothers and daughters of invention: Notes for a revised history of technology*. Metuchen, NJ: Scarecrow Press.

Stansky, P. (1985). *Redesigning the world: William Morris, the 1880s, and the Arts and Crafts movement*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Staples, L., (2000, Autunno). Typography and the screen: A technical chronology of digital typography 1984-1997. *Design Issues*, 16(3), 19-34.

Strasser, S. (1999). *Waste and want: A social history of trash*. New York, NY: Henry Holt & Co.

Thompson, E. P. (1977). *William Morris: Romantic to revolutionary*. New York, NY: Pantheon Books.

Woodham, J. (1996a). Managing British design reform I: Fresh perspectives on the early years of the Council of Industrial Design. *Journal of Design History*, 9(1), 55-65.

Woodham, J. (1996b). Managing British design reform II: The film - An ill-fated episode in the politics of 'Good Taste'. *Journal of Design History*, 9(2), 101-115.

Woodham, J. (1999a). An episode in post-utility design management: The Council of Industrial Design and the Co-operative Wholesale Society. In J. Attfield (a cura di), *Utility re-assessed: The role of ethics in the practice of design* (pp. 39-57). Manchester: Manchester University Press.

Woodham, J. (1999b). Design and the state: Post-war horizons and pre-millennial aspirations. In J. Attfield (a cura di), *Utility re-assessed: The role of ethics in the practice of design* (pp. 245-260). Manchester: Manchester University Press.

NOTE (← returns to text)

1. Una prima versione di questo saggio è stata presentata come *keynote address* al XVII Annual Symposium on the Decorative Arts and Design, Cooper-Hewitt, National Design Museum, New York City, 3 aprile 2008.←
2. Un ottimo resoconto della storiografia occidentale si trova in Kramer & Mazda (2002).←
3. Sulla *longue durée* si veda il saggio di Braudel (1973). Apparso originariamente nel 1958, nel numero 4 della rivista *Annales E.S.C.*, è stato successivamente ripubblicato varie volte, ed è incluso anche nella raccolta di scritti di Braudel *Les Ambitions de l'Histoire* (1997).←
4. Hobsbawm (1997c) cita come esempio di tale pratica la tecnica di Delphi ideata dalla Rand Corporation. Lo storico britannico la descrive come un processo nel corso del quale viene chiesto a "un gruppo selezionato di esperti di consultare le viscere dei loro polli e poi di trarre conclusioni consensuali su quello che potrebbe avvenire o non avvenire" (p. 55).←
5. Negli anni successivi alla pubblicazione del testo di Hobsbawm, alcuni storici hanno dedicato molta attenzione agli artefatti, da quelli effimeri del fashion design a quelli duraturi dell'architettura civile. Discuto alcuni di questi autori *infra*.←
6. "... the human-made material and immaterial objects, activities, and services; and complex systems or environments that constitute the domain of the artificial." Questa definizione è una versione condensata di quella che Richard Buchanan e io abbiamo usato nel 1990 per la dichiarazione programmatica della conferenza "Discovering Design" che abbiamo organizzato alla University of Illinois, Chicago, e durante la quale è stato presentato il paper relativo al *product milieu*.←
7. "The conditions surrounding the emergence of a designed object or a particular kind of

-
- designing involve complex social relations. The fact that these relations are described only in design terms obscures their social or socioeconomic aspects.”↵
8. “The essential field of design’s meaning and import, therefore, is *not* the internal world of the design profession, but the wider social world that produces the determining circumstances within which designers work, as well as the conditions that lead to the emergence of designers.”↵
 9. Un’eccezione degna di nota è il numero speciale del *Journal of Design History* pubblicato nel 1999 e dedicato alle relazioni fra design, espansione commerciale e storia d’impresa.↵
 10. “In popular accounts of technology, inventions of the late-nineteenth century, such as the incandescent light, the radio, the airplane, and the gasoline-driven automobile, occupy center stage, but these inventions were embedded within technological systems. Such systems involve far more than the so-called hardware, devices, machines and processes, and the transportation, communication and information networks that interconnect them. Such systems consist also of people and organization.”↵
 11. “Designing a machine or a power-and-light system that functioned in an orderly, controllable, and predictable way delighted Edison the inventor: designing a technological system made up of machines, chemical and metallurgical processes, mines, manufacturing plants, railway lines, and sales organizations to function rationally and efficiently exhilarated Ford the system builder. The achievements of the system builders help us understand why their contemporaries believed not only that they could create a new world, but that they also knew how to order and control it.” Si veda anche il successivo testo di Hughes (2006) sulle relazioni fra tecnologia, società e cultura.↵
 12. Si veda *Design + Organizational change* (2008), numero speciale di *Design Issues* dedicato all’*organizational design*.↵
 13. “For technology is not simply a driving force in human history. It is something in itself human; it is not merely man-made, but made of men.”↵
 14. Mumford ha continuato a occuparsi di tecnologia e del suo impatto sociale in *The myth of the machine* (Il mito della macchina), pubblicato fra il 1967 e il 1970. Si veda Mumford (1969).↵
 15. Per la distinzione fra scenari futuri predittivi e prescrittivi si veda Margolin (2007, p. 5).↵
 16. Si veda Buckley (1989), e Attfield & Kirkham (1989a; 1989b).↵
 17. Nel suo libro *A social history of american technology* Ruth Schwartz Cowan (1997), importante storica della tecnologia, si è concentrata sulle donne come consumatrici di tecnologie, invece che come produttrici. Per una storia delle donne inventrici si veda Stanley (1993).↵
 18. Per la scuola delle Annales mi sono basato su Bentley (1999).↵
 19. L’opera in tre volumi di Braudel è stata preceduta da un testo più breve *Civilization matérielle et capitalisme*, pubblicato da Librairie Armand Colin nel 1967.↵
 20. Meikle ha avuto un ruolo importante all’interno della comunità anglo-americana di storici del design; ha contribuito a varie riviste e cataloghi di mostre e ha scritto un importante libro sulle plastiche. Uno dei suoi studenti di dottorato, Christina Cogdell, ha scritto un libro in cui collega lo streamlining alla fede degli americani nell’eugenetica. Si veda Cogdell (2004).↵
 21. Per un sguardo differente al consumo, nel settore dell’automobile, si veda lo studio di Clarke (2007). Si veda anche il precedente articolo di Clarke (1999), basato sulla sua ricerca e apparso nel *Journal of Design History*. Un punto di vista più polemico sul consumo di automobili si trova in Gartman (1994). Sul consumo di frigoriferi si veda Nickles (2002).↵
 22. Tra gli industrial designer coinvolti in questo processo compaiono figure come Walter Dorwin Teague e Norman Bel Geddes, di cui Marchand si è occupato estesamente (1991; 1992).↵

-
23. Si veda anche Auslander (1996) e Betts (2004).↵
 24. Cfr. anche Woodham (1996a, 1996b).↵
 25. Forty è uno storico dell'architettura che si è anche occupato di design.↵
 26. Paul Atkinson è il solo, fra gli storici del design, a scrivere di tecnologie contemporanee. Si veda Atkinson (1998; 2000; 2005; 2007). Si veda anche Staples (2000).↵
 27. Pionieristico in questa direzione è il lavoro di Strasser (1999) sulla storia sociale dei rifiuti.↵
 28. "But men who consider socioeconomic development or who discuss changes in values, attitudes, and ideas have regularly adverted to the sciences and must presumably continue to do so. Even they, however, regularly observe science from afar, balking at the border, which would give access to the terrain and the natives they discuss. That resistance is damaging, both to their own work and to the development of history of science."↵
 29. "What is needed is a critical interpretation of the concerns and achievements of historians of science with those men tilling certain other historical fields, and such interpretation, if it has occurred at all, is not evident in the work of most current historians."↵
 30. Si veda il catalogo della mostra a cura di Crowley & Pavitt (2008) [si veda anche la traduzione italiana dei testi pubblicata in occasione della tappa italiana della mostra al Mart di Rovereto 28 marzo - 26 luglio 2009, s.e.].
Uno dei primi contributi degli studi culturali al tema della guerra fredda è quello di Guilbaut (1983). Si veda anche Haddow (1997), sulla esposizione della cultura americana negli anni cinquanta, e Colomina, Brennan, & Kim (2004) sulla costruzione della cultura del secondo dopoguerra.↵
 31. Nel 1991 ho sollevato la questione della relazione fra storia del design e il più ampio campo dei design studies nel paper *Design History or Design Studies: Subject Matter and Methods (Storia del design o studi sul design?)* presentato al convegno internazionale di studi storici sul design, dal titolo "Design: storia e storiografia" organizzato a Milano (Margolin, 1991). Il paper è stato successivamente pubblicato nelle riviste *Design Studies* e in *Design Issues*, dove ha suscitato un dibattito sul tema, ed è stato infine incluso nel mio libro *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies* (Margolin, 2002).↵

CULTURE PER L'INSEGNAMENTO DEL DESIGN

Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia
Orcid id 0000-0002-2490-9732

PAROLE CHIAVE

Design, Formazione, Pedagogia, Storia

Nella fase della fondazione progettuale della disciplina, le Scuole del design del Novecento hanno tenuto fuori dai programmi didattici la storia, che è riemersa nel dibattito culturale soltanto dagli anni Ottanta. Ora che il design è diventato, oltre che una disciplina, anche una cultura, la storia torna a reclamare il suo ruolo.

Nella loro migliore tradizione, le mostre delle scuole di design - prima fra tutte l'esposizione del Bauhaus del 1923 - sono state sempre occasione per riflettere sull'insegnamento dei metodi della progettazione e sui caratteri della sua pedagogia. A ben pensarci, quelle mostre erano tuttavia qualcosa di più: esse erano un modo per storicizzare un'esperienza, consapevolmente o meno che fosse nelle intenzioni dei realizzatori di quegli eventi. Storicizzare un'esperienza è uno dei modi per dare fondamento a una disciplina, a un sapere, ma anche per intavolare un discorso fra la tradizione e le nuove proposte che vengono avanzate. Insomma, storicizzare è un'impresa identitaria.

Il Bauhaus e la Scuola di Ulm - che avevano ignorato la storia nei loro programmi didattici - attraverso esposizioni, riviste e pubblicazioni, storicizzavano il loro fare a mano a mano che questo veniva realizzandosi. Dovremo dare quindi ragione a Jürgen Habermas, quando rifiutava l'idea che l'antistoricismo fosse un carattere fondante delle avanguardie. La mancata accoglienza della storia fra i propri strumenti culturali distintivi era piuttosto, come rileva Filiberto Menna (1974, p. 18), "un rifiuto della imitazione dei modelli" (che nel caso delle avanguardie storiche fu tanto drastico da apparire iconoclasta) e "della 'neutralizzazione dei canoni praticati dallo storicismo quando chiude la storia nel museo'".

Ciò nonostante non possiamo negare che il design e la sua pedagogia abbiano volentieri fatto a meno della storia. La ragione è tanto comprensibile, quanto ovvia: il design si fonda innanzitutto sulla pratica progettuale e per di più, nel momento in cui si sviluppavano le prime esperienze pedagogiche, si trattava di una pratica progettuale del tutto nuova rispetto ai modi tradizionali di realizzare gli oggetti. Dunque la pedagogia del design si incarna dapprima nelle ideologie e nelle poetiche dei protagonisti (Bauhaus) e soltanto poi si struttura attorno a un corpus disciplinare preciso e forte (Ulm). Tutto ciò ha a che fare con la natura 'ibrida' che il design condivide con altre discipline progettuali, collocate a metà strada tra i saperi di tipo formalizzato (scienze,

matematiche ecc.) e saperi di tipo umanistico. Insieme al design, fanno sicuramente parte di questa famiglia anche ingegneria e soprattutto architettura, con le quali il design condivide alcune problematiche di fondo che sono alla base della cosiddetta cultura politecnica. Fra queste emergono alcune dicotomie che hanno sostanziato gran parte della struttura stessa dell'università e del moderno sistema delle discipline e che con il design acquistano una stringente attualità: fra queste ha un ruolo speciale la contrapposizione fra tradizione artistico-umanistica e tecnico-scientifica e quella fra arti liberali e arti pratiche. Questo conflitto, che percorre le vicende e la cultura del mondo occidentale sin dalle origini greche, è per lunghi secoli rappresentato come una cesura fra i saperi pratico-operativi e quelli teorici. Poi, dopo la provvisoria ricomposizione unitaria del Rinascimento dovuta ai grandi artisti, architetti e ingegneri (Pommier, 2007), è riemersa nel mondo moderno nella forma della contrapposizione fra le "due culture".^[1] Ben lontano dall'essere una disputa superata, termini più o meno analoghi si ripropongono oggi nella discussione pubblica attorno al ruolo dell'università del mondo contemporaneo, al senso dell'educazione e al destino dei saperi classici e umanistici in un mondo che interpreta la formazione sempre più come un percorso in cui si acquisiscono competenze immediatamente spendibili sul mercato del lavoro.^[2] Di fronte alla smisurata dissimmetria fra le risorse dedicate ai grandi (e costosi) progetti tecnico-scientifici e le briciole residuali alle discipline umanistiche, questo importante tema ha ripreso respiro (Kagan, 2012) sia per il suo peso culturale, sia perché la competizione nell'allocatione dei fondi dedicati ai diversi settori rischia di emarginare la cultura umanistica in una posizione del tutto secondaria nel mondo della formazione superiore e universitaria. Anche per queste ragioni, non è irrilevante tentare di capire quale sia o possa essere il ruolo delle discipline storiche e teoriche nell'ambito della formazione alla professione del design in una prospettiva generale (Huppatz, Lees-Maffei, 2012). Il design - è ormai riconoscimento comune - si fonda sulla natura composita del proprio spazio progettuale e culturale. In questa prospettiva, io penso che il design sia un campo d'azione assolutamente privilegiato nel quale le tradizionali dicotomie fra campi disciplinari diversi possano tentare di trovare una loro composizione. Attraverso il design possiamo sperimentare la possibilità, se non di risolvere, almeno di far agire positivamente l'intreccio fra sapere e saper fare, fra specialismo e generalismo, fra teoria e pratica, fra puro e applicato, fra concretezza e astrazione, che sono alcuni dei tratti peculiari nelle scienze contemporanee.

Queste contrapposizioni risalgono alle origini della moderna università, tra il XVIII e il XIX secolo, quando si presentano in termini fortemente conflittuali e apparentemente inconciliabili. Non a caso il progetto universitario di von Humboldt (Berlino, 1810) si dispiegava sul modello teorico che Immanuel Kant aveva delineato nel suo *Conflitto delle facoltà* (1798). In questo scritto, il filosofo introduce una netta distinzione fra facoltà orientate a qualche forma di utilità (es. medicina) e facoltà orientate alla conoscenza per la conoscenza (es. filosofia), fra coloro che professionalmente fanno un uso sociale del sapere e coloro che rispondono soltanto a un principio di autonomia che non è vincolato ad alcun fattore esterno. Ora, poiché il design è un'attività progettuale che ha come scopo ultimo quello di partecipare alla realizzazione di artefatti, non è difficile collocare il suo insegnamento fra le facoltà orientate a qualche forma di utilità, fra quelle cioè che nel delineare i progetti formativi devono fare i conti con le implicazioni dell'agire pratico sui criteri dell'insegnamento. Non si tratta però soltanto del *learning by doing*,

dell'imparare facendo come è stato teorizzato e praticato secondo la grande tradizione dell'attivismo pedagogico, che nei *curricula* formativi delle scuole del design - Bauhaus, Vhutemas, Ulm - ha preso la forma prima dell'*atelier*, poi del laboratorio progettuale. A questo occorre affiancare un insegnamento non più sorretto soltanto dalla trasmissione delle *routine* operative, ma in grado di attingere al contributo di saperi formalizzati e non formalizzati a mano a mano che le competenze necessarie si allargano e, insieme, si specializzano. In altre parole, l'aumento della complessità da un lato e il crescente ruolo sociale del designer richiedono oggi l'apporto di discipline teoriche, tecnico-scientifiche e storiche, in dialogo continuo fra il design come disciplina e le aree della psicologia, della semiotica, delle storie, della tecnologia, delle filosofie e della scienza.

Benché la tensione teorica e metodologica sia presente in modo cospicuo nelle esperienze della pedagogia del design fin dalla sua nascita, essa dispiegava tutta la sua ampiezza non tanto in modo diretto nei progetti formativi, quanto piuttosto in un dibattito spesso serrato, talvolta persino aspro, fra i protagonisti di quelle esperienze, attraverso pubblicazioni, riviste, volantini programmatici, conferenze. Alla variegata, straordinaria, ma sofferta pluralità pedagogica del Bauhaus nelle sue diverse fasi, è stato giustamente attribuito il ruolo di pietra miliare nella storia della formazione del design. Meno nota, ma altrettanto importante fu a mio parere la vicenda decennale del Vhutemas-Vhutein, l'istituto tecnico-artistico superiore aperto a Mosca nel 1920. Fu in quell'alveo che l'aspirazione a poggiare l'istruzione artistica su basi scientifiche per raggiungere un alto livello professionale diventa oggetto di programmi didattici articolati.^[3] Per esempio, il *Corso fondamentale*, che aveva una durata di due anni, era organizzato attorno a discipline artistiche, tecnico-scientifiche e 'socio-umanitarie'. Tuttavia quella che per prima ha introdotto nel suo programma un sistema di discipline teoriche coerente con la propria pedagogia della progettazione è stata la Scuola di Ulm. Proprio sull'impostazione pedagogica, in particolare sull'abbandono dell'approccio artistico e di *atelier* ereditato dal Bauhaus si giocò lo scontro fra Max Bill, che di Ulm fu il primo direttore, e Tomás Maldonado. Il modello proposto da quest'ultimo poneva la scuola in tensione continua con le frontiere dello sviluppo tecnico-scientifico e delle sue applicazioni alla vita quotidiana: i primi grandi calcolatori, la produzione di antibiotici, i nuovi materiali, l'automatizzazione, la microelettronica. Di fronte a questo scenario di innovazioni continue, il design si mostrava particolarmente adatto a sperimentarne alcune (come nel caso della 'graficazione' tramite computer, come si diceva allora), ma anche a recepire i presupposti teorici e metodologici che le avevano rese possibili: teoria dell'informazione, teoria dell'automazione, cibernetica, teoria dei sistemi, teoria dell'auto-organizzazione, ricerca operativa, teoria dei giochi.

Mentre si precisa sempre di più il profilo dell'attività progettuale, la scuola introduce una serie di nuove discipline del tutto estranee alla cultura architettonica e artistica nel cui alveo si era formato il design, a partire dagli esercizi didattici dei *Grundkurs* che si basavano ora sugli studi sulla topologia e sulla simmetria e sui contributi più aggiornati della psicologia della percezione. Un impianto quindi solidamente ancorato alla cultura scientifica, alla connessione fra progettazione, scienza e tecnologia, alla capacità di intravedere nei progressi tecnico-scientifici un potente fattore della dinamica sociale. Ma anche attento alle elaborazioni di discipline come la semiotica, che viene introdotta nel piano degli studi e insegnata dallo stesso Maldonado, e alle elaborazioni delle scienze sociali, economiche e dell'epistemologia contemporanea.

Avere come referente l'industria era stato, sin dall'inizio, uno degli obiettivi dichiarati della scuola. Nonostante ciò essa non venne mai meno a un rigore metodologico che si esprimeva in un metodo di lavoro strutturato in fasi (raccolta delle informazioni, analisi, sviluppo, calcolo dei costi, costruzione del modello) che permetteva allo studente di arrivare in maniera sequenziale alla realizzazione del prodotto. Una sorta di 'specializzazione progettuale' maturata sul campo, che faceva da contraltare al complesso sistema delle conoscenze necessarie per comprendere il progetto nella sua totalità, che riguardavano produzione, distribuzione, commercializzazione, contesto, ergonomia, materiali ecc.

Se è lecito tentare di sintetizzare in poche righe un progetto formativo come quello della Scuola di Ulm, possiamo dire che esso mirava, per usare le parole dell'ulmiano Gui Bonsiepe, a trasferire la conoscenza discorsiva in una dimensione operativa non discorsiva. Oggi sappiamo che anche dalla pratica operativa possono scaturire elementi per una nuova dimensione discorsiva, ovvero che la pratica progettuale, soprattutto nella sua dimensione di ricerca, può diventare produttrice di teoria.

Questo *excursus* sulla Scuola di Ulm è dovuto non soltanto all'importanza cruciale che essa ebbe nello sviluppo dell'insegnamento del design nelle università che, dopo la sua chiusura nel 1968, vennero fondate in tutte le parti del mondo a seguito della diaspora che portò gli ulmiani dall'India al Giappone ai paesi del Sudamerica. Il modello ulmiano è utile a capire - per contrasto - anche la situazione dell'insegnamento del design in Italia, dove si è registrato un ritardo clamoroso nel riconoscere dignità accademica al disegno industriale.

Dopo alcuni importanti tentativi fra gli anni Cinquanta e Sessanta, su cui oggi sono in corso ricerche,^[4] in Italia ha finito per prevalere una visione antiaccademica della pedagogia del design da un lato e, dall'altro, a una visione del design fortemente personalizzata e individualistica (ancora oggi si parla di Maestri, riferendosi ai protagonisti della felice stagione del design italiano). Credo che la figura di Bruno Munari possa incarnare meglio di ogni altro la sintesi di questi due fondamenti. Munari esprime un singolare progetto didattico-pedagogico, che al tempo stesso nega la possibilità d'esser strutturato in una cornice formativa volta agli aspetti professionali della disciplina.

Soltanto verso la fine degli anni Ottanta si riattiva in Italia intorno alla formazione sul design un dibattito di cui l'allora Istituto universitario di architettura di Venezia fu uno dei protagonisti. Fu proprio lo Iuav a ospitare un ciclo di seminari sulla didattica del disegno industriale organizzati da Nicola Sinopoli. Sembra paradossale ma in quel momento il nucleo centrale della discussione verteva ancora sull'opportunità o meno di inserire l'insegnamento del design all'interno dei corsi di laurea di architettura, valutando - per dirla con Sinopoli (1990) - "fino a che punto i prodotti delle diverse scuole operanti potessero dimostrare una loro maturità e una loro autonomia nel quadro complessivo dei prodotti delle scuole di architettura". Si analizzavano le scuole esistenti per capire quale fosse la loro identità didattica, se e come la disciplina fosse per così dire all'altezza di entrare nell'università, e specificamente nelle facoltà di architettura. E se il suo ingresso avrebbe potuto costituire un elemento di modernizzazione e rivitalizzazione delle facoltà di architettura, anche in vista dell'imminente integrazione europea. Strada, questa dell'inserimento nell'alveo dell'architettura e non dell'autonomia, che in Italia sembrava obbligata, come indicava anche il successo dell'indirizzo di laurea in

disegno industriale e arredamento presente alla Facoltà di architettura di Milano già dal 1985, per non parlare del fatto che l'insegnamento del disegno industriale connotava fortemente i corsi di arredamento sin dagli anni Cinquanta. Questo stato di cose indicava il grave ritardo non soltanto dell'istituzionalizzazione universitaria dell'insegnamento del disegno industriale, ma anche del dibattito culturale attorno a questo tema. Un dibattito che, come abbiamo visto, altrove si era svolto lungo tutto il Novecento: l'apertura di numerose università, il moltiplicarsi di incontri e convegni, il consolidamento di istituzioni internazionali come l'Icsid e di associazioni nazionali avevano delineato il profilo del disegno industriale come disciplina o *corpus* di saperi autonomo.

Il confronto veneziano ebbe luogo fra i corsi strutturati all'interno dell'università, le scuole private come Domus Academy, gli Istituti superiori di istruzione artistica (Isia), le scuole di specializzazione postuniversitaria, oltre a numerosi protagonisti a diverso titolo della cultura e del progetto di disegno industriale, come Enzo Frateili, Tomás Maldonado, Alessandro Mendini, Eduardo Vittoria. Quell'incontro fu uno dei prodromi alla fondazione a Milano del primo corso di laurea in disegno industriale presso il Politecnico di Milano, che venne realizzato in seguito a un impegno diretto dello stesso Maldonado, coadiuvato da un gruppo di docenti provenienti dalla Facoltà di architettura.

Oggi il processo di istituzionalizzazione universitaria della disciplina, che ha avuto uno sviluppo rapido e a volte impetuoso, può dirsi compiuto. Lo sviluppo di numerose esperienze universitarie, caratterizzate da un'elevata domanda da parte degli studenti, ha prodotto esiti significativi anche in relazione al mondo produttivo. Tutto ciò ha avuto ripercussioni sul piano della didattica, che ha sperimentato forme e modi originali, spesso con il consistente apporto di professionisti ed esperti provenienti dal mondo esterno all'università. Un fatto, questo, che costituisce la grande novità e, in parte, la ricchezza di queste esperienze. Sembra però che a questo processo non abbia sempre corrisposto una diffusa crescita nell'elaborazione teorica e nel ripensamento dei presupposti, delle finalità, dei metodi in ambito formativo, didattico e soprattutto pedagogico. Non può esistere un'educazione senza una filosofia dell'educazione, cioè senza una teoria capace di finalizzare l'attività dell'educatore e, per conseguenza orientare criticamente la formazione degli studenti. Una volta costruita la formazione per la professione, è necessario costruire la formazione di una disciplina più ampia, che faccia sentire il suo peso culturale.

Questa affermazione contiene in sé una visione alta, ambiziosa del design e del suo ruolo all'interno della realtà contemporanea, ma questa visione alta può essere mantenuta a patto che si identifichino bene i limiti del design, che non si pretenda di gettarne il mantello su territori troppo vasti. In altre parole si deve accettare il suo carattere eteronomo, di disciplina che continuamente vive e si trasforma in stretta connessione con il suo contesto e che, per la complessità del suo operare, colloquia con numerose specializzazioni, attinge continuamente ad altri saperi, e ha come compito precipuo quello di comprenderli e organizzarli nella dimensione concreta di un artefatto, di un prodotto, di un servizio.

Il passaggio da una pedagogia della forma a una pedagogia che potremmo chiamare della 'costruzione della forma ad attori multipli' determina cambiamenti radicali. Non abbiamo più a che fare con una visione statica e spaziale del design, basata sui caratteri formali di un oggetto finito, sulle caratteristiche stilistiche del suo autore, sul suo ruolo nel mercato, ma piuttosto con una visione dinamica e temporale, basata sulle

articolazioni attraverso le quali un prodotto di design viene pensato, progettato, prodotto, venduto e consumato. Una visione del design che potremmo definire processuale. Il che induce, di necessità, un altro cambiamento radicale: quello del punto di osservazione dei prodotti del design, del modo di guardare a essi da parte dei critici e degli storici. Gli oggetti di design non possono essere soltanto strutture che concretizzano significati individuali e sociali, fonte di suggerimenti formali e simbolici. Se ci fermassimo a questo, imprigionando gli oggetti nel concetto di stile, daremmo via libera - come ammonisce Siegfried Giedion a proposito dell'architettura - "alle concezioni formalistiche. Queste hanno sulla storia dell'arte pressappoco lo stesso effetto che ha, su un giardino fiorito, un rullo compressore" (Giedion, 2008). Dunque le dinamiche della trasformazione, che sono processi storici, chiedono una nuova attenzione e nuovi approcci. In questo quadro, mi pare evidente che la storia possa ricoprire un ruolo importante. Altrettanto evidente è che essa deve necessariamente rifondarsi, a partire dalle proprie metodologie. E soprattutto da un percorso di ricerca umile, faticoso e necessario.

Bibliografia

- Bonsiepe, G. (1975). *Teoria e pratica del disegno industriale. Elementi di una manualistica critica*. Milano: Feltrinelli.
- Brevini, F. (2008). *Un cerino nel buio. Come la cultura sopravvive a barbari e Antibarbari*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Design: quale scuola?* (1990), a cura di N. Sinopoli. Milano: Franco Angeli.
- Dilnot, C. (2009). Some Futures for Design History?. *Design History*, 22 (4), 377-394.
- Elia, M. (2008). *VChUTEMAS. Design e avanguardie nella Russia dei Soviet*. Milano: Lupetti.
- Huppatz, D.J. & Lees-Maffei, G. (2012). Why design history? A multi-national perspective on the state and purpose of the field. *Arts and Humanities in Higher Education*, 24 Dicembre 2012. Disponibile presso <http://ahh.sagepub.com/content/early/2012/12/14/1474022212467601>.
- Giedion, S. (2008). *Breviario di architettura*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Giunta, C. (2008). *L'assedio del presente*. Bologna: il Mulino.
- Kagan, J. (2012). *Le tre culture. Scienze naturali, scienze sociali e discipline umanistiche nel XXI secolo*. Milano: Feltrinelli.
- Maldonado, T. (1988). *L'héritage: matériel et immatériel*. In *Les années 50*. Paris: Centre Pompidou, Paris, traduzione nostra.
- Maldonado, T. (1984). Ulm rivisitato. *Rassegna*, a. VI, 19/3.
- Menna, F. (2001). *Profezia di una società estetica (1974)*. Nuova edizione ampliata. Milano: Editoriale Modo.
- Pommier, É. (2007). *L'invenzione dell'arte nell'Italia del Rinascimento*. Torino: Einaudi.
- Riccini, R. (2012). *Pensare la tecnica, progettare le cose. Storie dal design italiano 1945-1980*. Bologna: Archetipolibri.
- Snow, C. P. (1964). *Le due culture*. Milano: Feltrinelli.
- Toussaint, S. (2008). *Humanismes et antihumanismes de Ficin à Heidegger*. Paris: Les Belles Lettres.

Žadova, L., Jamaikina & E. Mislér, N. (1978). Vchutemas-Vchutein. *Casabella*, 435, aprile 1978, 46-60.

NOTE (↵ returns to text)

1. Sono i termini con i quali Charles Percy Snow mise a fuoco il tema nella famosa e controversa *Rede Lecture* pubblicata da Cambridge University Press nel 1959 e poi nel 1963 (Trad. 1964). Cfr. anche Riccini (2012).↵
2. Cfr. Brevini (2008); Giunta (2008); Toussaint (2008); Kagan (2012).↵
3. Cfr. Žadova, Jamaikina, Mislér (1978); Elia (2008).↵
4. Ricordo soltanto il dibattito sul tema sostenuto da riviste come *Stile Industria*, che già nel 1958 pubblica un numero dedicato al tema della didattica del design e nel numero 20 del 1959 un report sulla Scuola di Ulm (*Le nuove prospettive industriali e la formazione del designer*).↵

LA GRAFICA PER IL 'MADE IN ITALY'

Mario Piazza, Politecnico di Milano
Orcid id 0000-0002-9665-7730

PAROLE CHIAVE

Graphic design, Industrial design, Made in Italy

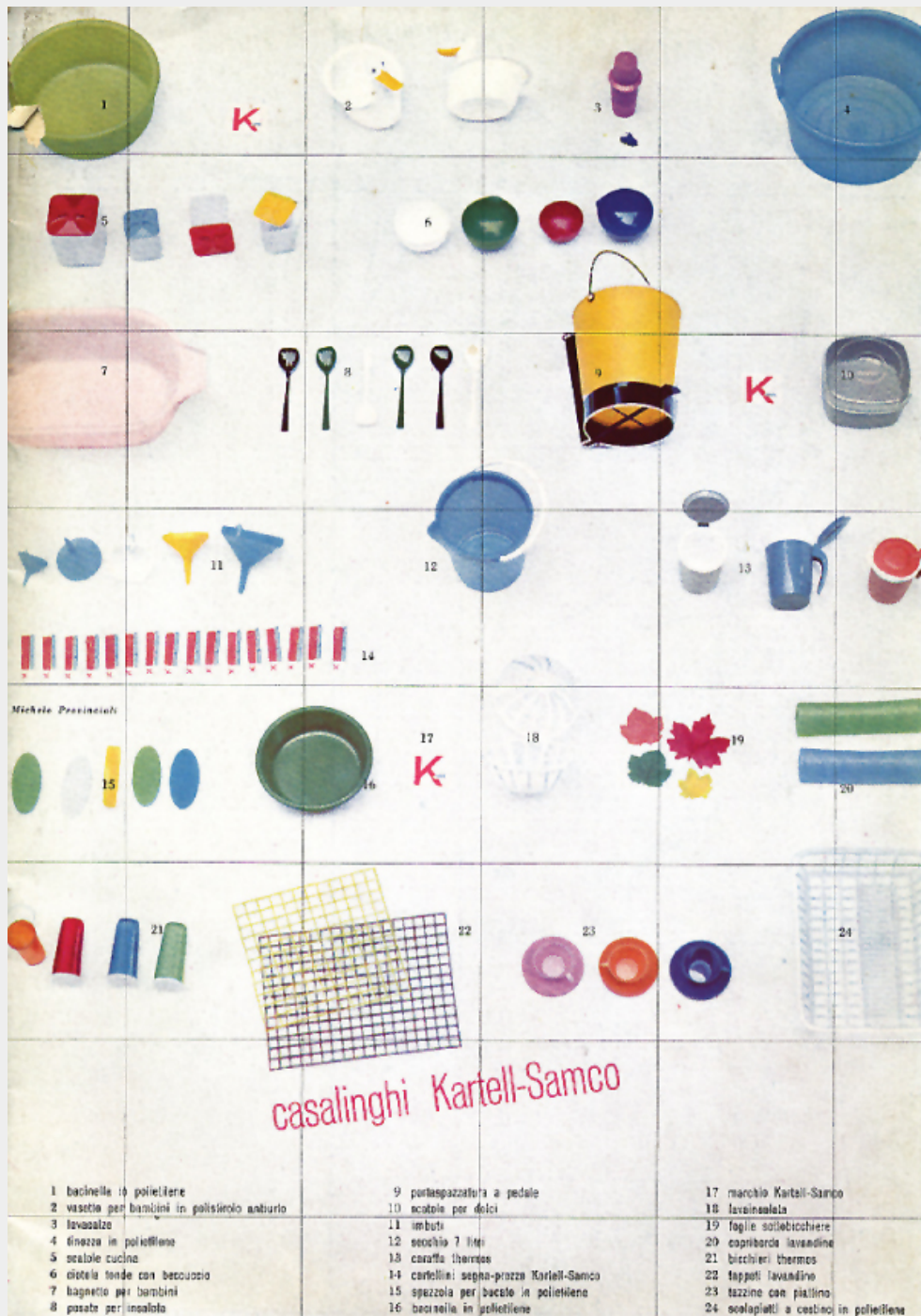
Questo saggio vuole indagare il ruolo della grafica, come disciplina progettuale dell'azione comunicativa, nel processo di affermazione di quel fenomeno economico-imprenditoriale che è stato definito con l'espressione 'made in Italy'. Spesso l'apporto fondamentale della grafica e della comunicazione a questo fenomeno che ha avuto come epicentro gli anni della ripresa e del boom economico, passa in secondo piano e viene taciuto rispetto alla rilevanza fisica dell'oggetto, del prodotto. Questa ricerca tenta una riflessione più attenta che, attraverso la rilettura e lo studio di molti progetti della grafica italiana, consenta di coglierne il ruolo fondamentale per l'affermazione di una cultura imprenditoriale e di una qualità estetica del prodotto.

1. Contesto e alcuni riferimenti paradigmatici

La grafica, da intendersi come disciplina progettuale dell'azione comunicativa, ha avuto nel processo di affermazione di quel fenomeno economico-imprenditoriale che è stato definito con l'espressione 'made in Italy' un ruolo fondamentale. Molteplici sono le definizioni date a questo fenomeno, a seconda dei punti di vista e di analisi: da sistema di distinzione commerciale a modello di organizzazione industriale. Qui ci possiamo riferire a quanto Castronovo (2012) ha sinteticamente descritto in un recente articolo:

C'è un patrimonio di attitudini e di saperi che costituisce da sempre una risorsa culturale importante per lo sviluppo del nostro Paese. È la feconda combinazione fra creatività e perizia, inventiva e cognizioni pratiche, di tante imprese che, valorizzando certe tradizioni ereditate dal passato e integrandole con nuove idee e intuizioni, hanno contribuito alla crescita economica e all'evoluzione sociale dell'Italia. A questa simbiosi fra inventiva e originalità va ascritta la genesi del 'made in Italy', di un insieme di produzioni dai tratti distintivi inconfondibili, per caratteristiche qualitative o valenze innovatrici, per eccentricità o particolare eleganza. Ciò che ha concorso non solo a rendere più competitivo il nostro sistema industriale, ma a diffondere all'estero l'immagine di un Paese contrassegnato da un'intrinseca vitalità e intraprendenza.

A partire dalla metà degli anni cinquanta del XX secolo, la grafica ha giocato un ruolo significativo nella costruzione e diffusione di questa 'immagine' in particolare in quel segmento legato alla produzione di mobili, di complementi per l'arredamento e di nuovi materiali per la casa.



Annuncio di Michele Provinciali per Kartell, 1957 (Collezione Grafica del Made in Italy, Centro di Documentazione sul Progetto Grafico di Aiap).

Cominciamo con tre istantanee. 1957: su un foglio a quadretti, da quaderno di scuola, sono disposte con ordine diligente e correttamente proporzionate tra loro, una serie di suppellettili domestiche. È un abaco. Hanno forme in parte note e consolidate da una tradizione d'uso, ma le loro livree colorate ci inducono a pensare a qualcosa di nuovo. In effetti sono tutti oggetti in plastica: una novità per quegli anni. A fianco ad ogni oggetto un numero progressivo, da 1 a 24. In fondo alla pagina una legenda: 1 - bacinella in poliestere, 2 - vasetto per bambini in polistirolo antiurto, 3 - lavacalze, 4 - tinozza in polietilene e poi via via fino al numero 22 - tappeti lavandino, 23 - tazzine con piattino, 24 - scolapiatti e cestino in polietilene. Ad intervallo regolare è impressa nelle ordinate file una 'K' rossa, numerata col numero 17: il marchio Kartell-Samco. Infatti si tratta di un annuncio pubblicitario per i casalinghi Kartell-Samco. L'ha disegnato uno straordinario grafico, Michele Provinciali. In esso non c'è nessuna aggressività visiva e subdola persuasione. C'è invece una candida sobrietà che, con anima dolce e domestica, ci comunica una profonda rivoluzione del costume. La plastica entra nelle case, gli oggetti diventano molto diversi e cambiano le attitudini domestiche. Il candore poetico e rassicurante dell'annuncio, da alfabetiere scolastico, vuole tradurre il garbo educato dell'azienda nel comunicare il volto dei nuovi rivoluzionari prodotti.

1959: una doppia pagina con un'unica fotografia. Il taglio è da schermo panoramico, come in certi film hollywoodiani. È stampata in bianco e nero. Sta nel catalogo della Cassina - Figli di Amedeo Cassina, Meda. Nel vasto spazio disadorno, modellato da una luce radente si stagliano in un gioco di positivi e negativi le linee scheletriche della sedia *Leggera* di Gio Ponti. L'atmosfera è teatrale. Il punto di vista, ricercato e splendidamente ottenuto, disegna con le diverse sedute una linea, un orizzonte. La leggerezza delle sedie diventa nobile presenza. La foto comunica un risultato raggiunto, il sottile tratto di un disegno si è trasformato in un oggetto, prodotto in serie. La scelta dell'inquadratura vuole esprimere un'idea di cambiamento nel progettare e nel fabbricare. La foto l'hanno scattata i due grafici Giulio Confalonieri e Ilio Negri. Sono loro che hanno progettato e realizzato tutto il catalogo aziendale della Cassina.

1965: l'annuncio è molto brillante, una festa di colori. Non c'è nessuna immagine, non c'è nessun prodotto rappresentato. Ci sono solo scritte, e per tre quarti dell'annuncio è ripetuta una sola parola: 'SCIC'. È il marchio di una giovane azienda di Viarolo, in provincia di Parma. Ha iniziato a produrre nel 1963. Sono passati due anni da questa pubblicità. Un'azienda giovanissima. Ma l'annuncio, disegnato da Franco Ricci (il Maria non era ancora apparso), sembra festeggiare i cent'anni di attività. Nelle fasce regolari che scandiscono lo spazio pubblicitario si susseguono, stampati in diversi stili tipografici, le possibili evoluzioni del logotipo 'SCIC' nel corso di un'ipotetica vita centenaria. Sembra come se davvero la giovane azienda avesse iniziato la produzione di cucine componibili da molti anni. Il gioco e il linguaggio paradossale, espressi con vitale energia cromatica, sono gli strumenti per raccontare una tradizione inventata e confermare le novità di un'azienda che vuole risolvere i problemi "del moderno e funzionale arredamento della cucina".

Dopo queste istantanee, un simbolo. 1953: il compasso di Adalbert Goeringer che serve a individuare il rapporto armonico di una misura è la fonte di ispirazione del marchio per il Compasso d'Oro, progettato da Albe Steiner per La Rinascente. Questa sintesi armonica tra arte e progetto, idea e prodotto, disegno e industria sembrerebbe offrire da subito una forte immagine di unitarietà degli intenti dei protagonisti di quello che diventerà il

'made in Italy'. L'armonia rinascimentale dei rapporti aurei era, nella testa di un grafico come Steiner, un dotto segno di unitarietà degli apporti creativi. Rappresenta l'emblema di un'idea progressiva di progetto che vedeva uniti, con pari rilevanza, architetti e designer, artigiani e produttori, grafici e artisti. Affermava una linea italiana. L'armonia moderna del compasso di Steiner, suggello di razionalità e bellezza, doveva diventare infatti il simbolo più forte e riconosciuto del design italiano e un punto di riferimento per il disegno industriale internazionale.

Questo nella sostanza è avvenuto, ma spesso l'apporto fondamentale della grafica e della comunicazione a questo processo che ha avuto come epicentro gli anni della ripresa e del boom economico, passa in secondo piano e viene taciuto rispetto alla rilevanza fisica dell'oggetto, del prodotto. Questa ricerca tenta una riflessione più attenta che, attraverso la rilettura e lo studio di molti progetti della grafica italiana, consenta di coglierne il ruolo fondamentale per l'affermazione di una cultura imprenditoriale e di una qualità estetica del prodotto. Dopotutto se una debolezza (e per contrappasso una tipicità) del 'made in Italy' c'è stata, è quella di essere il risultato di prodotti fondamentalmente di nicchia, che solo in parte rispondevano ai requisiti del prodotto industriale di grande serie. I limiti strutturali della produzione (piccole imprese con mentalità più artigianali che industriali) e della commercializzazione (inadeguatezza e individualismo dei consumatori)

hanno fatto sí che molti prodotti esemplari del disegno industriale italiano, anche se pensati per il grande numero, siano stati in realtà prodotti in piccola serie di aziende di dimensioni contenute, che procedevano per tentativi a sondare i bisogni e i gusti del mercato, o addirittura su commessa specifica. (Ottolini, 1998)[1]

In effetti i primi anni cinquanta più che un'affermazione del disegno industriale vedono il sorgere di una cultura dell'industria, uno 'stile industriale' come afferma Vinti (2007) che ha nelle grandi aziende pubbliche (acciaio, energia) e private (auto, gomma, meccanica) un forte sviluppo. È la lezione della 'civiltà delle macchine' del poeta ingegnere Leonardo Sinisgalli e dell'utopia olivettiana. È qui che troviamo i primi bagliori di una estetica del prodotto e della sua valenza comunicativa. Ma produrre acciaio è molto diverso che produrre beni di consumo finiti, come argomenta Ottolini (1998):

Il disegno industriale vero e proprio va riferito [...] a progetti tradottisi in produzioni di grande serie di elevata complessità strutturale, con le note emergenze nel settore automobilistico o nelle macchine per la scrittura e il calcolo o in quella trinità del tele-moto-frigo che ha segnato il 'miracolo economico' degli anni cinquanta; anche se è indubbio che la sua notorietà internazionale viene in gran parte dalla nicchia del prodotto d'arredo, declinato in quegli anni secondo gli umori di una civiltà ancora povera e legata al suo retroterra contadino e cattolico (la prima sedia *Leggera* di Ponti) e capace successivamente di interpretare le icone vitalistiche e pop del consumismo di massa (i blocchi polifunzionali di Joe Colombo).

Non appare ingiustificato che l'individuazione di una specificità estetica e industriale del prodotto italiano venga affermata per la prima volta negli Stati Uniti nel 1954/55 con l'appellativo di una *italian line*, in relazione alle peculiarità delle carrozzerie disegnate da Pinin Farina, che molto avrebbero influenzato le linee di modelli americani.[2] Ma è chiaro che la concretizzazione di questa idea di bellezza ha avuto nel segmento produttivo legato all'arredo e ai materiali per la casa un dipanamento e una crescita che pareva inesauribile.

Il prodotto italiano era il sinonimo di stile, di originalità ed eleganza inventiva. Era una sorpresa. E lo stile è in primo luogo una nozione distintiva, una capacità di relazionarsi, un atteggiamento comunicativo del prodotto e dell'oggetto. I prodotti del design italiano erano i primi interpreti di questa funzione comunicativa. Ma essa per diventare discorso e narrazione andava manifestata e teatralizzata. Consapevolezza ben presente in protagonisti come Ponti e Rosselli che, oltre a ideare prodotti, hanno progettato e inventato riviste per raccontarli. E anche molte aziende, attraverso il fenomeno degli house organ, hanno editato vere e proprie riviste di cultura oltre che promozionali.[3] Le potenzialità di un nuovo materiale come la plastica sarebbero state sufficienti all'affermazione della Kartell senza il racconto visivo di Michele Provinciali, che poeticamente metteva in scena il nuovo prodotto, disegnato e bello, in un contesto quotidiano? Un secchio in plastica fra i mungitori in una stalla, i contenitori per la casa sul parapetto del naviglio a fianco dei lavatoi, la paletta per i rifiuti sulla strada abituale dello spazzino: questi racconti del prodotto sono anche l'immagine dell'azienda e il biglietto da visita dell'architetto-designer. Allora il disegno industriale è stato veicolato attraverso i valori simbolici della propria immagine. Immagine che è stata scritta in primo luogo dai grafici.

È la grafica che ha modellato e reso visibile un universo simbolico attraverso il quale i consumatori hanno incontrato il prodotto. E prima di possedere la sedia o la poltrona, il divano o il casalingo dalle linee moderne e dai materiali innovativi, i consumatori hanno conosciuto le loro immagini, i loro nomi e la loro qualità dalle pagine degli annunci pubblicitari, dagli opuscoli promozionali, dai cataloghi e dalle riviste. Ma, come scrivono D'Ambrosio e Grimaldi (1995):

in tutti i repertori sul design, negli atlanti, nelle storie recenti, gli oggetti sono mostrati nella loro nudità oggettuale, nella loro scarna essenzialità di artefatti, piccoli o grandi che siano; sono mostrati senza l'aura mitica che il processo di promozione racconta di loro; sono i personaggi di una storia di piccole mitologie quotidiane tirati fuori dall'universo simbolico.[4]

2. Disegno industriale, grafica e pubblicità

Questo, in prima istanza è avvenuto per una sorta di opposizione e/o pregiudizio degli stessi architetti-designer. Il dibattito della fine degli anni cinquanta vede la grafica ancora confinata nell'interregno dell'arte minore, lontana dall'insorgente nozione di progetto e succube dell'incalzante affermazione della pubblicità. Ancora nel 1962, Alberto Rosselli dalle pagine di *Stile Industria* scriveva:

Se infatti la grafica in linea di principio si può considerare nella stessa sfera d'azione del disegno industriale (in un processo che va dal disegno, alla produzione, al mercato) le espressioni grafiche indirizzate in massima parte verso un'azione pubblicitaria non permettono confronti ed argomentazioni omogenei con il procedimento dell'industrial design che si rivolge soprattutto oggi ad una approfondita ricerca di carattere operativo all'interno dell'industria.[5]

Eppure negli stessi anni l'attento storico e critico d'arte Carlo Ludovico Ragghianti, come pure in precedenza Gillo Dorfles, avevano frantumato definitivamente l'opposizione tra arti maggiori e arti minori e messo da parte la divaricazione tra autonomia estetica e eteronomia funzionale del progetto grafico. Così scrive nel 1958 Dorfles:

Non ho bisogno d'insistere sull'importanza che ha la pubblicità su tutta quanta la struttura economica e sociale dei nostri giorni; ma quello che mi sembra opportuno

sottolineare qui è il suo peso nel settore artistico. È vero bensì che le forme d'arte d'avanguardia hanno profondamente influenzato il cartellone pubblicitario, tanto che [...] da Toulouse Lautrec a Bonnard, da Cappiello a Cassandre, da Herbert Bayer a Lustig, a Huber, a Pintori possiamo puntualizzare quasi una sorta di 'pinacoteca minore' nella quale i vari movimenti percorsi dall'arte moderna e i vari stili della stessa si ripresentano puntualmente [...] Non dobbiamo del pari, misconoscere l'importanza che la pubblicità - specie nel suo aspetto grafico - ha avuto sull'arte 'pura'. I confini sono molto sfumati: non sapremmo decidere sin dove giunga il fatto artistico e sin dove il fatto pubblicitario.

Per Ragghianti (1963) la grafica (e anche la pubblicità) è "funzionalità pratica, sociale, edonistica, emotiva, intellettuale, simbolica insomma comunicativa". Allora il contributo dei grafici a questa idea totalizzante di modernità e qualità risulta evidente, tanto da non poter essere solo confinato alla bidimensionalità di un annuncio o di un manifesto. La grafica è davvero la compagna di strada del design e dell'impresa ad esso orientata. Nella sua dimensione processuale di immagine coordinata la grafica scrive lo scenario e lo stile come costante figurativa delle aziende e dei prodotti. E lo fa con una primaria attenzione alla responsabilità del produttore di testi grafici e verbali, anche nella sfera più eminentemente persuasiva. Molti degli attori di quest'epoca non si sono limitati al contributo specifico di vestire con un'immagine il prodotto, ma hanno operato in forma più ampia assumendo un vero e proprio atteggiamento registico. Non è un caso che molti di loro - Iliprandi, Tovaglia, Bonini, Noorda, Gregorietti, Munari e altri - saranno i protagonisti della fondazione dell'Art Directors Club Milano nel 1966. Una sensibilità questa che porta il grafico a guidare e direzionare i valori e gli obiettivi delle aziende. Già un autore come Enrico Ciuti, amico e attivo collaboratore di Gio Ponti, sviluppa un forte sodalizio con l'azienda di sanitari per il bagno Ideal Standard dalla fine degli anni cinquanta che non si ferma alla fornitura di pagine pubblicitarie o al progetto di allestimenti. Nei suoi lavori troviamo un'attenzione illustrativa tanto al prodotto quanto alla sua genesi produttiva, ma soprattutto un fattivo contributo ad avvicinare intellettuali e artisti al mondo aziendale. Nel cuore degli anni sessanta Giancarlo Iliprandi non si limita per RB Rossana a costruire elementi grafici di forte personalità, squillanti e cromaticamente luminescenti, ma delinea e traccia un layout iconico attraverso l'apporto di fotografi come Aldo Ballo e Mauro Masera. L'ambiente cucina viene proiettato verso i territori di una sideralità futura. I punti di vista spesso sono a volo d'uccello, con le cucine come prue di un rompighiaccio. Le scene possono contemplare gamme quasi oppositive di situazioni (da un tutto pieno sovraccarico di oggetti e di merci a un'isola deserta dove una ignuda fanciulla giace sdraiata sul piano domestico come su una spiaggia tropicale). C'è una grande capacità di suggerire e di immettere un clima attorno ai prodotti e all'azienda. Una tensione così forte che porta Iliprandi a disegnare i primi modelli di cucina ad isola, interpretando anche le funzioni più tecniche e progettuali della direzione artistica.

Anche questo aspetto è molto rilevante per comprendere l'apporto della grafica al successo del 'made in Italy'. La parte tecnica della comunicazione diventa un presupposto non secondario. Alcuni strumenti di presentazione della produzione, come il catalogo o i listini o le schede di prodotto, sono anche modalità per la trasmissione di un modo di intendere e valorizzare il prodotto. Sono utili utensili a formare e guidare chi si occupa della commercializzazione e della vendita. Sono anche medium di presentazione tecnica e d'immagine tra progettisti d'interni e committenza.

Questa editoria specializzata assume una rilevanza e un'indubbia peculiarità grazie al contributo dei grafici. In uno scenario comunicativo dove si affacciano i primi slogan pubblicitari fortemente manipolatori, dal 'Chiamami Peroni, sarò la tua birra' al 'Grazie Candy', questo importante segmento di comunicazione del prodotto di consumo porge invece un lato, esso stesso, da prodotto di design. Come ha scritto Anceschi (1984), "ai grafici italiani, al filone progettuale del visual design, a quel modo di fare grafica che è concettualmente omogeneo al product design, si deve l'elaborazione dell'istituzione del catalogo di design, coi suoi standard e le sue variazioni sul tema".

3. Alcune storie della grafica del "Made in Italy"

Proviamo ora a raccontare alcuni frammenti di questo esteso panorama di autori e di modalità di produzione dell'immagine del *furniture design*. L'intento è quello di individuare attraverso alcune figure e alcuni casi le peculiarità del contributo della comunicazione visiva. Modalità che hanno costruito lo statuto di rappresentanza di un notevole, ancor oggi, segmento merceologico. Anzi, forse il potente dispositivo visivo attuato allora da singoli autori, studi grafici (*all'europea*), agenzie (*all'americana*) e freelance, ha consolidato nel tempo anche i valori di un modello culturale e imprenditoriale che ancora è il riferimento di un approccio e di una tipicità dell'economia nazionale. Quindi si tratta di una casistica necessariamente incompleta ma utile a delineare anche l'evoluzione di una cultura disciplinare e professionale.^[6]

3.1. Enrico Ciuti: pittura e design

Del rapporto virtuoso tra architetti-designer e artisti-grafici la figura di Enrico Ciuti può essere considerata quella di un anticipatore. Di formazione artistica (mai tradita e infatti non ha mai smesso di firmare i propri lavori grafici con l'appellativo di pittore), Ciuti ha collaborato con intensità e continuità con il mondo dell'architettura e del disegno industriale. Ha avuto sodalizi lavorativi con gli architetti Luciano Baldassari, Marcello Nizzoli, Gustavo Pulitzer e soprattutto con Gio Ponti, disegnando copertine, manifesti, pannelli ed elementi decorativi. Dagli anni cinquanta Ciuti ha svolto una solida attività professionale con Ideal Standard, azienda nata nei primi del Novecento che, con la serie *PontiZ* del 1954 disegnata da Gio Ponti, innova il tema del sanitario, mettendo in produzione il primo esempio di design industriale nel settore. Ciuti non offre solo un servizio creativo per la promozione e l'immagine, ma di fatto ne diviene una sorta di consulente artistico.

Il suo approccio pittorico, per certi versi affine alla poetica pontiana, modella e illustra l'evoluzione culturale dell'azienda. Ciuti disegna pagine e annunci pubblicitari con tratti e toni delicati offrendo una fisionomia stilizzata dei prodotti. Un parallelo visivo al disegno dei sanitari. Ma a questa istanza figurativa, Ciuti affianca altri registri, più maturi e coordinati, montando una partitura visiva articolata in grado di proporre composizioni astratte e geometriche (come negli stessi anni faceva Eugenio Carmi per le acciaierie Cornigliano) e l'uso narrativo dell'immagine fotografica, come testimonianza e racconto della vita aziendale. È una visione molteplice che unisce felicemente lo spirito nuovo del prodotto disegnato, con l'ambiente produttivo e tecnologico dell'azienda. Il tocco di Ciuti oltrepassa la visione e il sentire del 'pittore-pubblicitario' a favore di una comunicazione progettata e orchestrata. In questa direzione è da leggere il suo contributo come consulente editoriale per l'house organ *Ideal Standard Rivista* pubblicata dal 1959 al 1969. Il trimestrale dedicato alle *Cronache della civiltà del benessere*, vede in Ciuti

non solo un valente grafico ma un puntuale 'redattore' che avvicina critici e studiosi del design, dell'architettura, dell'arte e della grafica alla rivista e all'azienda. Questo atteggiamento professionale lo ritroviamo in altre esperienze di Ciuti: con la Tecno di Osvaldo Borsani (1956), "un'organizzazione italiana che realizza attraverso una produzione di serie (mobili) di qualità, modelli creati dai più noti architetti e artisti" e la Riello (1964), fabbrica di apparecchi per il riscaldamento e il condizionamento.

3.2. Lo stile Provinciali

La cultura, la storia, il patrimonio artistico, il *genius loci*, il senso dell'origine, la bizzarria del mistero: sono gli strumenti di Michele Provinciali, una 'anomalia' nell'anomalia dello scenario dell'epoca, un'alternativa inaspettata al funzionalismo. L'approccio umanistico si percepisce fin dalle prime fasi del suo operato, dopo la tesi nel 1947, a Urbino, sulla critica raffaellesca, e gli studi a Chicago, alla New Bauhaus. Rientrato in Italia nel 1953, un anno dopo realizza la grafica e l'ordinamento per la sezione Industrial Design della X Triennale di Milano, una mostra destinata a restare nella storia, una data fondativa per il design in Italia.

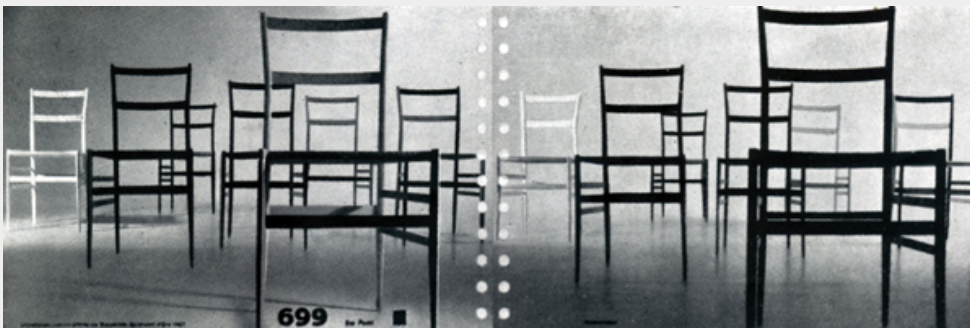
Questo lavoro trasmette pienamente la sensibilità e la poesia che Provinciali infonde ai suoi processi progettuali. Ci si sarebbe aspettato un canone, un ordine e una catalogazione visiva rigida sull'onda dell'impostazione svizzera: invece ci si trova dinnanzi ad un utilizzo imprevedibile dell'oggetto d'uso quotidiano, nella creazione di una poetica capace di trasmettere, senza equivoci, storie, con cui Provinciali vuole sintetizzare i destini e marcare i confini del nascente disegno industriale. L'approccio tenero, magico ed eloquente è l'elemento pregnante del suo operato; egli guarda il mondo del design dal buco della serratura, "...a testa in giù, tutto capovolto. Oppure visto da lontano". Raffaello Bandini, nel primo numero di *Imago* (1960) rivoluzionario house organ progettato da Provinciali per la fotolito Bassoli di Milano, sottolinea la componente di lucidità, di attenzione al gioco:

non lo spirito del risultato, ma l'umore che ispira l'invenzione quotidiana. Il piacere di pensare certi oggetti fuori dal contesto ordinario, di scoprirvi una pura materia espressiva, senza assolutamente far ricorso a lenti deformanti, ma lasciando che essi parlino un loro linguaggio diretto e coerente.[7]

Provinciali comunica questo suo sentire attraverso il racconto del progetto, anche nello spazio di una copertina come fa per *Stile Industria* (n. 5, agosto 1955) dove gioca con la ripetizione delle medesime immagini fotografiche per illustrare la serialità del prodotto industriale, o in *Domus* (n. 345, agosto 1958) dove allinea a guisa di un tetto di tegole canadesi una cromatica serie di veline come quelle per l'incarto delle arance. In un'altra copertina di *Domus* (n. 347, ottobre 1958) intaglia fogli di carta colorata per montare un collage di una poltroncina, ma deposita gli scarti ritagliati con la stessa dignità dell'opera. Il colore è materia, il segno è oggetto. Oppure il suo progetto marca uno scarto inaspettato, bizzarro appunto.

Questo metodo, questo suo istinto per indagare nelle forme e nella materia alla ricerca di un massimo di verità degli oggetti fino alla loro codificazione di simbolo, è il suo sistema per costruire l'immagine di un'azienda come la Kartell. Una distanza abissale dai modelli sistematici. Scorrere le pagine pubblicitarie e i cataloghi, sfogliare la rivista aziendale *Qualità* o maneggiare gli imballi dei prodotti Kartell è un continuo turbinio visivo che trasfigura il prodotto e lo rende racconto e favola. Il progetto di corporate aziendale

diventa un progetto orale, il nuovo materiale è visualizzato come il chiacchierare al mercato, fra la gente. Si porge con apparente lievità, ma nasconde un procedimento meditato e raffinato. Provinciali ha il dono di leggere il moderno con gli occhi e gli strumenti di una tradizione, che conserva un infinito percorso di esperienze estetiche uniche, alte e antropologiche, senza distinzione. Il progetto, la grafica è il “luogo frequentato dai fanciulli”. È davvero una cosa unica e rappresenta per certi versi il perfetto parallelo di quello che è stato il disegno industriale italiano, almeno di quello che riconosciamo in figure come i fratelli Castiglioni o in imprenditori come Gavina. Il design italiano, le riviste, le aziende, la grafica sono marchiate da questo approccio. Oltre Kartell, Provinciali ha lavorato per Zanotta, Snaidero, Gavina, Arflex, Cassina, Velca e fondamentali sono stati i suoi progetti nel campo dell’editoria per l’architettura e il design. Suoi sono i sistemi grafici per *Stile Industria*, *Casa Novità*, *Abitare*, *Edilizia Moderna*, *Imago*, *Qualità*, oltre al progetto di molte copertine di *Domus*.



Doppia pagina di catalogo per Cassina, con progetto grafico e fotografie di Confalonieri + Negri, 1959 - 1960 (Archivio Ilio Negri, Centro di Documentazione sul Progetto Grafico di Aiap).

3.3. Confalonieri+Negri: la grafica accompagna i prodotti

Il sodalizio professionale tra Giulio Confalonieri e Ilio Negri iniziato nel 1956 ha veramente fruttato un’infinità di marchi e immagini per le aziende del settore dell’arredo. Sfolgiando le riviste di arredamento e architettura di quegli anni la loro sigla, spesso completata dal nome Studio Industria, appare con inaudita frequenza. Marchi famosi che hanno fatto la storia del ‘made in Italy’, o altri che nel tempo sono spariti, restano esemplari attraverso i loro progetti. Questo duo di progettisti era davvero speciale. Univa in maniera impareggiabile aspetti diversi del linguaggio visivo. Confalonieri aveva una enorme consapevolezza della forza arcana del segno. Una determinazione a marcare con un segno indelebile. Lo si vede nelle prime prove e in quelle tarde degli inizi degli anni settanta, realizzate da solo per le cucine Boffi, dove la forza evocativa del segno, sia esso decoro geometrico o allitterazione visiva del marchio, si appropria del campo della pagina. Confalonieri è paradossalmente un solista, molto dotato.

Negri è invece il fine arrangiatore, quello che in apparenza può sembrare un ruolo più appartato, è il motore trainante della capacità narrativa dei progetti. Negri ha una

maggior consapevolezza e padronanza, anche per formazione e storia familiare (lo studio Lerici e successivamente la casa editrice nascono dalla tipografia Negri), nel progettare con segni geometrici, figurati e alfabetici. È suo il fraseggio, il disporre articolato e armonico nella pagina. Questo lavoro costante, attento e misurato consente di lasciar spazio all'esplosione visiva di oggetti-simbolo, delle impronte di Confalonieri. Gli annunci e le pagine pubblicitarie, ma anche la costruzione dell'immagine coordinata per Boffi ad esempio, si muove su questi registri. Il lavoro sul marchio, sulla sua declinazione e sulla sua visualizzazione ipertrofica, corre in parallelo con immagini che dispongono i prodotti, assieme a oggetti frugali e quotidiani, con una sorta di disordine come su una bacheca fra le mura domestiche. A fianco di pagine di esasperato bianco e nero, ne troviamo altre con patinature tonali e giochi di sovrastampa cromatica che virano fotografie e particolari dei mobili. Il segno è sempre folgorante e originale. Questo atteggiamento progettuale di Confalonieri e Negri lo ritroviamo per Cassina, per Tecno, per Poltronova, per Delitala, per Mobilia, per Bernini, per Cantieri Carugati, marchi prestigiosi del settore. Ma anche per aziende produttrici di complementi e materiali innovativi per l'edilizia e l'arredo come Fulget, Pirelli, Chimica Lucana. Il campo comunicativo delle industrie del design è stato davvero attraversato dal segno originale e inconfondibile di questi progettisti.

3.4. Heinz Waibl e il nome delle aziende di design

La gran parte delle identità e dei marchi oggi diventati storici nel mondo delle imprese di design viene realizzata negli anni cinquanta e sessanta. E tutti gli autori qui citati ne sono stati protagonisti (sono di Albe Steiner i marchi di Arflex e di Poggi, di Confalonieri e Negri quelli di Boffi e Delitalia, di Michele Provinciali quello di Zanotta, ...). È anche il caso di Heinz Waibl, in quanto autore dei marchi di Gavina (1961) e Flos (1961). Dopo essere stato assistente di Max Huber, Waibl collabora in quegli anni con lo studio Castiglioni alla grafica per allestimenti fieristici. È in questo contesto che incontra imprenditori ed aziende, e che nascono necessità anche immediate di collaborazione. Nel caso Flos - nata dall'incontro di Dino Gavina, Cesare Cassina e i fratelli Castiglioni con Artur Eisenkeil, importatore di nuovi materiali - è quella di promuovere sulle riviste la nuova realtà e i primi prodotti. È un lavoro fianco a fianco. Queste frequentazioni fra architetti, designer, grafici e artisti sono propri di un certo clima. Nel rispetto delle diverse competenze si sviluppano attitudini comuni e processi di lavoro condivisi che spiegano molte peculiarità del design italiano. Un'atmosfera di incroci quotidiani fra diverse e simbiotiche professionalità. Il marchio Flos nasce in questo fervore. È interessante notare anche la scelta di rappresentare l'identità aziendale con il solo nome figurato. Niente simboli o emblemi, solo un severo logotipo. I prodotti ancora non ci sono. Le pagine per le riviste disegnate da Waibl mostrano un disegno tecnico delle lampade, quasi una cianografica del progetto e sono 'firmate' al piede da una splendente tipografia ispirata ai modelli classici della *capitalis monumentalis* romana. Le lettere del logotipo di Waibl fanno infatti riferimento alle forme e alle proporzioni delle iscrizioni lapidarie romane, come quelle della Colonna Traiana (113 d.C.) a Roma. I caratteri lapidari romani sono stati un modello per molti classici caratteri tipografici (dal *Kumlien* disegnato da Akke Kumlien nel 1943 per la fonderia Stempel al *Trajan* della type designer Carol Twombly per Adobe nel 1989). Anche in questo caso vogliono rendere un'idea di magnificenza e perfezione. Nella modellatura delle lettere, Waibl mette in evidenza il segno dello scalpello che incide la pietra, rastrema le grazie ma lascia

quell'armoniosa eleganza della tracciatura manuale a pennello dei maestri scalpellini romani. Così con lievità, la grande 'O' da sola costruisce un appiglio percettivo di indubbia personalità. È lì che si appoggia lo sguardo e si innesca la memorabilità del segno alfabetico. Le pubblicità diventano allora uno statuto classico. Il manifesto di un'autorevolezza della modernità e del design. Tutto questo in un clima di grande complicità, mentre si lavora ad altri progetti con i fratelli Castiglioni.

Così il marchio della Flos nel ricordo di Heinz Waibl è un episodio quasi di ordinaria amministrazione. Ha il valore "di un pacchetto di sigarette e di un bicchiere di whisky". Per l'azienda, Waibl disegna anche la prima linea di folder commerciali in formato quadrato e con una suggestiva regia fotografica. Sono scatti in bianco e nero di dettagli e particolari, montati con trasparenze e giochi cinetici. Altri sembrano *frame* cinematografici catturati da un Antonioni prima maniera. La classicità del logo non stona, anzi suggella uno status, che gli anni hanno confermato.

3.5. Iliprandi: design e pubblicità, divani e cucine

Iliprandi verso la fine degli anni sessanta assume il ruolo di un polistrumentista. È grafico, illustratore, fotografo, art director, product designer e attivista disciplinare e professionale. Già questo elenco è illuminante. Mentre illustra padiglioni fieristici col fiore degli architetti milanesi e fa reportage fotografici per neonate e fiere riviste, come *l'Abitare* di Piera Peroni, guida i momenti cruciali di due importanti aziende del settore: Arflex e RB Rossana. Divani, poltrone e cucine.

Arflex nata nei primi anni cinquanta lega il suo nome fin dagli inizi a qualificati progettisti: Marco Zanuso, per i prodotti, Albe Steiner, per l'immagine. Negli anni sessanta, sotto la guida del fondatore Alberto Burzio, amplia la sua organizzazione aziendale, la gamma dei prodotti e il numero delle collaborazioni artistiche. Iliprandi interviene nella dimensione comunicativa, su due livelli: quello della pubblicità e della promozione alla vendita e quello che lo stesso Iliprandi definisce come 'propaganda di prestigio', quello che oggi definiremmo il territorio valoriale del brand. Questi due livelli, come scrive lo stesso Iliprandi (1973), "non si incontrano mai, anche se procedono verso il medesimo obiettivo. [...] Protagonista il prodotto, da una parte, la sua forma ed il suo perché; dall'altra l'industria con il suo aspetto formale ed il suo percome".

Quello che in precedenza era una intuizione ora diventa una strategia comunicativa. Attore di questo processo è il grafico, come regista del sistema visivo aziendale. È lui che è in grado di gestire il procedere parallelo dei livelli, ma anche e soprattutto a farli collimare. Così Iliprandi progetta con spigliatezza una stimolante campagna pubblicitaria, molto ragionata e condotta a tavolino, dove la società di allora interagisce col prodotto. Un teatro di figure reali che giocano con il fuoriluogo della loro persona professionale. Con registro ironico, il claim 'sediamoci... ogni tanto', invita ad accomodarsi sui divani e sulle poltrone Arflex postini stanchi, ballerine spossate, bersaglieri a riposo, vigili bianco vestiti. E in parallelo allestisce una comunicazione dove il prodotto non c'è e lascia il posto ad una sorta di super-grafica, di nobilitazione delle subculture e degli slang che la strada comincia a produrre: e quindi una 'X' può rappresentare paradossalmente Arflex! Però questi livelli comunicativi

non vivono accanto unicamente inerti, sono il supporto, la strada ferrata per un convoglio di ipotesi commerciali e culturali che avanza per il loro verso, in virtù di un terzo binario che sta accanto. Il lavoro più grosso e più modesto, la forza motrice, la funzione, il corredo informativo è la terza rotaia. (Iliprandi, 1973)

Questa è la sostanziale differenza con il ruolo emergente delle agenzie pubblicitarie. Informare non è persuadere. Informare richiede un atto di accettazione delle responsabilità e dei limiti del comunicare. Annota ancora Iliprandi:

per immagine coordinata di una azienda, o meglio per coordinamento dell'immagine aziendale di una organizzazione produttiva si intende un metodo progettuale inteso a risolvere un rapporto tra individuazione e consumo, il quale tenga in debito conto: la chiarezza del messaggio, la convenienza di utilizzazione, la semplicità d'uso, la versatilità di ingegno, la razionalità realizzativa, la facilità di identificazione. E poiché il design grafico è la ricerca di un processo metodologico atto a risolvere problemi connessi con tematiche di carattere industriale, [...] esso è un preciso metodo che stabilisce regole normative non solo per una anonima serialità, bensì per il coordinamento totale della comunicazione visiva. (1973)

Con la stessa determinazione programmatica e lo stesso approccio metodologico Iliprandi sviluppa un lungo progetto visivo per RB Rossana, azienda che dal 1960 si è specializzata nel settore delle cucine. Con questa collaborazione, Iliprandi azzera fino in fondo gli steccati dei comparti professionali riaffermando la centralità di quello che è stato definito il ruolo del designer-designer (Anceschi, 2009). Non solo è l'artefice della comunicazione 'multicanale' di RB Rossana - 'una cucina che si fa amare a prima vista' -, ma ne progetta modelli e sperimenta nuove tipologie di prodotto. Nel 1968 disegna il modello *Isola*, un monoblocco in acciaio inossidabile che è diventato un classico del design. L'orizzonte sperimentale, il fuoco utopico del designer, Iliprandi lo fa divampare anche nella comunicazione, modulando e alternando i linguaggi. In particolare con giochi di contrasto visivo e verbale, a slogan facili e gratificanti, associa immagini solarizzate e dai colori non naturali, fluorescenti. A campagne fotografiche impeccabili nelle inquadrature di Ballo e Masera, affianca manifesti e cartelle serigrafiche sull'uso pop di forme tipiche e parole chiave del mondo domestico e femminile. Esemplare, è infine il manifesto del 1977, *Stiamo in casa*, che sembra essere il condensato delle controculture giovanili, stampato iridescente come le riviste underground e con un testo (tormentone) che è un parallelo dell'epica beat e dell'affabulazione reiterata della canzone di protesta.



Serie di annunci di Franco Maria Ricci per Scic, 1965 (Collezione Grafica del Made in Italy, Centro di Documentazione sul Progetto Grafico di Aiap).

3.6. F(M)R, la Scic e il pop

Nel 1963 Renzo Fornari, un imprenditore edile di Parma, fonda una azienda per la produzione di cucine componibili, sull'onda del successo del modello di ambiente all'americana che aveva già trovato i primi imitatori in Italia, ma dalle basse qualità. L'idea è quella di ispirarsi a questo modello di successo, ma introducendo mobili di buona fattura, dalle linee moderne, dai colori vivaci. Le cucine dovevano essere funzionali e gradevoli. Il nome riassume tali concetti: SCIC. È proprio da questi presupposti che Ricci disegna il marchio aziendale. Un esagono geometrico che esprime il tema della razionalità e della componibilità. Un segno semplice, molto in linea con lo spirito del tempo, di facile memorizzazione e riproducibilità. Inoltre, aperto a possibili suggestioni interpretative: dall'operosità del lavoro domestico, simile a quello delle api, all'attenzione gentile e femminile come quella di un fiore.

È attorno a questo approccio che viene progettata anche la prima serie di annunci e di materiale promozionale. Siamo nel 1966 e Ricci appronta una serie di pagine molto coordinate. Unite da un filo narrativo che sembra far proprio e declinare immagini di gusto pop. Le cucine, i prodotti non si vedevano ma la comunicazione era allegra, felice e suggestiva. Il richiamo all'ambiente cucina era evidente attraverso l'uso di immagini di oggetti e di utensili tipici, ma riproposti come icone colorate. Cucchiai, coltelli, grattugie, mezzelune erano riprodotte al tratto e stampate con colori solari e brillanti. Nella gabbia, che ricordava vagamente l'organizzazione dei cassetti per le posate, venivano però associate a riferimenti eterogenei: automobili, scarpe e vestiti, biglietti di viaggio, simboli da cartomante ed altro.

Completavano le pagine un uso disinvolto del marchio e del logotipo, che dal nero istituzionale venivano stampati con colori accesi e reiterati fino a diventare giochi grafici e decorativi. I testi avevano il medesimo registro: erano brevi, divertenti e giocosi. L'insieme degli elementi accostati dava una grande originalità alla campagna

pubblicitaria, unendo la dinamicità e il brio della giovane azienda a un'idea festosa dell'ambiente domestico. Ma soprattutto emergeva la capacità di giocare l'immagine aziendale su diversi piani visivi e comunicativi. I fregi e gli emblemi del cassetto del grafico e del tipografo si mescolano con gli utensili di casa, quelli del cassetto della massaia e della cuoca. La giovinezza aziendale veniva ribaltata come valore positivo e lungimirante in una serie successiva di annunci tutti marcati dall'ironia di una "futura antichità" della SCIC. L'uso di una retorica verbo-visiva, di modelli tipografici del passato e di emblemi e medaglie da esposizione universale funzionavano da corredo a testi spiritosi e al limite del non sense. Ma bastava osservare il moderno stabilimento allineato lungo l'Autostrada del Sole, una stecca lineare e prefabbricata con il marchio ben in evidenza, per avere certezze e conferme.

3.7. Noorda, Vignelli, Gregoriotti: l'affermazione dell'International Style

Con Unimark International siamo all'affermazione del progetto come sistema. L'approccio è quello dell'introduzione di un canone, che porta un posizionamento e uno status in primo luogo all'azienda. Servono capacità di organizzazione, facilità di gestione dell'immagine complessiva, efficacia della sintesi espressiva. Cose che Unimark International ha sviluppato nelle commesse per la corporate e il design dei sistemi grafici, lavorando per grandi aziende multinazionali. L'Unimark era nata contemporaneamente nel 1965 negli Stati Uniti e in Italia, e nel 1968 poteva contare su uffici a New York, Chicago, Detroit, Cleveland, Johannesburg e Milano. L'approccio sistemico viene applicato anche alla strutturazione dello studio. Il team progettuale è il riflesso dell'articolazione manageriale dell'azienda. C'è la scelta per la costruzione di una struttura allargata per la progettazione.

All'origine dell'Unimark c'è proprio la presa di coscienza della crisi cui sono giunti il metodo e i criteri di lavoro del grafico-designer [...] C'è l'aspirazione ad uscire da quel clima a metà tra l'artistico e il mondano, in cui il grafico operava. L'aspirazione cioè, ad assumere una dimensione professionale in cui ogni aspetto sia esattamente definito. Il tentativo di arrivare cioè all'organizzazione della grafica, sia sul piano della ricerca, sia sul piano della produzione (Boeri, 1969).

I progetti di Noorda, Vignelli e Gregoriotti giungono a definire quasi dei corollari visivi, la lingua delle *company* che si muovono nel mondo. Offrono un vestito visivo, conformato su misura e di alto lignaggio alle aziende del mobile ormai mature e consolidate. L'immagine per Tecno, o per Cassina, o per Brionvega nascono dalla consapevolezza di un posizionamento.

I prodotti sono presentati sempre come assoluti visivi, facilitati dalle foto di Aldo Ballo e Oliviero Toscani. Il tutto nero o il tutto argento dei fondi abbaglia. Sono pagine pubblicitarie per aziende che producono pezzi da museo, che ci mostrano prodotti dove il plusvalore estetico è innanzitutto un marchio di distinzione. Sono gli anni del grande successo, del business del design. Ma nell'operare di Unimark non viene mai meno il carattere pragmatico, sintetico e ricettivo. Non si perde la capacità di affiancamento all'azienda. Come ricordava Noorda in un'intervista:

L'Unimark, nel corso di molti anni di attività rivolta allo studio e al progetto dell'immagine aziendale, ha ben compreso che un piano per l'identità di una grande organizzazione produttiva lo si costruisce insieme con l'azienda. Solo la gestione comune dei problemi, l'analisi e poi la discussione dei progetti per le varie funzioni presenti portano ad una maturazione interna all'azienda (Piazza, 1995).

Il testo è una versione rivista e aggiornata di quanto pubblicato nel volume a cura dell'autore *La grafica del Made in Italy. Comunicazione e aziende del design 1950-1980* pubblicato nel 2012 per Aiap Edizioni.

Bibliografia

- Aa.Vv. (1984). *Kartell. 1949-1984. Progetti per il presente*. Noviglio: Kartell SpA.
- Aa.Vv. (2004). *Sagsa. Il legame virtuoso. Gio Ponti, i committenti, i fornitori*. Milano: Sagsa SpA.
- Alfieri, B. (1966, gennaio-marzo). La linea italiana. La terza strada della grafica italiana. *Ideal Standard Rivista*.
- Anceschi, G. (1984). Suggestioni pubblicitarie 64/74. In *Pubblicità in Italia 85*, Milano: Editrice l'Ufficio Moderno.
- Anceschi, G. (2009). Sfumature semantiche di Iliprandi. In *Giancarlo Iliprandi, Ricerca e/o sperimentazione*. Torino: Edizioni Progresso Grafico.
- Bandini, R. (1960). Le saponette di Michele Provinciali. *Imago, 1*.
- Baroni, D., & Vitta, M. (2003). *Storia del design grafico*. Milano: Longanesi & C.
- Boeri, M. (1969, gennaio). Unimark International. *2dimensioni, 4*.
- Bosoni, G. (a cura di). (2007). Ginevra-Milano: Skira.
- Bosoni, G. (a cura di). (2008). *Made in Cassina*. Ginevra-Milano: Skira.
- Casciani, S. (1984). *Mobili come architetture. Il disegno della produzione Zanotta*. Milano: Arcadia Edizioni.
- Castronovo, V. (2012, 12 marzo). Il *made in Italy* non è una rendita, *Il Sole 24Ore*. Celli, G. (1979). *Michele Provinciali. Il mondo pensato per oggetti*. Pesaro: Edizioni Nobili.
- D'Ambrosio, G., & Grimaldi, P. (1995). L'immagine del design. In D'Ambrosio, G., & Grimaldi, P. *Lo studio grafico. Da Gutenberg al piano di identità visiva*. Salerno: Edizioni 10/17.
- De Fusco, R. (2007). *Made in Italy. Storia del design italiano*. Bari: Editori Laterza.
- Dorfles, G. (1958). *Le oscillazioni del gusto*. Milano: Lerici.
- Dorfles, G. (1959). Pubblicità in Italia. In Boggeri, A., Castellani, A., Ricas, R., Villani, D., & Weiss, I. (a cura di). *Pubblicità in Italia 1958/1959*. Milano: Editrice l'Ufficio Moderno.
- Dorfles, G. (1963). *Il disegno industriale e la sua estetica*. Bologna: Cappelli Editore.
- Dorfles, G. (1972). *Introduzione al disegno industriale. Linguaggio e storia della produzione di serie*. Torino: Piccola Biblioteca Einaudi.
- Dorfles, G. (1986). *Provinciali sentimento del tempo*. Bologna: Grafis Edizioni.
- Fioravanti, G., Passarelli, L., & Sfligiotti, S. (1997). *La grafica in Italia*. Milano: Leonardo Arte.
- Fossati, P. (1973). *Il design*. Roma: Tattilo Editrice.
- Frateili, E. (1989). *Continuità e trasformazione. Una storia del disegno industriale italiano 1923/1988*. Milano: Alberto Greco Editore.
- Grassi, A., & Pansera, A. (1986). *L'Italia del design. Trent'anni di dibattito*. Casale Monferrato: Marietti Editore.

Hollis, R. (1994). *Graphic Design. A concise history*. Londra: Thames & Hudson.

Iliprandi, G. (1973, settembre). Arflex. La comunicazione visiva. *Ottagono*, 30.

Iliprandi, G., Marangoni, A., Origoni, F., & Pansera, A. (1984). *Visual Design. 50 anni di produzione in Italia*. Milano: Idealibri.

Ottolini, G. (1998). Il disegno industriale italiano fra cultura degli architetti e piccole imprese. In Rizzi, R., Steiner, A., & Origoni, F. (a cura di), *Design italiano*. Cantù: Galleria del Design e dell'Arredamento.

Piazza, M. (1995, ottobre). Una filosofia d'immagine e comunicazione per le Ferrovie. Un incontro con Bob Noorda. *Notizie Aiap*, 3.

Piazza, M. (a cura di). (1999). *Provinciali. Antipasti*. Milano: Aiap Edizioni.

Piazza, M. (2004). Le storie visive della Triennale. In Annicchiario, S., & Piazza, M. (a cura di). *Come Comete. Annunci e messaggi nella grafica della Triennale*. Milano: Charta.

Piazza, M. (2004). Michele Provinciali: il demone bizzarro. In Annicchiario, S., & Piazza, M. (a cura di). *Come Comete. Annunci e messaggi nella grafica della Triennale*. Milano: Charta.

Pittèri, D. (2002). *La pubblicità in Italia. Dal dopoguerra a oggi*. Roma-Bari: Editori Laterza.

Poletti, R. (2004). *Zanotta. Design per passione*. Milano: Electa.

Provinciali. (1982). Firenze: Fratelli Alinari Editrice.

Provinciali, M. (1998). *Una didattica per la sperimentazione senza limiti di protocollo*. Fano: opuscolo tipografico senza editore.

Quintavalle, A. C. (1977). *Pubblicità. Modello, sistema, storia*. Milano: Feltrinelli.

Ragghianti, C. L. (1963). Arte pubblicitaria per la pubblicità. In Boggeri, A., Castellani, A., Munari, B., Ricas, R., Villani, D., Weiss, I., & Giovannini, A. (a cura di). *Pubblicità in Italia 1962/1963*. Milano: Editrice l'Ufficio Moderno.

Rosselli, A. (1962, aprile). Grafici e Industrial Design. *Stile Industria*, n. 37.

Steiner, A. (1978). *Il mestiere di grafico*. Torino: Einaudi.

Tartaro, G. (a cura di). (2006). *Liquid Space. 70 anni di design Boffi*. Milano: Electa.

Vercelloni, V. (1980). *L'avventura del design: Gavina*. Milano: Jaca Book.

Vinti, C. (2007). *Gli anni dello stile industriale, 1948-1965*. Venezia: Marsilio Editori.

Vitta, M. (2001). *Il progetto della bellezza. Il design fra arte e tecnica, 1851-2001*. Torino: Piccola Biblioteca Einaudi.

NOTE (← returns to text)

1. Per inquadrare il fenomeno del disegno industriale, con particolare attenzione al caso italiano, si rimanda alla ricca bibliografia fornita come riferimento.←
2. Si veda in particolare Frateili (1989). Il concetto di 'linea italiana' viene ripreso e sostenuto da Bruno Alfieri, un attento osservatore del fenomeno del disegno industriale italiano (in particolare quello automobilistico), nonché raffinato editore di riviste di arte, architettura e design, fra cui la rivista di grafica *Pagina*, espressione culturale della grafica del made in Italy. Nello specifico si veda il suo contributo appunto intitolato *La linea italiana. La terza strada della grafica italiana* uscito però in *Ideal Standard Rivista*.←
3. Possiamo citarne alcune: dalla rivista della Ideal Standard editata dal 1959 al 1969 e disegnata da Enrico Ciuti, a *Qualità*, la rivista aziendale della Kartell, progettata da Michele Provinciali, a *La botte e il violino*, edita dal 1964 dalla Mobili Mim, diretta da Leonardo Sinisgalli e con grafica dello studio CNPT.←
4. Queste constatazioni, anche se riferite a un quadro temporale più recente, descrivono con

precisione una costante del rapporto tra grafica e disegno industriale.↵

5. Per meglio capire la discussione di quegli anni in relazione ai confini professionali e ai nuovi termini per la definizione del mestiere, quali design, disegno industriale, graphic designer, è utile la rilettura di alcuni interventi, interviste, articoli e lezioni sul tema da parte di Steiner (1978, pp. 135-159).↵
6. Per un utile inquadramento della grafica di quegli anni in relazione allo sviluppo delle discipline comunicative si vedano in particolare Quintavalle (1977), Iliprandi, Marangoni, Origoni & Pansera (1984), Hollis (1994), Fioravanti, Passarelli & Sfligiotti (1997), Pittèri (2002), Baroni & Vitta (2003). Negli ultimi anni sono state inoltre pubblicate molte “storie” aziendali sulle più importanti industrie del settore del mobile e dell’arredo, fra queste ci è sembrato doveroso segnalarne alcune in bibliografia.↵
7. *Imago* era l’house organ della azienda fotolitografica milanese Bassoli. A differenza delle abituali riviste aziendali, *Imago* era un fantastico contenitore di meraviglie ideato e progettato da Provinciali che chiamava a raccolta grafici, poeti, artisti e fotografi per un’ideazione inusuale e fuori formato. Era splendidamente stampato dalle migliori officine di arte grafica, anch’esse coinvolte a testimoniare la qualità tipografica e di stampa.↵

DANESE 1957 - 1991. UN LABORATORIO SPERIMENTALE PER IL DESIGN

Paola Proverbio, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Orcid id 0000-0001-6742-4412

PAROLE CHIAVE

Arti decorative e applicate, Artigianato, Danese, Mari, Munari

Tra le storiche 'fabbriche del design italiane' la Danese si è distinta per essere stata, più di altre realtà imprenditoriali, un laboratorio sperimentale del progetto. Bruno Danese e la moglie Jacqueline Vodoz scelsero di dare vita non a un'azienda ma a una società editrice, interpretando la produzione dell'oggetto quale opzione culturale. Seppure questa vicenda non sia oggi più riproponibile nella modalità con cui si è svolta, in ogni caso la Danese ha lasciato in eredità diversi aspetti del suo modello operativo che appaiono ancora estremamente attuali.

Il 25 ottobre 2006 il rinnovato Musée des Arts Décoratifs di Parigi ha riaperto al pubblico con una mostra dedicata al design, in particolare alle 'edizioni' di design. Col titolo *Danese, Editeur de design à Milan 1957-1991*, la società Danese è il soggetto della parte monografica dell'esposizione. Il comunicato che l'accompagna inquadra con poche ma efficaci parole l'essenza della vicenda:

[...] histoire d'un des plus grands éditeurs du design italien, [...] Installé à Milan depuis 1957, il a édité de nombreux objets icônes du XXe siècle. Danese est une marque, une entreprise mais surtout une aventure emblématique de la façon dont le design italien s'est affirmé à partir des années 1950 comme référence sur la scène internationale.

Sono trascorsi ormai moltissimi anni da quando il 5 maggio del 1991 Bruno Danese e la moglie Jacqueline Vodoz decisero di concludere la loro più che trentennale esperienza, cedendo l'attività alla multinazionale Strafor-Facom.^[1] Un lunghissimo periodo durante il quale il mondo del design è profondamente cambiato, ma questa singolare vicenda imprenditoriale, che viene periodicamente ricordata e celebrata, dimostra ancora una volta oggi l'assoluta attualità di diverse sue scelte e posizioni (Antonelli, 1992; Ballo, 1976; Battisti, Dorflès & Loriga, 1969; Biffi Gentili, Perlo, 1996; Casciani, 1988; Colin, 1988; Dorflès, 1963; Gregotti, 1982; Mathey & du Pasquier, 1988; Restany, 1984; Romanelli, 1986; Trini, 1968).

Nello sfaccettato, per certi versi magmatico, scenario odierno del design, infatti, il caso Danese torna una volta di più all'attenzione per aver coagulato in sé molte delle questioni teoriche e di metodo che ancora oggi segnano il contesto in cui la cultura del progetto dell'oggetto si muove. Se ne possono indicare almeno tre: la più evidente è l'idea di un design di 'edizione', che ai nostri giorni individua sostanzialmente due

condizioni: da un lato la modalità fatta propria da molte aziende che a fronte di un sistema produttivo votato all'industrial design tendono a coniugarlo con sistemi produttivi artigianali, dando vita a serie di prodotti a tiratura limitata (Bassi, 2002, pp. 38-39);[2] dall'altra, la figura dell'editore di design, oggi sempre più presente sulla scena internazionale, ancorché con connotazione di significato allargata. A questo primo e più immediato motivo si deve affiancare la connotazione ludica attribuita alla Danese, attraverso la quale altrettanto di frequente ne è stata letta la particolarità. Una tendenza, quella del gioco, nelle sue varie accezioni (dal gioco per l'infanzia all'approccio ludico nel mondo dell'arredo), sintomatica di molto design italiano negli ultimi trent'anni.



Bruno Munari, *Scultura da viaggio*, cartoncino fustellato e piegato, edita in mille esemplari, 1959. © Roberto Marossi, 1999; courtesy Fondazione Jacqueline Vodoz e Bruno Danese.

1. Una proficua contaminazione tra design, artigianato e arte

Ma il punto di forza della Danese, tuttavia, continua a essere rappresentato dal rapporto che ha saputo mettere in campo tra design, artigianato e arte: una proficua contaminazione disciplinare il cui esito, già evidente a partire dagli anni Ottanta con l'affacciarsi sulla scena del "nuovo artigianato" (Branzi, 1984, pp. 136-141), portato all'attenzione da fenomeni trainanti come Alchimia e Memphis (esperienze alle quali la Danese è stata più volte assimilata), si conferma al termine della prima decade del XXI secolo, ora che lo storico controverso rapporto fra arte e industria risulta attenuato (Associazione Nazionale Artigianato Artistico [CNA], Federazione Attività Artistiche e Culturali della Confartigianato, Biffi Gentili, Cordero, Cresci & Zecchi, 2001; Dorflès, 2010, p. 16).^[3] E da tale punto di vista l'apporto della Danese ha giocato un ruolo chiave. Se infatti Pierre Restany, già nel 1984, ne considerava la posizione molto avanzata in relazione al design a vocazione industriale - "Bruno Danese incarna le choix global d'un type de 'culture industrielle' consciente de sa modernité", asserendo inoltre che "la production Danese s'inscrit dans le profil du 'design italien' comme un valeur de référence" (Restany, 1984, p. 92), - allo stesso tempo, in un'ipotetica specifica storia delle arti applicate contemporanee (o, se si vuole, di design artigianale), italiana e non solo, la Danese occuperebbe ugualmente un posto significativo, dal momento che attraverso la globalità del suo lavoro ha concorso a superare schemi consolidati (Biffi Gentili, Perlo, 1996, pp. 124-126), indicando una nuova via di sviluppo per l'artigianato contemporaneo (La Pietra, 1997, pp. 98-101).^[4] Se anche nella Danese, infatti, erano presenti le componenti di base del modello italiano del design, comuni alla maggior parte delle sue aziende - dalla produzione in serie alla ricerca espressiva, dalla sperimentazione sui materiali e le tecnologie allo stretto rapporto con i designer, all'incessante anelito di perfezionismo del prodotto - la differenza sta nel modo in cui è stato interpretato il paradigma industriale nostrano; sta nel differente peso assunto da questi fattori, nella speciale coniugazione tra le due culture, d'impresa e di progetto.



Dépliant della mostra *Quaranta vasi di ferro* con testo di presentazione di Lodovico Barbiano di Belgiojoso, 1959; primo catalogo Danese (*Design, Fatti a mano, Edizioni per bambini, Edizioni d'Arte*), 1957-1961; inviti e prototipo di cartoncino d'auguri di Bruno Munari alla Danese per il 1959. Foto Jacqueline Vodoz; © Fondazione Jacqueline Vodoz e Bruno Danese.

Lo schema imprenditoriale definito dalla Danese è risultato fin da principio, e in sostanza per tutta la sua durata, *sui generis*: se è possibile rintracciare aspetti condivisibili con esperienze come quella di Poggi, Gavina, Azucena o addirittura di Flos - in parte per l'esclusiva collaborazione con pochissimi designer in un clima di laboratorio sperimentale, in parte per l'importanza data alla dimensione produttiva artigianale in rapporto a quella *industrial*, in parte per il forte interesse nei confronti di un design influenzato dall'arte -, non potrebbe invece esser stata più lontana da altre realtà, come Arflex, B&B, Guzzini (Bassi, Riccini, Colombo, 2004, p. 50),^[5] ma si pensi soprattutto a Kartell e Alessi, nate per essere vere e proprie industrie (seppur con quest'ultime la Danese abbia condiviso molte tipologie di oggetti prodotti, sia per le dimensioni, sia per i materiali impiegati).^[6]

2. Dalla DeM alla Danese

Tutto ciò porta inevitabilmente a constatare come la Danese fin dall'inizio abbia seguito una strada diversa per stare dentro la storia delle 'fabbriche del design italiano'. E l'esperienza della DeM, breve quanto determinante antefatto della vicenda vera e propria, contiene già in sé le principali motivazioni e i caratteri di ciò che accadrà in seguito. Di fatto l'attività commerciale avviata nel 1955, piccolo atelier per la produzione artigianale di ceramiche DeM - acronimo dei nomi di Bruno Danese e dell'artista Franco Meneguzzo -, appare in perfetta sintonia con l'ambiente milanese della metà degli anni cinquanta, contraddistinto dal fertile clima economico e dalla peculiare vivacità intellettuale. L'esperienza DeM nella sua essenza sembra aver riflesso la condizione contingente dell'industria milanese, ancora relativamente deficitaria sul piano dello sviluppo dei sistemi di produzione, insieme alla spinta entusiastica sia da parte dei progettisti che dei committenti di dare vita a nuove esperienze; allo stesso tempo, attraverso il lavoro di Meneguzzo, costituito da vassoi, piatti, ciotole, vaschette, vasi, realizzati come pezzi unici e pezzi di piccola serie (Biffi Gentili, 1999, p. 10),^[7] la DeM aveva aderito perfettamente a quel contesto in cui la vicinanza del mondo del progetto a quello dell'arte era vissuta dai più (sia architetti che artisti) come una consuetudine, senza che venissero percepite barriere disciplinari. Altrettanto tempestivamente, Bruno Danese coglie l'altra dimensione milanese del periodo, quella della nascente cultura del design, tanto da compiere un passo decisivo: chiudere il laboratorio DeM, dopo appena due anni, per proseguire con una nuova attività commerciale. Se da un lato la nuova cultura del design, specchio del progredire dell'autonomia disciplinare, coincide con lo stemperarsi del clima di collaborazione tra artisti e progettisti, dall'altro risponde alla volontà della maggior parte delle aziende del design, già risolutamente protese verso una modalità produttiva seriale (Bassi, Riccini, Colombo, 2004, p. 55)^[8] che ritengono essere l'obiettivo ultimo del loro operare, al punto da celare in molti casi la realtà artigianale che invece è ancora presente in numerose produzioni, come ribadirà Enzo Mari, all'inizio degli anni Ottanta, nella sua lucida analisi sullo stato dell'arte dei sistemi produttivi artigianali in Italia (Mari, 1981).

Aspetto significativo della neonata Danese, che vede coinvolta da qui in poi Jacqueline Vodoz come compagna di lavoro e di vita del fondatore, è dato dal fatto che non vengono sconfessate le scelte compiute in precedenza, ma viene ampliato il campo d'azione: insieme all'apertura alla produzione industrializzata, e con l'intenzione di incrementare la gamma d'uso dei materiali (dai più tradizionali ai più innovativi), resta vivo l'interesse per la modalità di produzione artigianale, così come il proposito della piccola serie. Resta

un punto fermo anche il tema sul quale lavorare, l'oggetto d'uso di piccole dimensioni. Tanto è vero che proprio le già citate serie ceramiche di Meneguzzo - che non hanno rinunciato al tocco personale finale dell'autore - entrano a pieno titolo nel *corpus* di prodotti del primo catalogo.

Rispetto alle due strade che a quel punto andavano delineandosi - degli artisti nello specifico sconfinamento in campo progettuale e in parallelo degli architetti sempre più coinvolti con l'industria (sebbene per una parte di loro, si pensi anche solo a Ponti o Sottsass, risultava fondamentale lavorare continuando a mantenere il legame forte con il mondo dell'artigianato) -, Danese e Vodoz, avevano scelto con coraggio e lungimiranza (senza escludere una certa dose di idealismo) di porsi come anello di congiunzione fra i due ambiti, dando vita all'articolato percorso che mantiene stretto, come ha evidenziato ancora Restany, il "rapporto fra tradizione e ricerca e fra artigianato e tecnologia" (Restany, 1996, p. 92; Branzi, 1996, p. 34). Vale a dire fra passato e presente, fra la ricchezza della tradizione produttiva artigianale e il potenziale innovativo della tecnologia che l'industria metteva a disposizione.

3. Un progetto corale e la scelta di essere editore di design

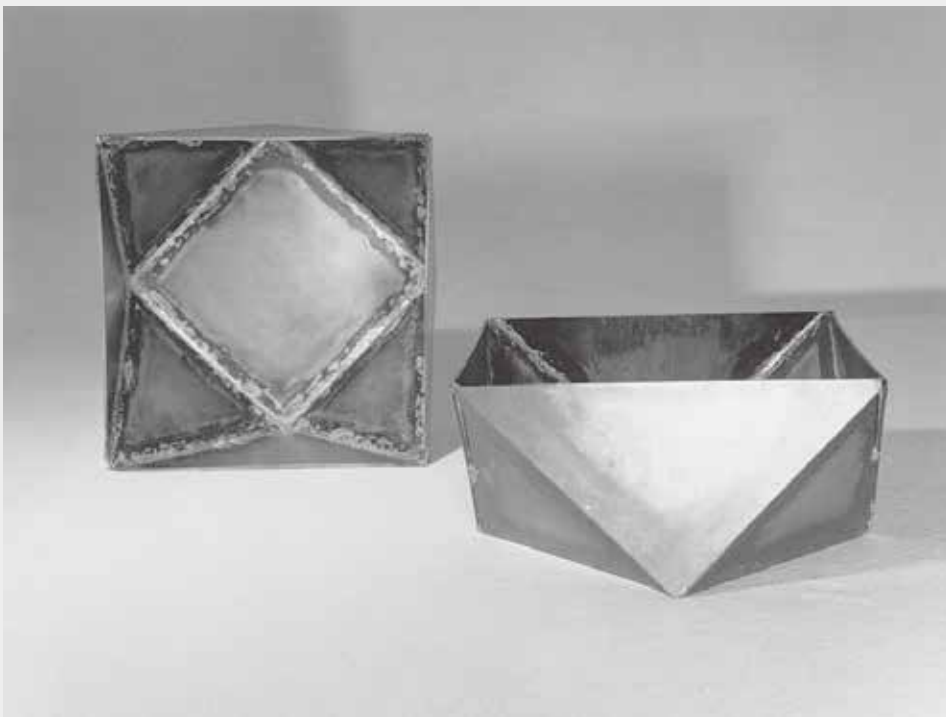
Fatale in questa decisione - ma sembra essere il consequenziale sviluppo di quanto accaduto fin qui - la conoscenza grazie a Franco Meneguzzo (Meneguzzo, 1993, p. 53) di Bruno Munari, che nella sua trentennale attività in campo artistico ha già chiaramente manifestato la propensione verso il progetto legato all'industria, soprattutto operando come figura di riferimento all'interno del MAC, il Movimento Arte Concreta operativo fra il 1948 e il 1958. Sarà dai suggerimenti di Munari che Bruno Danese troverà conferma della nuova filosofia imprenditoriale come mediazione, o meglio, come sintesi possibile tra il mondo dell'arte e quello del disegno industriale. Al tal punto che nel dare forma concreta ai propri prodotti Danese e Vodoz hanno certamente accolto i presupposti ideologici del MAC. Per Munari, dunque, l'incontro con Bruno Danese assume altrettanta importanza, dal momento che sarà in questo contesto che molti dei lavori nati tra il 1948 e il 1955 - dai *Libri illeggibili* (1949) ai *Negativi-Positivi* (1950), dalle *Proiezioni dirette* (1952) alle *Ricostruzioni teoriche* (1956) - diventeranno prodotti a tutti gli effetti con i *Prelibri* (1979), le *Proiezioni dirette* (1959) e le serigrafie, alcune in serie limitata altre no, dei *Negativi-Positivi* (1970-1984) e *Ricostruzione teorica di un oggetto immaginario* (1984-1985) (Meneguzzo, 1993, pp. 51-53).^[9] La nuova società si definisce fin dal principio come un progetto corale, con ruoli ben definiti, nella quale si inserisce come co-protagonista, accanto agli imprenditori e a Bruno Munari, Enzo Mari - all'inizio della sua carriera artistico progettuale e coinvolto nella Danese dallo stesso Munari - con quello che diventerà un contributo imprescindibile nello svolgersi della vicenda. Tale piccolo quanto sinergico gruppo di lavoro, che perdurerà fino al termine della vicenda, non trova riscontro nel panorama delle aziende italiane.^[10] Allo stesso tempo, la preferenza di un metodo di lavoro basato sulla relazione paritetica tra progettazione e produzione, fondata sulla massima libertà di progettazione e produzione (anche solo in relazione ai materiali), aveva portato alla scelta della condizione di editore - "Non facciamo, bensì curiamo la produzione di progetti cresciuti all'interno della casa editrice" (Danese, 1989)^[11] - occupandosi di tutte le fasi che precedono e seguono la realizzazione materiale del prodotto, senza tralasciare comunque la fase di esecuzione pratica, affidata a una rete di fornitori fra laboratori artigianali e industrie. Conseguente a questa impostazione, l'attività produttiva è andata assumendo i caratteri di singolare quanto privilegiato

“spazio autonomo per la riflessione progettuale” (Branzi, 1996, p. 230),^[12] e simmetricamente di paradigmatico spazio di attuazione, le cui dimensioni contenute e il ristretto numero di persone che vi hanno preso parte considerando anche gli altri progettisti che nel corso degli anni hanno collaborato^[13] - Angelo Mangiarotti, Achille Castiglioni, Kuno Prey e Marco Ferreri^[14] - ha sortito la condizione più favorevole per la creazione di prodotti di questo genere. Da qui, il fascino che conserva ancora oggi questa vicenda, al di là del livello unanimemente riconosciuto degli oggetti prodotti, consiste nel fatto che è andata definendo nel corso degli anni un percorso allo stesso tempo di ‘continuità’ e di ‘controtendenza’.

4. Motivi di continuità e di controtendenza

Di ‘continuità’ non solo rispetto alla propria storia, quella della DeM (con le ceramiche di Meneguzzo che restano in catalogo ancora per qualche anno), ma più in generale per il forte legame che ha mantenuto con i valori archetipi dell’alto artigianato, ripensati in una dimensione innovativa, traslata poi costantemente nella produzione dell’oggetto di più grande serie, lasciando intendere come l’artigianato, da sempre connotato al sistema produttivo italiano (Annichiarico, Branzi, 2009), per la Danese abbia rappresentato qualcosa in più: un punto di riferimento indiscutibile anche quando, col passare degli anni, il catalogo è andato costituendosi per lo più di oggetti di produzione seriale. Ed è questa volontà dei fatti che porta inevitabilmente a pensare che la Danese abbia stabilito, pur senza l’intenzione dichiarata, un legame di continuità con precedenti esperienze che hanno caratterizzato la storia del progetto di design di matrice artigianale: ripensando al celebre testo di Pevsner (1936) sui pionieri dell’architettura moderna, in questo caso il sottotitolo dovrebbe essere *Da William Morris alla Bauhaus*, estendendo perciò il periodo storico considerato fino all’esperienza della scuola tedesca, incluse le contestuali avanguardie artistiche. L’affinità sembra infatti risaltare soprattutto in relazione a quel crocevia culturale che è stata la Bauhaus: di quest’ultima, riprendendone l’idea della centralità della ricerca e di laboratorio dove sperimentare con tempi anche molto lunghi, la Danese ne ha rimesso alla prova, a distanza di circa venticinque anni e con in mezzo un conflitto mondiale, i presupposti teorici e pratici, dando conferma attraverso il lavoro dei suoi designer, del valore maieutico che ancora l’arte manteneva in relazione al progetto.^[15] Ed esattamente come i presupposti alla base della creazione degli oggetti di quelle precedenti vicende, i prodotti Danese ne hanno riproposto il destino: “oggetti di serie, destinati però inizialmente a una diffusione privilegiata, data la ‘piccola serie’ impiegata e la loro peculiarità formale”.^[16] Del resto, proprio la Danese ha vissuto a stretto contatto con quella che è stata “l’ultima avanguardia” italiana (Vergine, 1983), il Movimento d’Arte Programmata e Cinetica della quale si è fatta interprete sia attraverso una serie di mostre nel negozio di piazza San Fedele (atipico spazio commerciale, già definito da Guido Ballo come vera e propria galleria d’arte, antesignana delle odierne gallerie che propongono pezzi di design in tiratura limitata, quando non pezzi unici), sia con l’invenzione e la messa in produzione -ruolo, questo, pionieristico sul piano del design - dei *Multipli d’Arte*. Fin qui i motivi della ‘continuità’. Viceversa, la Danese ha assunto contemporaneamente una posizione di ‘controtendenza’. *In primis* per la preferenza data al piccolo oggetto d’uso rispetto al mobile (ben più redditizio); poi rispetto alla propensione manifestata dal design italiano degli anni Cinquanta, piuttosto coeso, come già evidenziato, nello sforzo di consolidare la standardizzazione delle procedure di produzione (si pensi anche solo al caso della

Cassina). Non ultimo l'interesse per i giochi destinati ai bambini, disegnati sia da Munari che da Mari. Un settore, questo, che vede la Danese quale anticipatrice in Italia (posizione avanzata alla quale molto raramente seguiranno esperienze dello stesso spessore), a ulteriore dimostrazione della comunanza rispetto al Bauhaus. A dare la migliore dimostrazione di questo singolare *status* imprenditoriale è il primo catalogo del 1961, che precisa quella che è la filosofia perseguita nei quattro anni di vita dell'azienda. Emblematiche, a questo proposito, le serie dei *Contenitori in lamiera saldata* e delle *Putrelle* (entrambi del 1958) di Mari, che si pongono quale simmetrico delle ceramiche di Meneguzzo: laddove le ceramiche di serie di Meneguzzo hanno teso ad adeguarsi alla logica di produzione del disegno industriale, le serie in ferro di Mari, viceversa, hanno cercato una possibile contaminazione del semilavorato industriale con l'ambito dell'artigianato, attraverso le saldature fatte eseguire da operai che nulla avevano a che fare col mondo artigiano.



Enzo Mari, *Contenitori in lamiera saldata*, 1957. Foto Jacqueline Vodoz; © Fondazione Jacqueline Vodoz e Bruno Danese.



Enzo Mari, contenitori in ferro profilato *Putrelle*, 1957. Foto Jacqueline Vodoz; © Fondazione Jacqueline Vodoz e Bruno Danese.

5. Design come arte e il valore rituale del piccolo oggetto

In un pregevole saggio pubblicato sul finire degli anni Ottanta, François Mathey aveva considerato gli oggetti Danese come vero design, vale a dire oggetti fuori dal tempo, lontani dai prodotti alla moda (Mathey, du Pasquier, 1988, pp. 9-13). Si può aggiungere ‘manifesti programmatici’ di puntuali idee, per i quali la componente della comunicazione è stata fin dall’inizio una scelta indispensabile. Allo stesso tempo, se questi oggetti, come lascia intendere ancora Mathey, sono arte prima ancora di essere destinati a una qualsiasi funzione, allora è logico che siano sempre stati presentati, secondo i meccanismi propri dell’arte, attraverso mostre appositamente allestite e accompagnati da testi (probabilmente l’unica azienda italiana all’epoca, o tra le pochissime, a farlo)[17] opportunamente scritti da critici d’arte, da progettisti, o sovente dallo stesso Munari per i propri progetti.[18] In ogni caso, sono stati oggetti difficili da comprendere. Ancora verso la fine degli anni Ottanta Bruno Danese ne sottolineava la difficoltà della vendita, ed Enzo Mari confermava che Danese fosse “sans doute le seul éditeur au monde qui garde dans son catalogue des objets qui se vendent très peu parce qu’ils sont différents” (Colin, 1988, p. 46).[19] Questa affermazione, che la logica vorrebbe in totale contraddizione con quella che è la finalità di un’attività commerciale, spiega in realtà perfettamente in quale prospettiva Danese e Vodoz abbiano sempre

guardato al piccolo oggetto: mai pensandolo nei termini della tipologia del casalingo - seppure ci siano state ciotole (*Maldives*, 1960; *Tongareva*, 1969), bicchieri (*Paro e Ovio*, 1983), vassoi (*Arran*, 1960), caraffe (*Trinidad*, 1969), portafrutta (*Atollo*, 1965) o l'eloquente contenitore per la tavola *Java* (1965 e 1968) - ne hanno svelato il duplice valore: quello più strettamente funzionale e insieme quello simbolico-affettivo, rituale. Hanno guardato al significato più profondo dell'oggetto e ne hanno sottolineato la ricchezza di sfumature implicite, strappandolo dal suo perdurante destino meramente decorativo di *biblot* (Biffi Gentili, Perlo, 1996, p. 126).[20] Una riflessione, la loro, che ha tenuto presente il corso della storia ("personalmente nell'oggetto sentiamo un'anima molto antica") e il significato profondo del rapporto con l'uomo, poiché rispetto all'oggetto a scala maggiore, con il 'soprammobile' si instaura un rapporto più intimo ("per secoli l'oggetto è stato qualcosa di molto personale, che faceva parte della vita quotidiana, sia che fosse oggetto di intimità, sia che fosse oggetto rituale") (Romanelli, 1995, pp. 12-17).[21] Contrariamente al mobile, Bruno Danese era convinto che l'oggetto entrasse in relazione col contesto domestico più facilmente come elemento di gusto, contribuendo a creare l'atmosfera di una stanza e partecipando alla comunicazione fra le persone (Mathey, 1988, pp. 9-13). Il concetto di oggetto[22] per Danese e Vodoz poteva essere lontano dalle aspettative del pubblico, anche solo per quanto riguardava il colore di moda in un dato momento. Questa libertà dai condizionamenti del mercato, per perseguire una filosofia d'impresa tipicamente *product oriented*, è stata dettata dal peculiare modo di essere che li ha contraddistinti: "mai nulla è accaduto casualmente. Il controllo su quanto andava svolgendosi era sempre stato totale".[23] Un'etica e un impegno riconosciuti da Alessandro Mendini quando, nei primi anni Ottanta, in omaggio a Bruno Danese scriveva: "per lui un progetto è un credo duraturo, che deve essere infallibile, pena la sua immoralità. [...]. Lui lavora per seminare certezze, coerenza e concentrazione" (Mendini, 1983).[24]



Catalogo della Produzione 1957-1971 (Design, Fatti a mano, Edizioni per bambini); cataloghi delle mostre Un exemple de design italien (production et éditions de Danese), Musée des Arts Décoratifs de la Ville de Lausanne, 1973, e Contenir Regarder Jouer, Musée des Arts Décoratifs, Productions et Éditions de Danese, Palais du Louvre, 1970. © Roberto Marossi, 1999; courtesy Fondazione Jacqueline Vodoz e Bruno Danese.

6. Conclusion

Per Danese e Vodoz si è trattato di un intreccio insolubile tra l'aspetto esistenziale e quello professionale, l'assoluta coincidenza tra l'essere e il fare. Un'identificazione tanto marcata da far pensare che il modo in cui hanno vissuto sia stato la riproposizione del modello esistenziale incarnato dalle avanguardie artistiche; modello certamente meno infervorato, ma altrettanto risoluto e conseguente. Eppure, a fronte del generale riconoscimento di un lavoro encomiabile[25] la Danese non ha mai ricevuto l'ambito premio Compasso d'Oro. Un vuoto che risalta rispetto ai numerosi premi e all'interesse espresso nei suoi confronti dalla cultura del progetto all'estero (Dings, 1989; Mc Devitt,

1961; O'Brien, 1966; Santié, 1974; Slesin, 1970; Slesin, 1974),[26] rispetto agli innumerevoli inviti per partecipare a mostre individuali e collettive che sono stati pari alle richieste di esemplari della produzione da inserire nelle collezioni permanenti dei musei (Arts Council of Great Britain, 1970; Hedel-Samson, 1991; Hiesinger, Marcus, 1983; Pasquier, du, 1977), da parte di paesi che ne hanno seguito con interesse gli sviluppi fin dal suo esordio. In particolare con l'Olanda e soprattutto con la Francia - tradizionalmente attenta alle arti decorative e applicate - la Danese ha vissuto un legame di forte corrispondenza.[27] La mancanza del più autorevole riconoscimento italiano, tuttavia, non scalfisce minimamente l'eredità lasciataci dalla Danese, risultando oggi - di fronte alla pletora di oggetti e prodotti che connota oggi le nostre esistenze - ancora più solida (e forse non è un caso che la Danese abbia concluso la sua esistenza nel 1991, proprio quando cominciava a declinare in modo irreversibile la felice stagione del design italiano: quella della 'linea italiana', quella dei maestri illustri). Sarà per questo, allora, che il rinato Musée des Arts Décoratifs ha scelto di inaugurare la sua nuova stagione con questa paradigmatica vicenda?

La versione integrale del testo è stata pubblicata sulla rivista *Arte Lombarda. Nuova serie*, n. 161 - 162, 2011, 1-2, pp. 126-134 (<http://www.vitaepensiero.it/>)

Si ringrazia la Fondazione Jacqueline Vodoz e Bruno Danese per aver messo a disposizione documenti d'archivio e le immagini che accompagnano il testo (<http://www.fondazionevodozdanese.org/>).

Bibliografia

- Arts Council of Great Britain. *3 to ∞: new multiple art*. Catalogo della mostra, 19 novembre 1970 - 3 gennaio 1971. London: Arts Council of Great Britain.
- Annichiarico, S., Branzi, A. (2009). *Serie fuori serie*, Catalogo della mostra, 21 marzo 2009 - 30 giugno 2009. Milano: Electa.
- Antonelli, P. (1992). Danese. *Graphis*, 277, 1-2, 102-105.
- Associazione Nazionale Artigianato Artistico (CNA), Federazione Attività Artistiche e Culturali della Confartigianato, Biffi Gentili, E., Cordero, T., Cresci, M. & Zecchi, S. (a cura di). (2001). *Manifesto per le Arti Applicate del nuovo secolo*. Milano.
- Ballo, G. (1976). *La mano e la macchina. Dalla serialità artigianale ai multipli*. Milano: Jabik & Colophon, Sperling & Kupfer.
- Bassi, A. (2002). *Arti applicate e design: dialogo e distinguo*. In F. C. Drago (a cura di), *Nuovo antico. Dalla materia all'artefatto*. Torino: ed. CNA e Confartigianato.
- Bassi, A., Riccini, R., & Colombo, C. (2004). *Design in Triennale 1947-68. Percorsi fra Milano e Brianza. Catalogo della mostra*, 9 ottobre - 8 dicembre 2004. Cinisello Balsamo (Milano): Silvana Editoriale.
- Battisti, E., Dorfles, G., & Loriga, M. (a cura di). (1969). *I giochi per bambini di Enzo Mari*. Milano: All'insegna del pesce d'oro.
- Biffi Gentili, E. (a cura di). (1995). *La Sindrome di Leonardo. Artedesign in Italia 1940/1975*. Catalogo della mostra, 21 gennaio-26 marzo 1995. Torino: U. Allemandi & C.

-
- Biffi Gentili, E., Perlo, L. (1996). Danese. In A. Pansera (a cura di), *L'anima dell'industria. Un secolo di disegno industriale nel milanese* (pp. 124-126). Milano: Skira.
- Biffi Gentili, E. (1999). *Franco Meneguzzo: l'avventura ceramica 1949-1963*. Catalogo della mostra, aprile - settembre 1999. Milano: Association Jacqueline Vodoz et Bruno Danese.
- Bosoni, G. (1982). Ricerca come verifica. In V. Gregotti (a cura di), *Il disegno del prodotto industriale. Italia 1860-1980* (pp. 346-347). Milano: Electa.
- Branzi, A. (1984). *La casa calda*. Milano: Idea Book.
- Branzi, A. (1996). *Il design italiano 1964 -1990*. Milano: Electa.
- Caramel, L. (1984). *M.A.C. Movimento Arte Concreta*. Milano: Electa.
- Casciani, S. (1988). *Arte industriale. Gioco, oggetto, pensiero. Danese e la sua produzione*. Milano: Arcadia Edizioni.
- Colin, C. (1988). La Danese. Creation-Édition. Profil d'une société. *Intramuros*, 18, 5-6, 45-49.
- "Danese. A store for interior art objects". (1986). *Japan interior design*, 113, 8, 34-39.
- Dings, M. (12 maggio 1989). Danese: bescheiden meesterwerken. Nooit een Stijltje. *De Tijd*, 78-81.
- Dorfles, G. (1963). *Il disegno industriale e la sua estetica*. Bologna: Cappelli.
- Dorfles, G. (2010). Finalmente è pace tra design e artigianato. *Mestieri d'Arte*, 1, 6, 16.
- Fossati, P. (1980). *Il Movimento Arte Concreta*. Torino: Martano.
- Hedel-Samson, B. (a cura di). (1991). Danese. In *Arts décoratifs 1982-1990*, Ministère Culture (Paris), Délégation aux Arts Plastiques. Paris: Fond National d'Art Contemporain.
- Hiesinger, K. B., & Marcus, G. H. (a cura di). (1983). *Design since 1945*. Catalogo della mostra (Philadelphia). London: Thames and Hudson.
- La Pietra, U. (1997). Fatto ad Arte. *Domus*, 796, 9, 98-101.
- Mari, E. (a cura di). (1981). *Dov'è l'artigiano*. Catalogo della mostra, 23 aprile-3 maggio 1981. Firenze: Electa Firenze.
- Mathey, F., du Pasquier, J. (a cura di). (1988). *Objets Danese. Profil d'une production*. Catalogo della mostra itinerante, Bordeaux, Lyon, Midi-Pyrénées, Nimes, Marseille. Bordeaux - Lyon: Musées des Arts Décoratifs.
- Mc Devitt, J. (1961). Milan: piccolo New York. *Craft Horizons*, 4, 29-37
- Meneguzzo, M. (1993). *Bruno Munari*. Roma-Bari: Laterza.
- O'Brien, G. (1966, Feb. 21). Italian lighting light years ahead. *Home Furnishing Daily*. du Pasquier, J. (1977). Danese. In J. du Pasquier (a cura di), *Bordeaux Arts déco*, Catalogo del Musée des Arts Décoratifs (Bordeaux). Bordeaux: Musées des Arts Décoratifs.
- Pevsner, N. (1936). *Pioneers of the Modern Movement from William Morris to Walter Gropius*. London: Faber & Faber.
- Restany, P. (1984). Danese et la modernité. Une revolution du regard, *L'Oeil*, 346, 5, 91-97.
- Romanelli, M. (1986). Danese: Trent'anni di ricerca. *Domus* 677, 11, 50-57.
- Santié, J. (1974). Pourquoi ce mot Design? Le printemps du design. *L'Echo Illustré*, 6, 2, 18-21.
- Slesin, S. (1974). Italian turnabouts. *Architecture plus*, 3-4, 108.
- Slesin, S. (1970). Bravo Danese. *Industrial Design*, 17/8, 62-65.
- Romanelli, M. (1995). Un colloquio. In B. Danese et. al. (a cura di), *Paradigmaticità delle arti decorative. Oggetti dalle collezioni Vodoz Danese*. Catalogo della mostra, marzo - aprile 1995. Milano: Association Jacqueline Vodoz et Bruno Danese.

“Tijdloos design bij Danese”. (1978). *Mobilia. International design magazine*, 230, 12, 66-68.

Trini, T. (1968). Enzo Mari '67. *Domus*, 458, 1, 31-42.

Vergine, L. (1983). *Arte programmata e cinetica, 1953-1963: l'ultima avanguardia*.

Milano: Gabriele Mazzotta.

NOTE (← returns to text)

1. Multinazionale francese che all'inizio degli anni Novanta, con l'intenzione di sviluppare un significativo progetto imprenditoriale, si era impegnata ad acquisire un piccolo gruppo di marchi italiani del design.←
2. A proposito del rapporto fra arti applicate e design, Alberto Bassi sottolinea come “l'estrema attualità” dell'artigianato artistico sia “testimoniato anche dalle molte industrie e griffe di design che inseriscono nelle loro collezioni prodotti fatti a mano e tornano a confrontarsi con l'artigianato” (Bassi, 2002).←
3. Nell'*incipit* del *Manifesto per le Arti Applicate del nuovo secolo*, presentato a Milano nel gennaio del 2001 e promosso congiuntamente dall'Associazione Nazionale Artigianato Artistico (CNA), dalla Federazione Attività Artistiche e Culturali della Confartigianato e da Enzo Biffi Gentili, Toni Cordero, Mario Cresci, Stefano Zecchi, si pone l'accento sulla equivalenza di arte, design e artigianato artistico “nel loro momento ideativo e progettuale” che nonostante ciò devono essere “distinguibili e apprezzabili secondo i modi di produzione, di distribuzione e di consumo che li caratterizzano con le loro strategie di immagine e di comunicazione”. Più di recente, Gillo Dorfles, figura di riferimento per quanto riguarda il tema del rapporto design e artigianato e tra i più strenui assertori della distanza esistente tra le due pratiche, ha intitolato un suo saggio *Finalmente è pace tra design e artigianato*, prendendo atto dell'attuale superamento della storica *querelle*.←
4. Nella schematizzazione del “sistema artigianale” italiano proposta da Ugo La Pietra, emergono cinque categorie principali tra le quali solo due risultano foriere di uno sviluppo edificante. Fra queste la società Danese sembra incarnare il prototipo del genere in cui “l'editore [...] fa uso di abili artigiani per realizzare opere progettate da designer; si tratta del design artistico o [...] di oggetti fatti ad arte”.←
5. Arflex rientra nel caso di aziende che già durante la prima metà degli anni Cinquanta “vengono appositamente costituite per introdurre nuove modalità di disegno e produzione basate sui materiali moderni”(Bassi et al., 2004, p. 50).←
6. Se col passare degli anni anche la Danese arriverà alle forniture per il settore contract, tuttavia lo spirito che l'ha animata è sempre rimasto fondamentalmente lo stesso, a differenza, invece, di una buona parte delle aziende italiane del design, che già nel decennio Sessanta riescono ad affrancarsi da sistemi di produzione legati in qualche modo all'artigianato, per raggiungere l'obiettivo, attraverso la grande serie, di proporsi a un pubblico molto allargato.←
7. “Sin dal suo *démarrage* quindi il lavoro del giovane valdagnese si svolge attorno al tema delle arti decorative o applicate [...] riflettendo seriamente sulle modalità costruttive e sulle virtualità plastico-visive dell'oggetto” (Biffi Gentili, 1999, p. 10).←
8. Da questo punto di vista, è importante ricordare come “all'interno delle imprese, assieme alla coscienza delle potenzialità del disegno industriale in termini di economie e mercato, si identificano diverse modalità di operare” (Bassi et al., 2004, p. 55).←
9. Seppure la Danese non sia stata l'unica 'industria' a darne uno sbocco pratico, l'operazione è risultata tanto più significativa dal momento che dall'esperienza del MAC da un lato era scaturita “una coscienza dei problemi dell'estetica industriale e diffusa, prima mai affrontati in maniera così insistita” e, dall'altro, quantunque a fronte di un impegno fondato di tutti i suoi membri, le realizzazioni interne al MAC erano risultate tutto

-
- sommato “poca cosa rispetto alla discussione” sollevata, non riuscendo ad approdare a risultati significativi, a esclusione del campo della comunicazione. Meneguzzo, sottolinea inoltre l’importante contributo del MAC nel campo della comunicazione: “da questa esperienza [...] escono piccole pubblicazioni di grande raffinatezza formale e concettuale”, bollettini mensili, alcuni dei quali a cura dello stesso Munari (Meneguzzo, 1993, pp. 51-53). Sul MAC si vedano inoltre: (Fossati, 1980; Caramel, 1984; Biffi Gentili, 1995, pp. 15-19).↵
10. Il ristretto gruppo di lavoro della Danese e la modalità operativa evidenziata hanno definito una condizione del tutto singolare, paragonabile tuttavia per certi aspetti ad un’altra storica azienda del design italiano, la Flos, in cui per moltissimi anni il “comitato d’immagine” costituito dall’imprenditore, da tre unici designer (Tobia Scarpa, Achille e Pier Giacomo Castiglioni) e dal grafico (Pino Tovaglia), ha rappresentato un vero e proprio organo aziendale con il rigoroso compito di stabilire soluzioni adeguate a garantire sia lo sviluppo dell’immagine sia la politica aziendale nel suo complesso.↵
 11. Discorso tenuto da Bruno Danese nel 1989 al convegno *The Italian Manifesto* organizzato dall’IDCA (International Design Conference in Aspen). In tale occasione Danese raccontava in sintesi la vicenda della sua società, tornando ancora una volta su quelli che ne erano stati i criteri di fondo. Il testo integrale del discorso è conservato nell’archivio della sede milanese della Fondazione Jacqueline Vodoz e Bruno Danese (www.fondazionevodozdanese.org).↵
 12. Lo sostiene Andrea Branzi, aggiungendo inoltre: “atteggiamento questo che è mancato al design di molti altri paesi, i quali ne hanno pagato l’assenza nella difficoltà di rinnovarsi in quegli anni cruciali”. Anche la tesi di fondo dichiarata dalla Flos, ossia l’interesse “più per il tipo di percorso da fare per risolvere un problema [progettuale] che, al limite, la risoluzione stessa”, fanno inevitabilmente pensare ad un’affine sensibilità nei confronti della cultura d’impresa.↵
 13. Tra le collaborazioni va ricordata anche quella di Michel Fadat. Nel suo caso, tuttavia, si era trattato della sola messa in produzione del multiplo d’arte *Uno strumento visuale* (1964-1965).↵
 14. Agli albori della sua carriera, Marco Ferreri con la Danese ha potuto realizzare solo nel 1990 un piccolo ma significativo oggetto, il segnalibro *Ellice*.↵
 15. Stefano Casciani ha già evidenziato come il parallelo fra quest’ultima e le suddette precedenti esperienze progettuali non debba finire per essere una forzata interpretazione storiografica. Restano evidenti tuttavia, anche considerando il lungo periodo cronologico che le separa, le non poche similitudini.↵
 16. Lo sostiene Gillo Dorfles nel testo introduttivo al primo catalogo (1957-1961) della produzione Danese.↵
 17. Una condizione paragonabile per quanto riguarda l’impegno esemplare espresso per la comunicazione a quella della azienda Olivetti. A partire dagli anni Ottanta, altre aziende hanno adottato una simile strategia, di comunicazione, come nel caso del marchio Alessi.↵
 18. I testi redatti in occasione delle presentazioni di nuovi prodotti potrebbero costituire una piccola ma illuminante antologia. Anche questo aspetto, per nulla secondario, contribuirebbe a restituire il carattere della vicenda. Si ricordano qui, tra i molti altri testi, quelli per la *Lampada Cubica* (1958), le *Ciotole di alpacca* (1960), le *Istruzioni per l’uso delle Sculture da viaggio* (1959), la *Carta della luna* (1959), *Flexy* (1968).↵
 19. Dietro a questa affermazione, in fondo, sta chiaramente una scelta di campo fatta fin da principio da Danese e Vodoz e da chi con loro ha collaborato; scelta che, se da un lato ha portato a risultati altissimi, ha rivelato altresì aspetti meno facili da accettare.↵
 20. Bruno Danese utilizzava spesso il corrispondente termine francese di soprammobile per sottolineare l’accezione negativa che nell’immaginario collettivo caratterizza questa tipologia di prodotto. Ancora nel testo del 1996 sulla Danese, Biffi Gentili sottolinea come

questa società “con tutti i suoi oggetti e prodotti [...] porta un contributo ineliminabile al rinnovamento del tema ‘arte’ e ‘industria’ [...] e alla correlativa negazione della vecchia gerarchia fra arti maggiori e minori”.⁴

21. Lo dichiarano gli stessi Bruno Danese e Jacqueline Vodoz in un’intervista rilasciata a Marco Romanelli (Romanelli, 1995, pp. 12-17).⁴
22. Un concetto di oggetto certamente ampio al quale hanno voluto e saputo conferire una serie di valori espressi in genere attraverso altri mezzi della cultura, come l’arte o la musica.⁴
23. Discorso tenuto da Bruno Danese nel 1989 al convegno *The Italian Manifesto* organizzato dall’IDCA (International Design Conference in Aspen). Il testo integrale del discorso è conservato nell’archivio della sede milanese della Fondazione Jacqueline Vodoz e Bruno Danese (www.fondazionevodozdanese.org).⁴
24. Mendini, A. (1983). *Omaggio a Bruno Danese*. Il testo, conservato nell’archivio della Fondazione, era previsto per una pubblicazione mai realizzata riguardo la storia delle industrie del design (cfr. Casciani, 1988, p.185).⁴
25. È facile comprendere come Danese e Vodoz non avessero mai voluto essere “alla moda”, tuttavia con la loro vicenda hanno comunque finito per essere un modello di riferimento.⁴
26. Si vedano inoltre: “Danese. A store for interior art objects”. (1986). *Japan interior design*, 113, 8, 34-39; “Tijdloos design bij Danese”. (1978). *Mobilia. International design magazine*, 230, 12, 66-68.⁴
27. Vodoz e Danese avrebbero potuto avviare altrove la loro società, in altre città europee, come appunto Parigi, con una lunga tradizione riguardo le arti decorative, ma scelgono Milano, perché, come raccontava Bruno Danese, le possibilità culturali e imprenditoriali che allora la città presentava erano tali da non lasciare dubbi in merito.⁴

ARTI APPLICATE E FORMAZIONE: IL CASO SULLAM

Rossana Carullo, Politecnico di Bari
Orcid id 0000-0002-4430-4079

PAROLE CHIAVE

Arti Applicate, Formazione, Sapere e saper fare, Sullam, Venezia

La ricerca illustra i principali temi e le problematiche riguardanti l'insegnamento delle arti applicate in Italia tra il XIX e XX secolo. Si evidenzia la storica separazione nel sistema didattico italiano, tra 'sapere' e 'saper fare', 'artisti' e 'artefici' e il conseguente dibattito teso a superare questa dicotomia. Sarà nelle nascenti Scuole di Architettura che verrà in parte ricomposto questo dualismo. È una specificità italiana che andrebbe ulteriormente studiata in particolare oggi, di fronte alla recente autonomia pedagogica conquistata dalle scuole di design nei confronti dell'architettura.

1. Il dibattito sull'insegnamento delle Arti Applicate in Italia

Il dibattito sull'insegnamento delle arti applicate in Italia coinvolge, già dalla seconda metà del XIX secolo, molteplici attori e differenti istituzioni formative del paese nei loro diversi gradi d'istruzione, da quello primario a quello secondario e universitario. Sin dalle origini preunitarie del dibattito, si può cogliere il problema principale, diversamente messo in luce dai suoi protagonisti: stabilire quale dovesse essere il rapporto, nel modello formativo del nascente Stato unitario, tra 'sapere' e 'saper fare', tra la figura dell'artista e quella dell'artefice' o meglio ancora, per usare il termine proprio di quel dibattito, dell'artiere'. Ne fornisce una chiara sintesi, alla fine del XIX secolo, Camillo Boito, noto protagonista di quel dibattito. Egli interpretava l'esigenza di una riforma dell'insegnamento delle arti applicate in Italia, che rispecchiasse il contemporaneo dibattito europeo sull'importanza del tirocinio formativo dell'artigiano o dell'artista decoratore nei progetti di riforma delle Scuole d'Arte. Il dibattito si articolava sulla necessità, già chiaramente espressa da Semper (Pevsner, 1992), di istituire un rapporto virtuoso tra quelle scuole, le accademie e i musei di arti decorative. La riforma dell'insegnamento delle arti applicate, secondo Boito, sarebbe stata possibile solo a condizione di ripensare non tanto alle specificità di singoli programmi d'insegnamento, quanto a un diverso ordine dei rapporti tra queste discipline e quelle presenti nelle Accademie di Belle Arti. Il fine era di far uscire l'insegnamento delle arti applicate dall'isolamento a cui era stato condannato dai decreti ministeriali contenuti nella Legge Casati del 1859,^[1] creando apposite Scuole e Istituti d'arte separati, nessuno in ogni caso di ordine superiore. L'artiere' uscente da queste scuole, era costretto a bloccare i propri studi al ciclo inferiore, mentre l'artista', attraverso le Accademie di Belle Arti, poteva accedere agli studi superiori, ma di fatto, era privo di

un'educazione tecnica adeguata ad affrontare il problema dell'arte applicata alle industrie. Basta enumerare gli articoli contenuti nella legge Casati per il settore dell'istruzione superiore e secondaria classica, ben 225, e confrontarli con quelli che avrebbero dovuto regolare l'istruzione tecnica, solo 43 (Natale, Colucci & Natoli, 1975), per comprendere la direzione culturale di questi decreti. Inoltre le Scuole d'Arte non erano a carico dello Stato, a differenza dei Licei (Stefani, 1992), e il completamento dell'istruzione tecnica con studi superiori era possibile solo a Milano per chi frequentava il Regio Istituto Tecnico della città, da cui nascerà il futuro Politecnico. Si accusa la legge Casati di non avere individuato, per le discipline tecniche, un ambito teorico-applicativo riguardante il settore secondario e superiore al pari delle Università. Così Boito riferisce dalle pagine di *Nuova Antologia* (1890) sulla totale insensatezza culturale e economica di una tale separazione culturale, sancita anche dal fatto che Accademie e Scuole d'Arte Applicata dipendevano da due Ministeri diversi, le prime da quello dell'Istruzione, le seconde da quello dell'Industria Agricoltura e Commercio. Egli espone con chiarezza il problema:

tentano di distinguere le arti superiori dalle arti applicate alle industrie, o più brevemente industriali, col dire che le prime intendono al bello, le seconde all'utile. Non so veramente se le prime guardino sempre al bello, massime al di d'oggi. Nego che le seconde mirino all'utile, perché all'utile mira l'industria; ma forse si vuol significare che intendono abbellire l'utile, il che nella maggior parte dei casi è vero. Ora quale arte intende abbellire l'utile più dell'architetto [...], giova all'uomo materialmente e idealmente, col mezzo della costruzione [...]. All'opposto la legge sulle scuole d'arte applicata alle industrie, presentata alla camera dei deputati [...] torna a sanzionare il distacco assoluto fra le arti cosiddette superiori e le arti cosiddette decorative e industriali, fra i musei di queste e i musei di quelle [...]. Non c'è altro che togliere questa (l'arte minore) al Ministero di Agricoltura e Industria e Commercio per darla alla Direzione Centrale di Antichità e Belle Arti. E la faccenda s'andrebbe allargando. Entrerebbero in campo le scuole d'arti e mestieri, [...] forse le scuole del museo industriale di Torino [...]. Eppure io non posso staccarmi dalla visione di una grande Direzione Generale di Antichità e Belle arti [...] la quale riunisse insieme le cose che non si possono ragionevolmente scindere: musei e arti belle, musei e scuole di arte applicata alle industrie. (pp. 41- 54)

Le parole di Boito dimostrano una piena consapevolezza del rapporto conflittuale presente in Italia tra insegnamento tecnico-scientifico e insegnamento artistico-umanistico, tra 'arti liberali' e 'arti pratiche', sancito dalla legge Casati. Al superamento di questa dicotomia parteciperà anche il dibattito riguardante la nascita delle Scuole di Architettura (Gabetti & Marconi, 1971; Compagnin & Mazzola, 1976; Stefani, 1992) che, come testimonia lo stesso Boito, si intreccia con quello sull'insegnamento delle arti applicate e delle belle arti. Sarà Gustavo Giovannoni, con la definizione della figura dell'"architetto integrale", a esprimere la sintesi a lungo ricercata tra i differenti ordini didattici.[2]

2. L'insegnamento delle Arti Applicate e la nascita delle Scuole di Architettura

La riflessione sull'esperienza d'insegnamento di Guido Sullam (Venezia 1873-1949) nella Regia Scuola Superiore di Architettura di Venezia, ha un valore paradigmatico in questo dibattito. Non riflette solo un'esperienza locale, ma è il risultato di questo complesso intreccio che, a cavallo tra Ottocento e Novecento, mette a confronto in Italia gli

insegnamenti delle arti applicate con quelli delle belle arti, per farli confluire infine nelle nascenti Scuole di Architettura italiane. Sullam fu docente di alcuni di quegli insegnamenti, nella Regia Scuola di Architettura di Venezia nei primi anni della sua fondazione. Erano gli insegnamenti legati alle discipline dell'*Arredamento* e della *Decorazione* e trovarono una sintesi nel vasto campo di sperimentazione degli *Interni* attivato nelle Scuole di Architettura. Attorno a questa disciplina si creò una convergenza sui temi e sui problemi connessi alle esigenze di rinnovamento dell'artigianato in Italia. Per la prima volta, le arti applicate poterono entrare a pieno titolo nell'insegnamento universitario, diventando un riferimento importante anche per il rinnovamento degli studi dell'architettura. Una mappatura geografica degli spostamenti dei docenti che per primi le impartirono sarebbe sufficiente a dimostrarlo. Essi si trovarono a migrare non solo tra sedi universitarie geograficamente diverse, ma anche tra diverse istituzioni, come Università, Accademie, Istituti d'Arte Applicata o Istituti di Industrie Artistiche o ancora Regi Musei Industriali. Sono molti i nomi che si possono fare e Sullam per Venezia è uno di questi. La stessa denominazione, *Architettura degli Interni Arredamento e Decorazione*, che la disciplina assunse nel '32, al momento dell'unificazione degli Statuti universitari nelle Facoltà di Architettura italiane, esemplifica questa volontà di far confluire in un unico insegnamento le competenze dell'*Arredamento*, impartite negli Istituti d'Arte, e quelle della *Decorazione interna* impartite dalle Accademie. In esse la disciplina degli *Interni* era denominata *Decorazione interna* e si avvaleva di un apparato di competenze propedeutiche di stampo cosiddetto *artistico*.

Queste competenze e gli insegnamenti a esse connesse, saranno alla base del "ciclo artistico" della formazione dell'architetto proposto nell'ordinamento didattico di Gustavo Giovannoni per la Scuola di Architettura di Roma: *Disegno d'ornato e figura, Ornato, Decorazione e Decorazione nei suoi vari stili e nelle sue tecniche, Decorazione plastica, Plastica ornamentale, Scenografia*. Questi insegnamenti, variamente denominati prima degli statuti unificati del '32, erano considerati propedeutici agli insegnamenti finali del quarto e quinto anno di *Arredamento degli ambienti, Arredamento e decorazione di interni*, sino alla finale dicitura del '32: *Architettura degli Interni Arredamento e Decorazione*. Essi chiudevano il "ciclo artistico" della formazione dell'architetto. È una vicenda lunga e complessa, ricca di differenze, contraddizioni, sfaccettature che andrebbero indagate nei casi particolari, nelle loro differenti genealogie, spesso connesse alla realtà del sapere tecnico e produttivo locale o regionale cui erano legate le Scuole D'Arte Applicata. Se è vero e ormai riconosciuto che la maggior parte dei cosiddetti 'maestri' del design italiano del dopoguerra si sono formati principalmente nelle Scuole di Architettura, è anche vero che le discipline che hanno trasmesso il 'saper fare' provenivano da esperienze sempre differenti, non omologate tra loro e non omologabili, da studiare caso per caso, alcune legate alle Accademie, altre agli Istituti d'Arte altre agli Istituti Tecnici, altre ancora ai Regi Musei Industriali, agli Istituti per le Industrie Artistiche, altre all'insieme di due o più di queste esperienze. In quest'ottica si moltiplicano le storie possibili sugli aspetti formativi *ante litteram* del design italiano, sulle sue continuità e discontinuità.

È una specificità italiana che varrebbe la pena indagare nelle sue origini, seguendo e documentando queste molteplici storie ancora nascoste che la compongono, per ricostruire le linee di un percorso volto a superare la dicotomia tra 'sapere' e 'saper fare', tra 'artista' e 'artiere' e in ultima analisi a rafforzare una visione interdisciplinare

della storia del design italiano. Queste storie sulla formazione possono costituire dei validi strumenti per valutare i caratteri di autosufficienza che oggi il disegno industriale ha conquistato in ambito universitario, separandosi dalle Facoltà di Architettura, sebbene ancora i suoi docenti provengano per la maggior parte da quell'esperienza educativa. Spesso si tratta di microstorie, ma importanti per potenziare, anche attraverso le differenze, il dibattito sull'autonomia pedagogica del disegno industriale oggi.

3. Guido Costante Sullam nella Regia Scuola di Architettura di Venezia

L'esperienza didattica di Guido Costante Sullam, nella nascente Regia Scuola di Architettura di Venezia negli anni venti e trenta, è un piccolo tassello del vasto e complesso mosaico di queste vicende. Sullam fu il docente delle discipline che ebbero il ruolo di traghettare le arti applicate nella formazione universitaria dell'architettura. Il semplice elenco degli insegnamenti che egli coprì a Venezia, unitamente alla specificità della sua formazione, restituisce una figura complessa e consapevole dei moniti boitiani. Laureato in ingegneria civile a Padova nel 1895 ("Guido Costante Sullam", 1988), secondo i dettami della legge Casati, nel 1898 si iscrisse all'Accademia di Belle Arti di Venezia conseguendo nel 1902 anche il titolo di *Professore di Disegno Architettonico*. Fu a Darmstadt, conobbe Olbrich (Romanelli, 1988) e dal 1919 iniziò a dedicarsi all'insegnamento. Nel 1922 insegnò all'Istituto per le Industrie Artistiche di Monza, che diresse dal 1923 al 1926. Nel 1927 tornato a Venezia, insegnò nella Scuola professionale per la lavorazione del legno. Anche a Venezia il dibattito sulle Arti Applicate aveva portato alla creazione dapprima della Scuola d'arte (1872) divenuta in seguito Scuola Veneta d'Arte Applicata alle Industrie, e nel 1907 della Regia Scuola Superiore d'Arte Applicata alle Industrie.

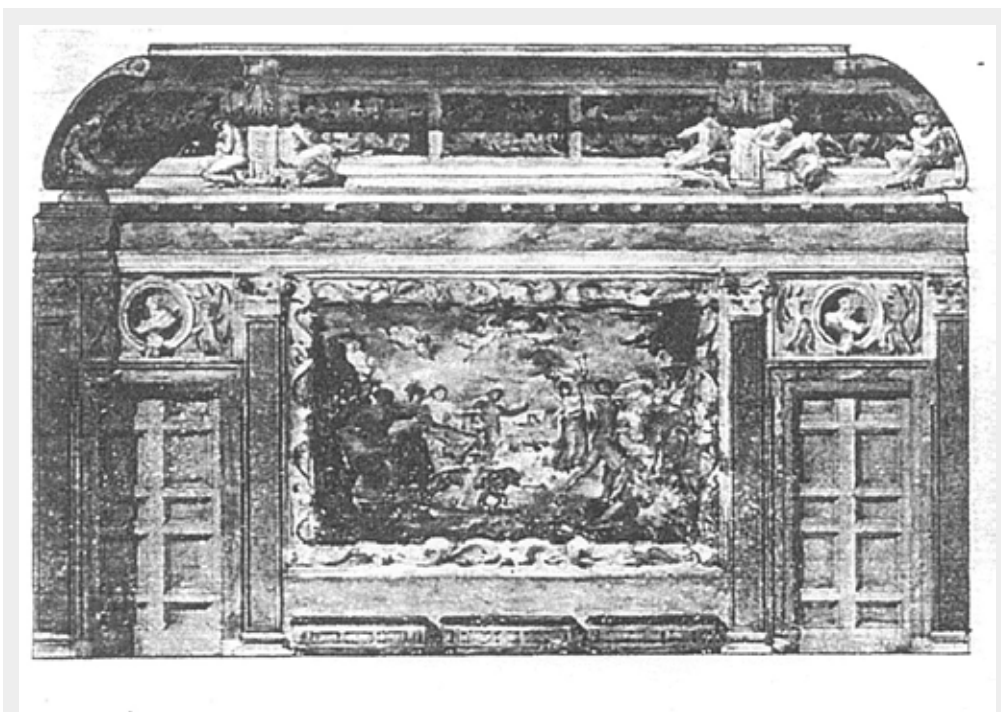
Nel 1928 Sullam iniziò a insegnare nella Regia Scuola Superiore di Architettura di Venezia, dove fu docente per l'insegnamento di *Decorazione interna ed arredamento*.^[3] Assunse inoltre gli incarichi per gli insegnamenti di *Elementi costruttivi* e di *Tecnologia edilizia*. Questo dimostra come la ricerca di sintesi tra aspetti tecnici e artistici, fosse spesso risolta incaricando uno stesso docente di entrambi gli insegnamenti, investendolo della responsabilità di istituire un rapporto virtuoso tra questi e quelli, in un'ideale unità con il 'saper fare' dell'artigiano. Questo implicava l'approfondimento alle diverse scale del processo compositivo dell'architettura, dai sistemi costruttivi, sino al controllo del dettaglio proprio della scala degli interni e dell'arredo. Era un atteggiamento possibile in considerazione del fatto che sia le componenti costruttive dell'architettura, che quelle degli interni e dell'arredo, erano accomunate da una stessa dimensione artigianale, che sarà messa in discussione solo molto più tardi in Italia.^[4] Nel 1938 Sullam fu allontanato dall'insegnamento universitario per le sopraggiunte leggi razziali. Al momento non esistono studi sulla sua attività didattica. Essi avrebbero potuto fornire un punto di vista privilegiato per comprendere in dettaglio differenze e continuità dell'insegnamento delle Arti Applicate in quegli anni e le reciproche influenze con l'architettura. Non a caso una delle prime scelte che Giuseppe Samonà compì, divenuto direttore della Scuola di Venezia nel dopoguerra, fu di richiamare Sullam per coprire l'incarico di *Elementi costruttivi*, sino all'anno della sua morte nel 1948, malgrado egli avesse superato i limiti di età per l'insegnamento. Nel frattempo il corso di *Architettura degli Interni Arredamento e Decorazione* fu tenuto da Giorgio Wenter Marini (Rovereto 1890, Venezia 1973)^[5] risultato vincitore nel '44, della libera docenza a Venezia per quella disciplina. Anch'egli è una figura dimostrativa delle vicende fin qui sinteticamente narrate: allievo al

primo anno del Politecnico di Vienna, laureato Ingegnere-Architetto alla Scuola Tecnica Superiore Bavarese di Monaco, docente di *Disegno* alla Scuola d'Arte di Cortina d'Ampezzo, direttore nel '30 della Regia Scuola Professionale del Mobile e del Merletto di Cantù.

Cambiano dunque i protagonisti, ma resta invariato il quadro formativo di provenienza a conferma dei percorsi ellittici che si intersecarono tra il mondo formativo delle arti applicate e quello degli *Interni*. Samonà comprese che la specificità del contributo di Sullam filtrava attraverso le discipline degli *Interni*, che egli aveva praticato, e si basava sulle competenze europee da lui possedute nei riguardi dell'insegnamento dell'artigianato in Europa. Gli riconobbe la capacità di mantenere una continuità con la grande tradizione delle vicende delle secessioni di Monaco e di Vienna e, come abbiamo già specificato, della cultura figurativa facente capo a Darmstad, questo negli anni in cui i valori dell'insegnamento di Cirilli, direttore della Scuola di Venezia, durante il ventennio fascista, [6] siolgevano sempre più verso i temi retorici di una presunta romanità. Samonà individuò nell'ormai vecchio insegnante, il ruolo di trasmissione del sapere che gli derivava dall'aver affondato le radici della propria formazione molto lontano nel tempo e nei luoghi. Bruno Zevi, da poco giunto a Venezia, e incaricato della commemorazione di Sullam (Zevi, 1952), specifica e inquadra storicamente questa figura sancendone pubblicamente l'importanza:

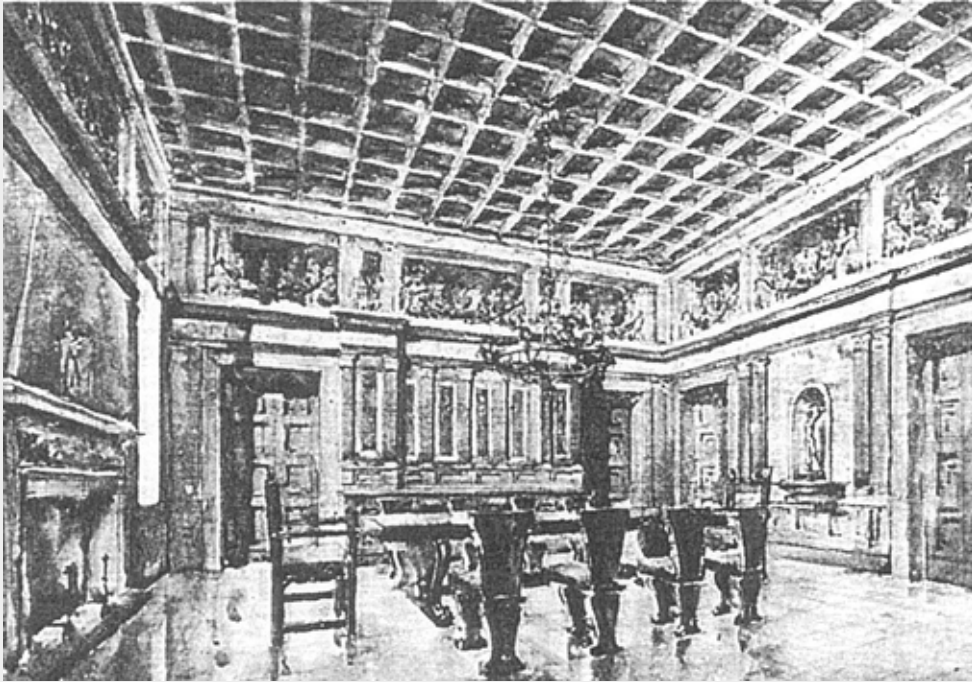
l'Italia aveva perduto da almeno un cinquantennio, la coscienza, l'orientamento della cultura europea [...] una folta schiera di architetti italiani cercò di riscattare la nostra arte. I massimi nomi sono quelli di Ernesto Basile, Raimondo D'Aronco, Giuseppe Sommaruga, Gaetano Moretti, Ernesto Wille; Sullam appartiene a questo gruppo, partecipò alla sua lotta e alla sua delusione. (pp. 82-85)

Per Zevi, l'interesse di Sullam nei riguardi del rinnovamento delle Arti Applicate gli permise di ottenere quella levatura europea come condizione per poter fare "della buona architettura liberty in Italia [...]. Quella grande arte poteva realizzarsi solo attraverso maestranze specializzate. Bisognava dedicarsi con ogni energia alla trasformazione delle scuole d'arte e delle scuole industriali [...] l'architettura sarebbe venuta dopo" (p. 84). Così dicendo egli afferma il ruolo centrale dell'insegnamento delle arti applicate nel rinnovamento stesso dell'architettura. Zevi comprende che questo fu l'obiettivo che impegnò Sullam per alcuni anni nella direzione dell'Istituto delle Industrie Artistiche di Monza, e sarebbe molto interessante approfondire la sua attività in quel contesto. È difficile poter stabilire, con verifiche documentarie, quanto e come egli riesca a raggiungere questi obiettivi nella Scuola di Venezia, ed è dunque un compito ancora da svolgere, ma le sue materie di insegnamento negli anni trenta sono senz'altro consone a rendere efficace il suo contributo in questo senso. Il programma dei suoi corsi di *Elementi costruttivi*, al primo e al secondo anno, contiene approfondimenti sui materiali, dalle pietre al legno, con particolare riferimento alla loro tecnologia e alla costruzione dei mobili. Nell'insegnamento di *Arredamento e Decorazione* per il quarto e quinto anno, lo studio era rivolto invece alla decorazione nelle diverse epoche.



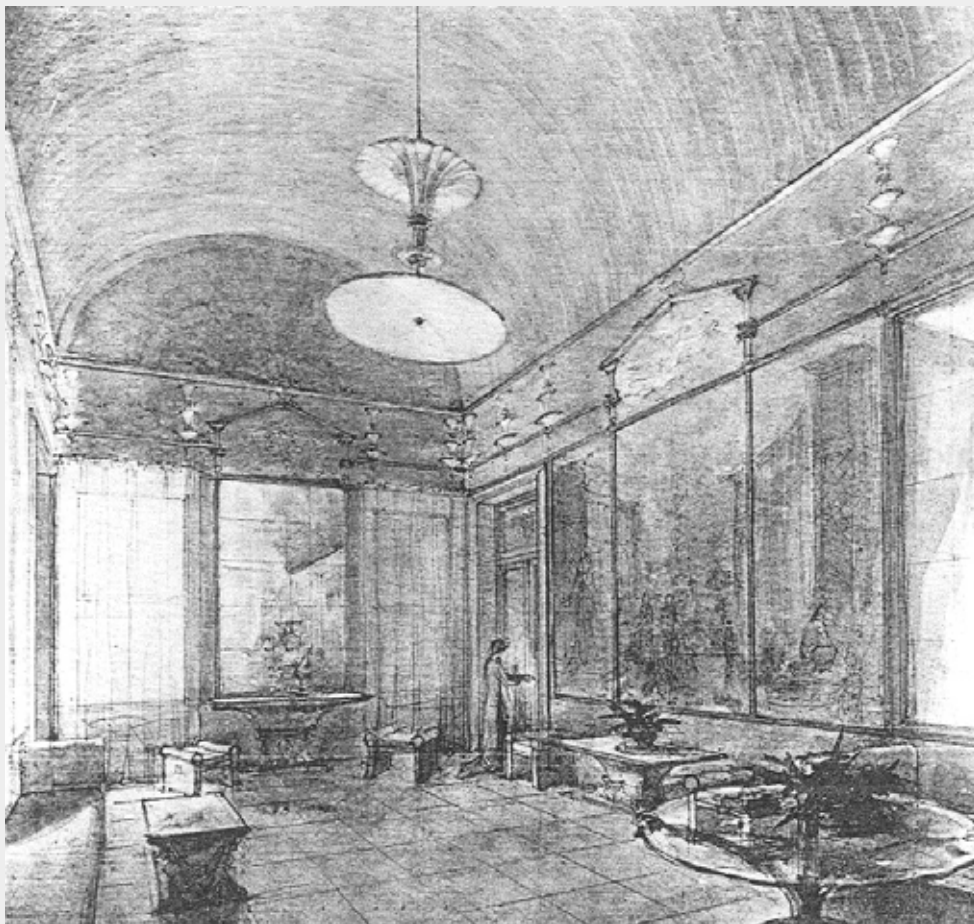
A.A. 1936-37. *Architettura degli Interni Arredamento e Decorazione*, docente Guido Costante Sullam, studente Giovanni Zabai: Ambiente cinquecentesco.

Le esercitazioni però prevedevano esplicitamente un ragionamento che, dall'analisi di determinate forme stilistiche storiche, permettesse di giungere a espressioni dal carattere moderno, approfondite con lo studio di dettagli al vero e schemi costruttivi, sino a definire il ruolo della "decorazione applicata" (Sullam, 1934?) in un generale contesto di rinnovamento degli studi di architettura. Il suo contributo dunque è nel segno di un'apertura verso quanto in Europa si era già dibattuto sul problema dell'educazione dell'artista in rapporto all'arte industriale, affinché le discipline del disegno non fossero fini a loro stesse, ma integrassero le arti decorative e/o applicate in un organico rapporto tra materia, materiale, tecniche e forme, al fine di un superamento dello storicismo ottocentesco basato sullo studio degli stili. Per questo Sullam era, nella Scuola di Architettura di Venezia diretta da Cirilli, una voce che si muoveva su presupposti diversi. Per questo Zevi, usando le categorie di Pevsner, parlò di lui come di una personalità che cercò di colmare le lacune dell'architettura in Italia, per giungere a un reale rinnovamento. Esse sono in ordine: l'esperienza delle grandi opere di ingegneria, la riforma artistica derivante dal movimento delle Arts and Crafts e quella estetica che, dall'impressionismo in poi, significa Art Nouveau e Liberty in Italia.



A.A. 1936-37. *Architettura degli Interni Arredamento e Decorazione*, docente Guido Costante Sullam, studente Giovanni Zabai: Ambiente cinquecentesco.

Sul versante progettuale le ville di Sullam al Lido di Venezia (Bellavitis & Romanelli, 1985, Concina, 1995) divennero il riferimento su cui Samonà fece lavorare gli studenti quando ancora non aveva fatto chiarezza sul suo generale programma di rinnovamento della Scuola di Venezia, che vedrà luce solo dopo il '47 (Carullo, 2009). Per un anno il tema di laurea riguardò, per tutti gli studenti veneziani, la progettazione di un villino al Lido di Venezia. Essi ricordano le visite fatte con Samonà al Lido, per conoscere queste opere del primo Novecento veneziano, ritenute uno dei pochi riferimenti ancora validi presenti nell'eredità dalla scuola dopo il ventennio fascista.^[7] Zevi ricorda ancora che "quando il movimento moderno si affermò anche in Italia e cercò un fondamento storico, furono questi gli uomini cui i giovani si richiamarono con devozione: in essi riconobbero i padri sensibili ed onesti" (1952, p. 85).



A.A. 1937-38. *Architettura degli Interni Arredamento e Decorazione*, docente Guido Costante Sullam, studente Egle Trincanato: Salotto da ricevimento.

Carlo Scarpa infine, risalendo agli anni della sua formazione, fa riferimento a un incontro piacevole e quasi rivelatore: “quello con un progetto polveroso di una casa stile liberty lasciato, forse dieci anni prima, da uno studente e trovato arrotolato in un cassetto della scuola [...] era una traccia per comprendere i segni di una cultura spazzata da un'ondata di conformismo saccente quanto oscurantistico” (Mazzariol, 1955, p. 340). Così rimarrà quest'incontro, anche dopo “quando espresse un giudizio positivo ed affettuoso per l'opera dell'unico architetto di rilievo veneziano di quel tempo, il Sullam, che nell'ambito del liberty aveva costruito con sensibilità ed intelligenza” (Mazzariol, 1955, p. 340).

Bibliografia

- Boito, C. (1890). Le scuole di architettura di belle arti e di arti industriali. *Nuova Antologia*, V27, 41-51.
- Bellavitis & G., Romanelli, G. (1985). *Venezia*. Roma-Bari: Laterza.
- Carullo, R. (2009). Il contributo veneziano oltre la retorica fascista. In R. Carullo, *Iuav didattica dell'architettura a Venezia. 1926-1963* (pp.101-111). Bari: Arti Grafiche Favia.
- Compagnin, L., & Mazzola, M. L. (1988). La nascita delle Scuole Superiori di Architettura in Italia. In S. Danesi, & L. Patetta (a cura di), *Il razionalismo e l'architettura in Italia durante il Fascismo* (pp.194-196). (2° ed.) Milano: Electa.
- Concina, E. (1995). *Storia dell'architettura di Venezia dal VII al XX secolo*. Milano: Electa.
- De Stefani, L. (1992). *Le scuole di architettura in Italia. Il dibattito dal 1860 al 1933*. Milano: Franco Angeli.
- Gabetti, R., & Marconi, P. (1971). L'insegnamento dell'architettura nel sistema didattico franco-italiano (1789-1922). Terzo Periodo. Dopo le rivoluzioni del 1948.
- Controspazio*, 10-11, 43-55. "Guido Costante Sullam" (1988). In *Progetti per la città veneta. 1926-1988* (pp. 40-42). Vicenza: N. Pozza.
- Mazzariol, F. (1955). Opere dell'architetto Carlo Scarpa. *L'architettura*, 3, 340-347.
- Natale, G., Colucci, F. P., & Natoli, A. (1975) *La scuola in Italia: dalla legge Casati del 1859 ai decreti delegati*. Milano: Mazzotta.
- Romanelli, G. (1987). Venezia. In R. Bossaglia (a cura di), *Archivi del Liberty italiano* (pp. 227-245). Milano: Franco Angeli.
- Romanelli, G. (1988). Alle origini di una scuola: appunti per quattro profili. In *Progetti per la città veneta. 1926-1988* (p. 23). Vicenza: N. Pozza.
- Sullam, G. C. (1934?). Programma di Arredamento e Decorazione, a.a. 1933-34. In *Annuario del Regio Istituto Superiore di Architettura A.A. 1933-34* (pp. 115-116). Venezia.
- Zevi, B. (1952?).
- Guido Costante Sullam. 1873-1949. In *Annuario Iuav, A.A. 1950-51 e 1951- 52* (pp. 82-85). Venezia.

NOTE (← returns to text)

1. RD 13 Novembre 1859 N. 3725, completato con regolamento Applicativo del 19 settembre 1860.←
2. La legge Casati, per quanto riguarda l'insegnamento dell'architettura, aveva istituito le Scuole di Applicazione per Ingegneri ed Architetti al fine di rilasciare il titolo di Ingegnere-architetto. Essa, di fatto, sancisce la differenza con il titolo di Professore di Disegno rilasciato dalle Accademie di Belle Arti e avvalorata la dicotomia tra insegnamenti *tecnico-scientifici* e *umanistico-artistici* impartiti da istituzioni tra loro separate.←
3. Archivio Storico Iuav Cartella 20.2.←
4. Vent'anni dopo a Venezia, sebbene in un differente contesto storico e produttivo, il protagonista di una vicenda simile fu Franco Albini, docente di *Architettura degli Interni Arredamento e Decorazione* dal '49 sino al '62. Egli introdusse dal '56 in poi nei suoi corsi di Architettura degli Interni, una serie di sperimentazioni sulle nascenti problematiche dell'industrializzazione edilizia da affiancare al tradizionale programma sui progetti di arredi. Un momento importante, nella storia della formazione del Disegno Industriale all'interno delle Facoltà di Architettura: esso contiene implicitamente un passaggio, ormai inevitabile, tra permanenze formative legate al mondo delle arti applicate e dell'artigianato, e la volontà di aprire a processi e sistemi più strettamente industriali nelle diverse scale.←

-
5. Parte dell'archivio Wenter è stato acquisito dall'Archivio Progetti luav.↵
 6. Guido Cirilli nacque ad Ancona nel 1871. Si laureò a Roma nel 1896 presso il Regio Istituto di Belle Arti e la Scuola di Applicazione degli Ingegneri di Roma nel periodo di validità della legge Boselli e fu direttore dal '29 al '45 della Regia Scuola di Architettura di Venezia.↵
 7. Le notizie sono state ricavate dalla testimonianza di G. Cecchetto, studente della scuola di Architettura di Venezia, laureatosi nell'A.A. 1945-46 con un progetto di villa per professionista al Lido di Venezia.↵

Microstorie

RAPPRESENTAZIONI DEL PRODOTTO INDUSTRIALE. TRIENNALE DI MILANO, 1940 - 1964

Giulia Ciliberto, Università Iuav di Venezia
Orcid id 0000-0003-2450-2059

PAROLE CHIAVE

Allestimento, Disegno industriale, Mostra, Triennale di Milano

Oggetto del contributo sono le immagini e le rappresentazioni che la Triennale di Milano, attraverso i linguaggi e le tecniche dell'allestimento, ha contribuito a promuovere rispetto alla dimensione del progetto per l'industria. In particolare si analizzano: la *Mostra internazionale della produzione in serie* (1940), orientata a un'interpretazione filosofica del concetto di *standard*; la *Rassegna internazionale dell'Industrial Design* (1954), mossa da un intento encomiastico verso il contesto della produzione industriale; la *Sezione italiana* (1964), volta a denunciare gli eccessi della società dei consumi di massa.

1. Premessa

Fra gli enti e le istituzioni che, in Italia, hanno contribuito allo sviluppo di una specifica cultura del progetto industriale, la Triennale di Milano occupa indubbiamente una posizione di rilievo. Nel periodo che va dagli anni Venti agli anni Sessanta del XX secolo, infatti, le manifestazioni della Triennale posero il tema della progettazione per l'industria al centro dell'attenzione, interpretandolo attraverso una pratica e una politica delle esposizioni probabilmente uniche nel loro genere (Fagone, 1982, p. 48): a una missione primaria di carattere essenzialmente merceologico - quella di segnalare, aggiornandosi di triennio in triennio, i risultati più significativi raggiunti a livello nazionale e internazionale nel campo del design applicato all'industria - la Triennale affiancò fin dal principio un'attività "di ricerca continua" (Pansera & Pierpaoli, 1982, p. 313), configurandosi come una piattaforma di indagine critica sul ruolo economico, politico ed etico della cultura del progetto in relazione al contesto, sempre più articolato e incalzante, della produzione industriale.

In Italia, come afferma Muratore, la dimensione della mostra temporanea ha rappresentato il luogo probabilmente "più adatto e disponibile" per la ricerca "sulle forme, sulle immagini, sui simboli, sugli archetipi e sui concetti della modernità contemporanea" (in Rinaldi, 2003, p. 10). In questo senso può essere interessante guardare alla Triennale come a uno scenario in cui, a partire dalla considerazione del medium della mostra come un effettivo procedimento di scrittura critica, il concetto stesso di 'produzione industriale' è andato soggetto a una sequenza di progressive elaborazioni teoriche e attribuzioni di significato, ciascuna profondamente informata del proprio contesto storico e culturale. Durante i suoi primi cinquant'anni di attività, la

Triennale mise a punto un vasto repertorio di formati espositivi specifici per la presentazione di modelli in serie, concorrendo a definirne e classificarne lo statuto culturale attraverso la loro immissione all'interno di nuove e sempre più avanzate concezioni spaziali e forme di rappresentazione.

Quali sono dunque le immagini e le rappresentazioni che la Triennale ha contribuito a promuovere rispetto alla dimensione del progetto per l'industria? Quali furono i presupposti teorici e culturali da cui tali visioni scaturirono? E in che modo si sono evolute nel tempo, in relazione al mutare delle contingenze economiche, politiche e sociali? Mediante un simile approccio alla fenomenologia delle mostre, attraverso l'esperienza della Triennale sarebbe possibile ripercorrere, se non propriamente rileggere, l'intera parabola del design italiano. Questo contributo si limita a segnalare tre casi esemplari e ad analizzarli in ordine cronologico: la *Mostra internazionale della produzione in serie*, organizzata nel contesto della VII Triennale (1940) e orientata a delineare un'interpretazione filosofica del concetto di *standard* quale presupposto basilare della società contemporanea; la *Rassegna internazionale dell'Industrial Design*, allestita in seno alla X Triennale (1954), mossa da un intento encomiastico e celebrativo nei confronti del contesto della produzione industriale; la *Sezione italiana*, infine, realizzata all'interno XIII Triennale (1964), volta a denunciare gli eccessi e i paradossi connessi con l'affermazione della società dei consumi di massa.

2. Il 'battesimo' del disegno industriale italiano: la *Mostra internazionale della produzione in serie* alla VII Triennale di Milano (1940)

La VII Triennale di Milano aprì al pubblico il 6 aprile 1940 e chiuse anticipatamente il 30 giugno, venti giorni dopo l'entrata in guerra dell'Italia. L'edizione, che inaugurò in un clima di profonda crisi politica e culturale, costituì prevalentemente lo scenario per la promozione di idee e immagini propagandistiche del regime,^[1] permeate della retorica nazionalista e autarchica del fascismo. Quell'anno gli esponenti della corrente razionalista furono del tutto estromessi dalla rassegna di architettura, volta a celebrare in modo settario e sostanzialmente acritico le realizzazioni degli architetti di regime. L'esclusione dall'alveo dell'architettura indusse i razionalisti ad adottare quale terreno di parziale rivincita una differente scala di intervento progettuale, quella della produzione per l'industria: slittamento che contribuì a porre, seppur in modo ancora inconsapevole, premesse essenziali per lo sviluppo del design italiano durante il secondo dopoguerra. Nel contesto della VII Triennale, infatti, Giuseppe Pagano organizzò la *Mostra internazionale della produzione in serie*,^[2] evento che a posteriori può essere considerato come un vero e proprio "battesimo" del disegno industriale italiano (Pansera & Pierpaoli, 1982, p. 313). La mostra presentava le recenti produzioni in serie di alcune delle principali aziende italiane, fra cui Fiat, Stet, Olivetti, Pirelli, Viganò, Maggioni, Richard Ginori, promuovendo al tempo stesso l'attività di vari enti nazionali e internazionali per l'unificazione dell'industria.^[3] Tuttavia, più che a livello dei contenuti, il principale contributo della mostra allo sviluppo della cultura progettuale italiana va ricercato nella sua particolare impostazione critica e teorica, finalizzata a una riconcettualizzazione, se non a un vero e proprio riposizionamento culturale, del concetto di 'standard'.

A partire dall'ideale razionalista secondo cui non può esservi che coincidenza tra ragione, produzione e società (Gregotti, 1986), la mostra del 1940 promosse un'interpretazione della produzione in serie quale prerogativa naturale e necessaria,

accomunabile alla “ricerca umana delle leggi assolute del ritmo e dei rapporti estetici” e “alla tendenza pratica a creare organismi efficaci per lo studio e per la prescrizione della unificazione dei tipi” (*VII Triennale di Milano*, 1940, p. 152). Secondo Pagano, un’analogia tra *standard* e *natura* si poneva come necessaria nel momento in cui una quantità sempre maggiore di oggetti di fattura industriale entrava a far parte della dimensione quotidiana, nell’ottica di prefigurare non tanto una “inumana meccanizzazione della vita” quanto una “naturale economia della vita organizzata” (*VII Triennale di Milano*, 1940, p. 153).

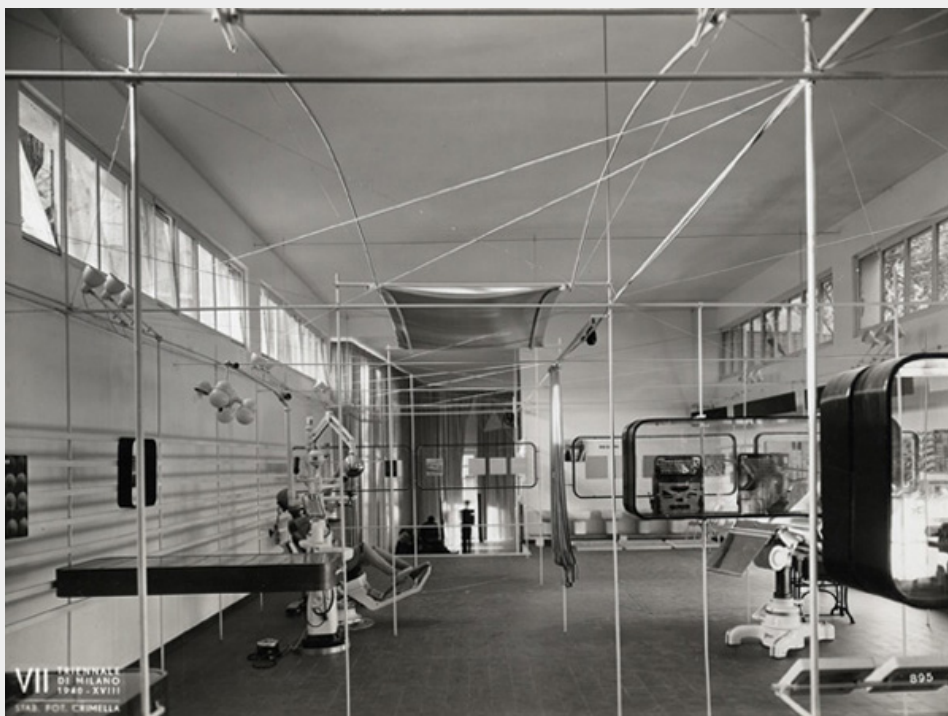
Particolarmente riuscita, e per molti versi esemplare, fu la traduzione dei presupposti teorici della mostra sul piano degli allestimenti. La rassegna si apriva con un vasto ambiente in cui, per mezzo di grandi fotomosaici, si illustravano alcune delle più caratteristiche ‘produzioni in serie’ del mondo naturale, a dimostrazione di una spontanea tendenza del creato verso i principi di “standardizzazione” e “serialità” (*VII Triennale di Milano*, 1940). Sempre per “sintesi evocative”, altri pannelli documentavano come, da Vitruvio in poi, anche la ricerca umana avesse sempre teso verso il raggiungimento di un “civile ed estetico senso di ordine”, analogo a quello spontaneamente conseguito nel mondo naturale (*VII Triennale di Milano*, 1940, p. 153).



Mostra internazionale della produzione in serie, sezione introduttiva, 1940 (© Archivio Storico La Triennale di Milano).

La rassegna proseguiva con la presentazione di numerosi esempi di oggetti

specificatamente progettati per la produzione industriale, che spaziavano dagli arredi per la casa alle apparecchiature elettrico-sanitarie fino ai componenti prefabbricati per l'edilizia. Gli espositori, in tubolare metallico, erano a loro volta prodotti in serie, e contribuivano a esaltare la natura intrinsecamente industriale degli oggetti in mostra attraverso una relazione di continuità semantica e strutturale. Pannelli e diagrammi posti alle pareti sviluppavano ulteriormente il tema della grande serie, evidenziandone le potenzialità in termini di incremento delle produzioni, riduzione dei costi e perfezionamento estetico degli oggetti d'uso quotidiano.



Mostra internazionale della produzione in serie, veduta d'insieme, 1940 (© Archivio Storico La Triennale di Milano).

Appare evidente come la *Mostra internazionale della produzione in serie* abbia contribuito a individuare nell'oggetto di fattura industriale un'istanza da celebrare individualmente, e indipendentemente dalla subordinazione all'architettura in cui il razionalismo l'aveva fino a quel momento relegata. È interessante anche rilevare come il punto di vista di Pagano si sia tradotto nella creazione di un vero e proprio immaginario intorno alla dimensione dell'oggetto di serie: un immaginario che, attraverso accostamenti semantici e figurativi, giustapponeva all'idea di 'standard' quella di 'natura', e viceversa, aprendo la strada a un'interpretazione del prodotto dell'industria quale modello di perfezione economica, politica e, non da ultimo, estetica.

3. “Cuore e cervello”: la Rassegna internazionale dell’Industrial Design alla X Triennale di Milano (1954)

Il 1954 fu un anno molto importante per lo sviluppo del design italiano e, come ha rilevato Enzo Frateili con un’efficace metafora, la X Triennale di Milano costituì uno dei principali eventi che contribuirono a imprimere un “colpo d’acceleratore” alla sua maturazione culturale[4] (1986, p. 70). In occasione della X Triennale, infatti, si svolse il 1° Congresso internazionale dell’Industrial Design, evento carico di conseguenze per le successive elaborazioni teoriche e disciplinari del design. E fu sempre nel contesto della X Triennale che si tenne la *Rassegna internazionale dell’Industrial Design*: la più importante mostra svoltasi fino a quel momento in Italia sul tema della progettazione per l’industria e la prima a occuparsene espressamente in termini di ‘industrial design’. Come scrisse Dorfles, la mostra si configurò sotto molti punti di vista come “cuore e cervello” della X Triennale (1954, p. 47). A organizzarla furono alcuni dei principali esponenti della cultura di settore[5] con l’intento primario di favorire una divulgazione ad ampio raggio della nozione di ‘industrial design’, al tempo ancora poco diffusa. Nelle intenzioni dei curatori, infatti, la mostra avrebbe dovuto fungere da anello di congiunzione tra i distinti mondi dei progettisti, delle aziende produttrici e del grande pubblico di consumatori, contribuendo ad avviare anche in Italia un dibattito avanzato sui temi della produzione in serie, dell’estetica industriale e della possibilità di integrazione tra arte e tecnica.

A testimonianza dei più recenti risultati ottenuti a livello internazionale nell’ambito della progettazione per l’industria, la rassegna presentava circa 150 oggetti, selezionati in base a parametri quali l’eccellenza nel disegno, la corrispondenza tra la forma e la funzione, l’innovazione nel processo produttivo, la competitività sul mercato (Rosselli, 1954). I prodotti in mostra ricoprivano un ventaglio estremamente ampio di categorie tipologiche, dagli elettrodomestici alle automobili fino alle viti e ai rubinetti, passando per le suppellettili, le calcolatrici, le attrezzature sportive e i giocattoli. Alcuni, come le macchine da scrivere di Marcello Nizzoli, le lampade di Gino Sarfatti e il telefono di Henry Dreyfuss, erano già allora ascrivibili al rango di vere e proprie icone del ‘buon design’, risultanti da un approccio maturo ed esemplare alla dimensione del progetto per l’industria.

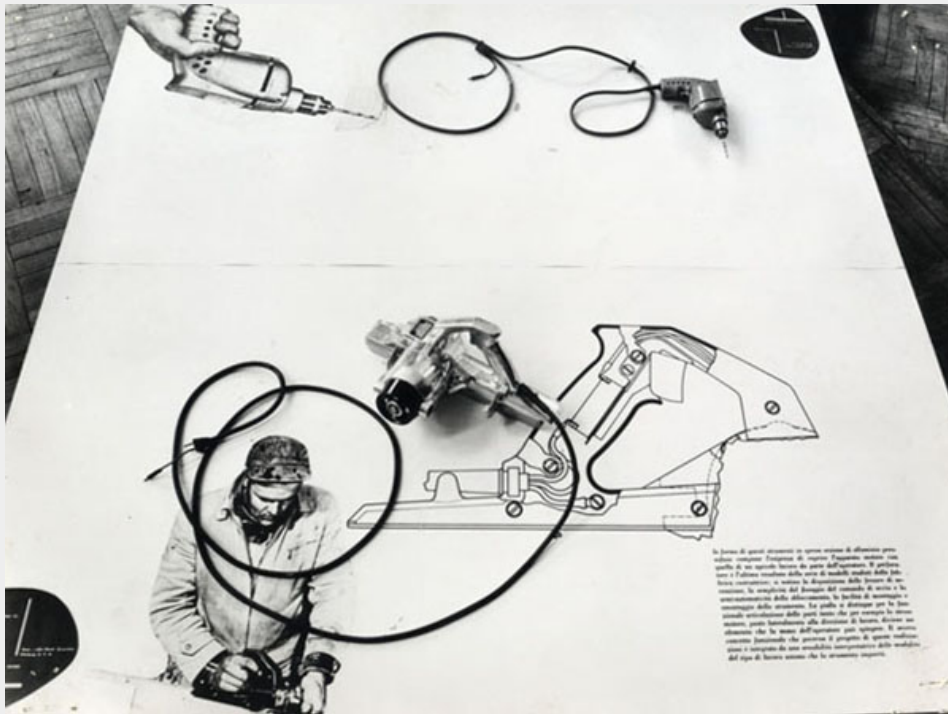


Rassegna Internazionale dell'Industrial Design, veduta d'insieme, 1954 (© Archivio Storico La Triennale di Milano).

Nell'intento di valorizzare il più possibile le caratteristiche formali ed estetiche dei prodotti in mostra, dal punto di vista degli allestimenti si scelse di lavorare con mezzi di estrema sobrietà: gli oggetti erano suddivisi in piccoli gruppi e disposti su piattaforme ad altezze variabili, illuminate dall'alto tramite grandi campanule circolari di tela bianca. Il pavimento era di legno, le pareti dipinte di color caffè e ai soffitti non erano stati applicati velari, lasciando in vista la copertura industriale a *shed* realizzata da Giovanni Muzio nel 1932 a evocare, non senza una vena di scanzonata ironia, un "tono industriale da officina dickensiana primo-ottocento" (*X Triennale di Milano*, 1954, p. 130).

Un'operazione più elaborata fu invece applicata al livello delle didascalie. Michele Provinciali progettò per la mostra un vero e proprio sistema di identità visiva secondo cui, a ciascun oggetto, erano associati disegni tecnici, fotografie, schemi e diagrammi volti a sottolinearne i dettagli più rappresentativi:

[...] in un telefono è sottolineato l'interesse di alcuni particolari funzionali che sono anche motivo di un perfezionamento del disegno; in una maniglia, lo studio di una migliore presa della mano che dà una nuova caratteristica alla forma; in una tazza in materia plastica, la forma del manico e la perfetta inseribilità dei pezzi costituiscono il motivo di una ricerca collegata ai nuovi materiali; in un lavabo la forma nuova deriva dal superamento dei concetti tradizionali e dall'analisi delle dimensioni e della natura del materiale. (Rosselli, 1954, p. 2)



Rassegna Internazionale dell'Industrial Design, dettaglio dell'allestimento, 1954 (© Archivio Storico La Triennale di Milano).

Oltre ad aver favorito una circolazione di massa del concetto di *industrial design*, attraverso i suoi specifici criteri di selezione la *Rassegna internazionale dell'Industrial Design* contribuì a mettere a punto un canone di categorie critiche *ad hoc* per la codifica di un corretto approccio progettuale al prodotto di serie. La mostra nel suo complesso fu essenzialmente caratterizzata da un'attitudine prescrittiva e celebrativa, che trovò ulteriore riscontro nella tendenza a commentare gli oggetti esposti con riferimenti visivi volti a esaltarne la natura intrinsecamente industriale, assecondando figurativamente l'istanza secondo cui il 'buon design' dovesse scaturire "dall'incontro di un nuovo simbolismo con una nuova funzionalità" (Dorfles, citato in Molinari, 2001, p. 34).

4. Equilibri precari tra coscienza e consumi: la Sezione italiana alla XIII Triennale di Milano (1964)

La XIII Triennale di Milano, che inaugurò nel giugno del 1964 all'insegna del difficile e controverso tema del *Tempo Libero*, scaturì da un momento di profonda revisione da parte dell'istituzione milanese nei confronti della sua stessa missione culturale (Pastor & Polci, 1985). Nel 1964, infatti, la Triennale abdicò al suo tradizionale indirizzo merceologico in favore di un intento più propositivamente critico, volto a sollevare le problematiche più urgenti che si ponevano nel contesto della società contemporanea. Tale slittamento ideologico si tradusse in un radicale rinnovamento del formato espositivo della manifestazione, in cui la consueta ripartizione in rassegne singole

dedicate ai temi del design e dell'architettura fu superata in favore della loro subordinazione a un grande "tema unitario" (*XIII Triennale di Milano*, 1964, p. 7) di interesse collettivo, affrontato secondo una prospettiva sociologica.

Gregotti (1986) sottolinea come, in retrospettiva, sia possibile individuare nella XIII Triennale le prime avvisaglie di quella "lunga esplorazione" (p. 334) di matrice anticonsumistica e antindustriale che sul finire del decennio sarebbe confluita nelle teorie e nelle pratiche progettuali degli esponenti del Nuovo Design italiano. Partendo dal presupposto secondo cui la fruizione del tempo libero fosse in realtà governata, a fini produttivi, dagli stessi centri di potere che scandiscono il tempo del lavoro - vere e proprie "industrie del tempo libero" (Fabbri, Castiglioni, Ferraris & Vittoria, 1964, p. 40) -, la XIII Triennale fu infatti improntata a un'aperta polemica verso i meccanismi della grande produzione, aspirando a denunciare i limiti e gli effetti deleteri di un "mondo che sorge intorno all'uomo per effetto della sua stessa operosità" (*XIII Triennale di Milano*, 1964, p. 7).

Le ambiguità sottese alle dinamiche di produzione di massa e le degenerazioni culturali inflitte dalla società dei consumi furono oggetto di esplicito approfondimento in molti degli allestimenti realizzati nel contesto della XIII Triennale, attitudine di cui la *Sezione italiana* rappresentò forse il caso più lampante.^[6] Con riferimento al taglio critico generale sul tema del *Tempo Libero*, la problematica che qui si proponeva era quella del rapporto dell'uomo con il mare: uno dei legami più atavici, profondi e vitali nella storia del mondo e, al tempo stesso, una delle principali fonti di speculazione da parte dell'industria contemporanea in funzione di nuovi mercati e modelli di consumo. La mostra si articolava in tre settori - *l'Equilibrio per pochi*, *l'Equilibrio perduto* e *l'Equilibrio da ritrovare* -, idealmente corrispondenti alle tre tappe della riflessione che, nel percorrerli, i visitatori erano chiamati a intraprendere: la reminiscenza di un rapporto armonico con l'acqua reso possibile, nell'antichità, da una concezione del tempo libero del tutto "incommensurabile con l'attuale" (*XIII Triennale di Milano*, 1964, p. 138); la constatazione della "frattura" (*XIII Triennale di Milano*, 1964, p. 138) verificatasi con il passato in seguito alla mercificazione dei bisogni relativi alla fruizione del mare; la presa di coscienza di uno stato di allarme e della necessità di restaurare al più presto una condizione di equilibrio "tra la natura e l'uomo che la utilizza" (*XIII Triennale di Milano*, 1964, p. 138).

La sezione dell'*Equilibrio perduto* era quella che metteva più espressamente a fuoco le "distorsioni e irrazionalità" (*XIII Triennale di Milano*, 1964, p. 138) apportate dall'avvento del turismo di massa. Nell'ambiente denominato *Il tempo delle vacanze*, ad esempio, il percorso si inerpica lungo una passerella circondata da un vero e proprio "muro" (*XIII Triennale di Milano*, 1964, p. 138) di automobili e bagagli, accatastati gli uni sulle altre a riproporre fedelmente la condizione di imbottigliamento nel traffico che spesso precede il raggiungimento delle località balneari: efficace ancorché letterale allegoria di una "conquista" del tempo libero resa sempre più accessibile, e proprio per questo sempre più frustrante e faticosa, dai *comfort* della vita moderna (Fabbri et al., 1964).



Sezione Italiana, sala de *Il tempo delle vacanze*, 1964 (© Archivio Storico La Triennale di Milano).

L'enfasi sulla dimensione dell'oggetto di consumo proseguiva nella sala dedicata alle *Offerte della civiltà dei consumi*, dove una miriade di prodotti per il mare - salvagenti, pinne, ciabatte, palloni da spiaggia, asciugamani, flaconi di crema, ghiacciaie, gommoni, radioline e molto altro ancora - tappezzava le pareti senza soluzione di continuità. Il visitatore, trascinato in un vortice di ossessive e stranianti ripetizioni, esperiva l'evocazione di un tempo libero letteralmente soffocato da una pletera di oggetti "tutti simili, tutti riprodotti in serie", pronti non tanto a soddisfare reali necessità quanto "ad appagare le colossali richieste di un mercato sempre più vasto, sempre più avido" (Fabbri et al., 1964, p. 118).



Sezione Italiana, sala de *Le offerte della civiltà dei consumi*, 1964 (© Archivio Storico La Triennale di Milano).

Come ha scritto Piva, la XIII Triennale si distinse per una spiccata attitudine a produrre “immagini intellettuali su temi popolari” (1988, p. 56), e in questo senso la *Sezione italiana* non fece eccezione: strutturata come una grande mostra “di disegno industriale, di oggetti, di cose che acquistano un particolare significato in relazione all’ambiente in cui sono presentate” (*XIII Triennale di Milano*, 1964, p. 7), la *Sezione italiana* mise a punto un’interpretazione esplicitamente polemica del prodotto di serie quale “frutto attraente e amaro della civiltà industriale in cui viviamo” (*XIII Triennale di Milano*, 1964, p. 7), evidenziando fino al parossismo le sue profonde implicazioni nel decadimento degli stili di vita contemporanei e le sue inevitabili connessioni con gli aspetti più sinistri e preoccupanti dell’emergente società dei consumi.

Bibliografia

VII Triennale di Milano. Esposizione internazionale delle arti decorative e industriali moderne e dell’architettura moderna.(1940). Catalogo della mostra, 6 aprile - 30 giugno 1940. Milano: Bestetti e Tumminelli.

X Triennale di Milano. Esposizione internazionale delle arti decorative e industriali moderne e dell’architettura moderna.(1954). Catalogo della mostra, 28 agosto - 15

novembre 1954. Milano: SAME.

XIII Triennale di Milano. *Esposizione internazionale delle arti decorative e industriali moderne e dell'architettura moderna*. (1964). Catalogo della mostra, 12 giugno - 27 settembre 1964. Milano: Arti Grafiche Crespi.

Dorfles, G. (1954). Teoria e pratica alla Decima Triennale. *Civiltà delle Macchine*, 5, 47-48.

Fabbri, A., Castiglioni, P. G., Ferraris, T., Vittoria, E. (a cura di). (1964). *Tempo libero, tempo di vita: note, studi, disegni sulla preparazione della XIII Triennale a cura della Giunta Esecutiva*. Bergamo: Tipografia TOM.

Fagone, V. (1982). Arte, politica e propaganda in Italia negli anni trenta. In N. Bortolotti (a cura di). *Gli anni trenta. Arte e cultura in Italia* (pp. 43-57). Milano: Nuove edizioni Gabriele Mazzotta.

Frateili, E. (1989). *Continuità e trasformazione. Una storia del disegno industriale italiano 1928-1988*. Milano: Alberto Greco Editore.

Gregotti, V. (1986). *Il disegno del prodotto industriale: Italia 1860-1980*, Milano: Electa.

Molinari, L. (a cura di). (2001). *La memoria e il futuro. I Congresso Internazionale dell'Industrial Design, Triennale di Milano, 1954*. Milano - Ginevra: Skira Editore.

Pansera, A., & Pierpaoli, A. (1982). Le Triennali del regime: un occhio aperto sull'oltralpe. In N. Bortolotti (a cura di). *Gli anni trenta. Arte e cultura in Italia* (pp. 311-323). Milano: Nuove edizioni Gabriele Mazzotta.

Pastor, B. & Polci, S. (a cura di). (1985). *La funzione della Triennale nello sviluppo delle teorie e delle tecniche espositive. Quaderni di documentazione dell'UIA n°2*. Venezia: UIA.

Piva, A. (1988). Esporre. In Polano, S. (a cura di). (2000, prima ed. 1988). *Mostrare. L'allestimento in Italia dagli anni Venti agli anni Ottanta*. (pp. 55-56). Milano: Lybra Immagine.

Rinaldi, M. (2003). *La casa elettrica e il caleidoscopio: temi e stile dell'allestimento in Italia dal razionalismo alla neoavanguardia*. Prefazione di Giorgio Muratore. Roma: Bagatto Libri.

Rosselli, A. (1954). "Industrial Design" alla X Triennale. *Stile Industria*, 2, 2-7.

NOTE (← returns to text)

1. Il coordinamento generale della *Mostra di Architettura* fu affidato a Marcello Piacentini, il principale esponente dell'architettura fascista, il quale si avvale della collaborazione di Ludovico Quaroni, Pietro Aschieri e Paolo Masera.←
2. Al progetto e all'allestimento della *Mostra internazionale della produzione in serie* collaborarono anche Irenio Diotallevi, Dante M. Ferrario, Mario Labò, Francesco Marescotti, Ezio Moalli e Bruno Ravasi.←
3. Principalmente l'Unione Nazionale per l'unificazione dell'Industria (U.N.I.) di Milano e la Federazione Internazionale degli Enti Nazionali di Unificazione (I.S.A.) di Basilea.←
4. Il 1954 fu anche l'anno in cui iniziò la pubblicazione della rivista *Stile industria*, diretta da Alberto Rosselli, e in cui fu istituito, ad opera dei grandi magazzini La Rinascente, il celebre premio *Compasso d'Oro* per l'estetica del prodotto.←
5. La *Rassegna Internazionale dell'Industrial Design* fu curata da Achille e Pier Giacomo Castiglioni, Roberto Menghi, Augusto Morello, Marcello Nizzoli, Michele Provinciali e Alberto Rosselli.←
6. Il progetto e gli allestimenti della *Sezione italiana* furono realizzati da Gae Aulenti, Carlo Aymonino, Steno Paciello, Antonio Ghirelli, Ezio Bonfanti, Jacopo Gardella e Cesare Macchi Cassia.←

ID: 0109

MICROSTORIE

MAX HUBER: SINESTESIE TRA GRAFICA E PITTURA

Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano

PAROLE CHIAVE

Concretismo, Grafica, Max Huber, Pittura

Fin dal periodo di formazione nella Zurigo degli anni Trenta, ricerca pittorica di matrice astratto-concreta e ricerca 'applicata' alla pubblicità, all'editoria e alla tipografia sono strettamente connesse nella metodologia di lavoro di Max Huber, in linea con la concezione di unità delle arti derivante dal Bauhaus. Questi sconfinamenti conferiscono alla sua grafica un'eleganza e una forza comunicativa sempre lontane da soluzioni facili o banali, secondo un'idea di cultura progettuale al servizio dell'uomo e della società.



Huber insieme a Dova e Maldonado alla Galleria del Camino di Milano, 1948, Archivio Max Huber.

Una bella fotografia ritrae Max Huber, insieme a Tomás Maldonado e Gianni Dova, davanti all'opera *Black Boogie*, esposta alla Galleria del Camino di Milano nel giugno del 1948.^[1] Huber, con la sigaretta in mano, rivolgendosi a Dova e Maldonado indica il dipinto, in cui il libero dispiegarsi di triangoli colorati su fondo nero richiama i passi e le ritmiche sonorità del *Boogie Woogie*. Colori e forme geometriche si intrecciano associandosi a suoni come avviene nei noti progetti grafici di copertine di dischi e riviste di musica jazz o nei manifesti realizzati per l'Autodromo di Monza dove lo sfrecciare delle automobili e l'eco dei motori è trasposto visivamente nelle linee dinamiche dell'impaginazione e della tipografia.

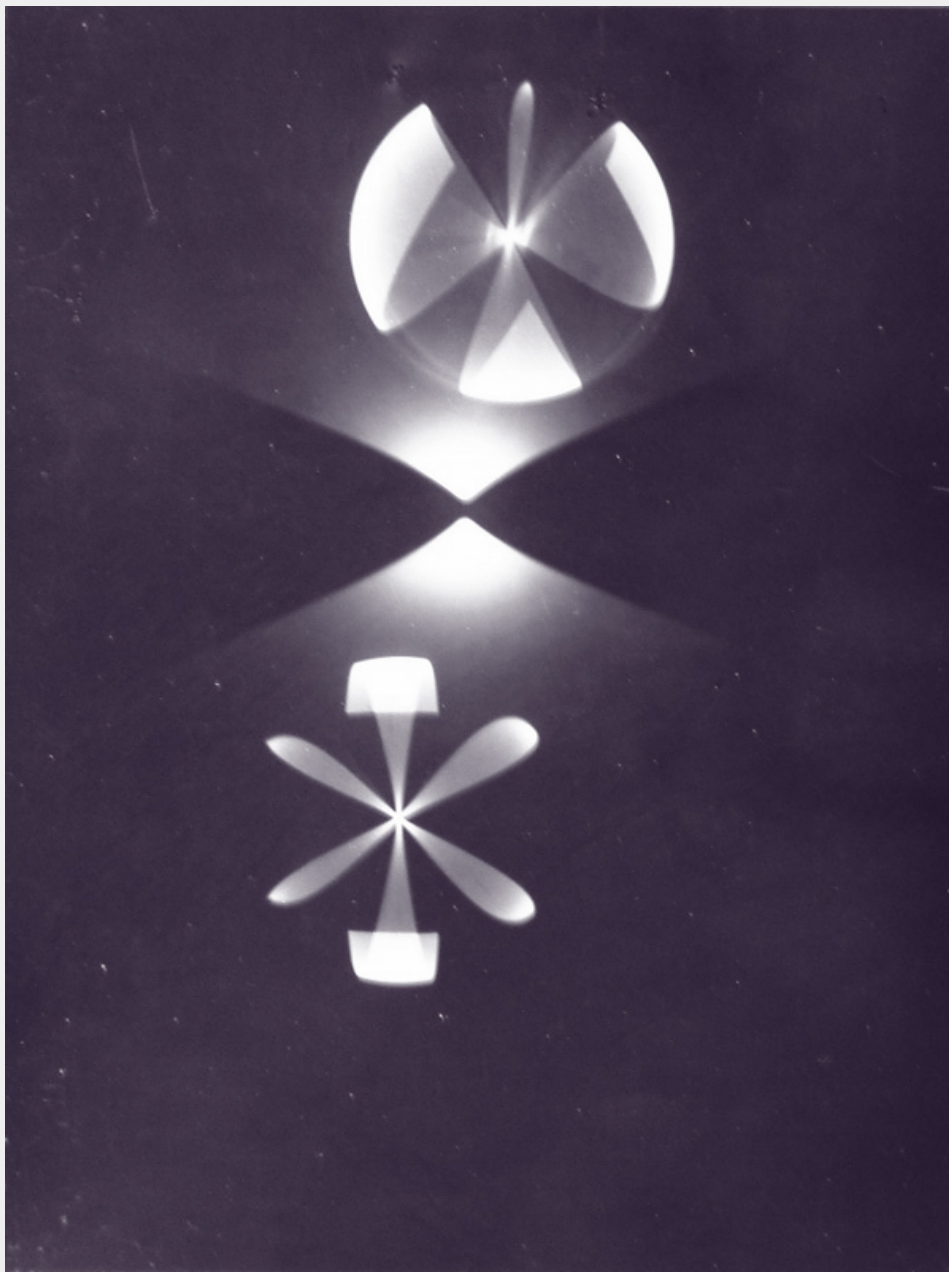
In diverse occasioni la critica ha parlato del linguaggio 'sinestetico' di Max Huber e della sua capacità di aprire la bidimensionalità dello stampato a inaspettate "spazialità sonore", come ha scritto Giovanni Anceschi (1982, s.p.), attraverso sovrapposizioni e slittamenti tra fotografia e campi di colore o l'accentuazione dinamica delle direttrici diagonali della griglia prospettica.

Un simile discorso può essere svolto anche a proposito della ricerca pittorica, che spesso richiama esplicitamente, nei titoli delle opere, paralleli musicali. Una ricerca meno nota^[2] rispetto alla produzione di *graphic design*, ma fondamentale, fin dal periodo di formazione, per la maturazione del linguaggio grafico di Huber, la cui efficacia visiva e comunicativa si basa in molti casi sull'utilizzo di composizioni e motivi geometrici indagati *in primis* nel campo della pittura.

Le sperimentazioni nell'ambito dell'arte pura e in quello dell'arte applicata procedono negli anni strettamente collegate, secondo l'idea di progetto promossa dalle Avanguardie (dal Neoplasticismo, dal Costruttivismo e dal Bauhaus), a cui Huber fin da giovanissimo guarda e che fa propria grazie agli insegnamenti ricevuti alla Kunstgewerbeschule di Zurigo, agli incontri e alle collaborazioni di lavoro, ma anche, possiamo aggiungere, grazie a una naturale predisposizione a guardare oltre i limiti delle singole discipline. Roberto Leydi, musicologo e grande amico di Huber, ben descrive questo temperamento proprio a partire dall'opera *Black Boogie*: "il titolo del quadro non è certo necessario per far percepire che non soltanto di un pur sapiente e sottile gioco geometrico si tratta, quanto di una rappresentazione di umana attività. E in quel quadro io vedo (e rivedo) l'insegnamento di Max e il piccolo segreto del suo fascino grafico" (1990, s.p.). Guardando al lavoro di Huber si può quindi parlare di 'sinestesie' tra grafica e pittura, cioè, allargando il significato letterale del termine, di feconde associazioni e corrispondenze tra i due piani del pittorico e del grafico, mai limitate a superficiali riprese di singoli motivi, ma innervanti dal profondo l'invenzione di soluzioni sempre nuove a seconda del prodotto o dell'idea da comunicare.

1. La formazione del linguaggio 'concreto' nel clima di unità delle arti della Zurigo degli anni Trenta

In un'intervista del 1982, alla domanda su quanto l'arte astratta avesse influenzato la sua progettazione grafica, Huber rispose: "È chiaro: tutto è collegato [...]. Sono forme di un linguaggio, di uno stile che si esprime anche con i caratteri e con l'impaginazione, così come può esprimersi con litografie e incisioni varie [...]. Le mie pagine, le mie sigle sono delle architetture astratte" (Fabiani, 1982, p. 77).



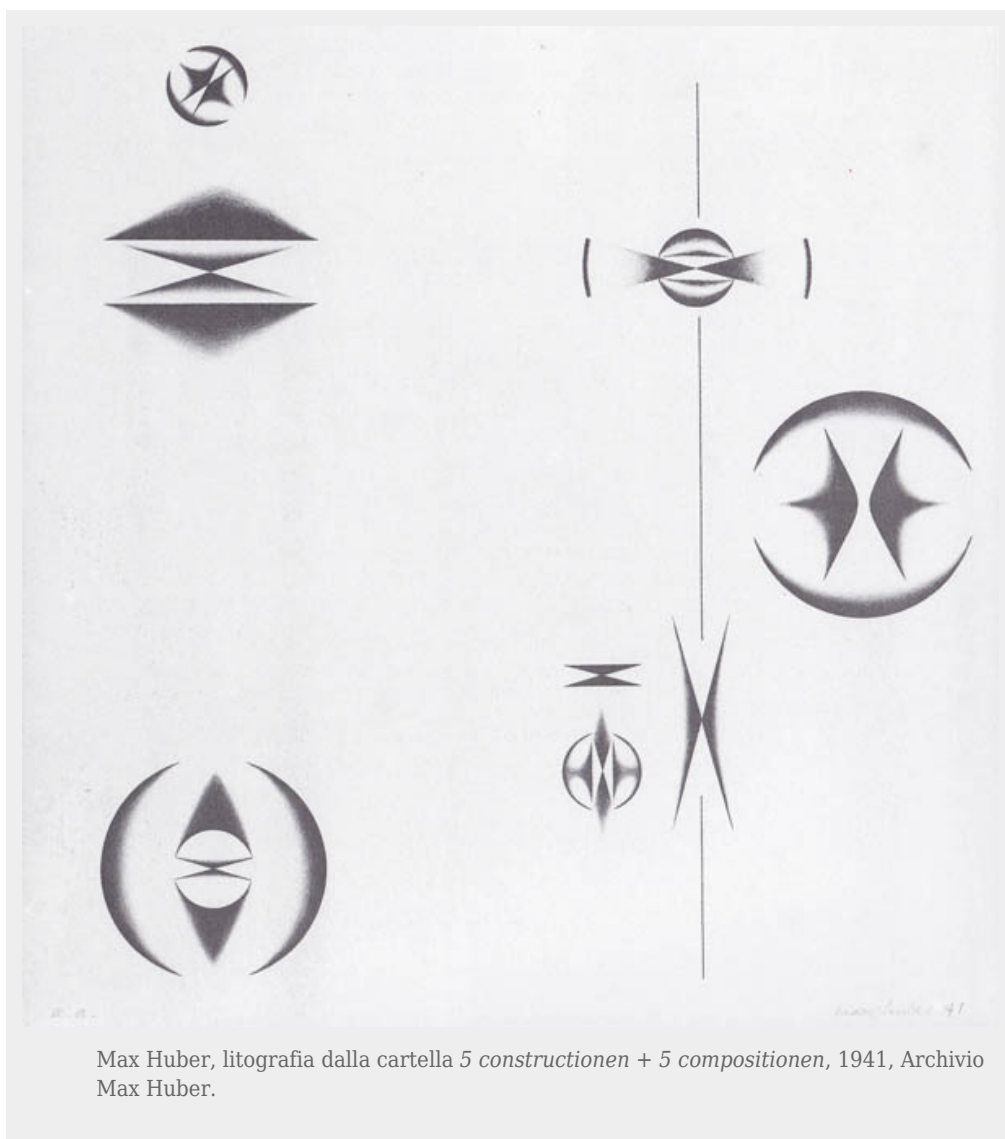
Max Huber, *Fotogramma*, 1940 c., Archivio Max Huber.

Fin dagli anni di studio alla Kunstgewerbeschule di Zurigo, grazie agli insegnamenti di Alfred Willimann, Max Huber acquisì, oltre a una grande capacità tecnica, una curiosità teorica interdisciplinare. Accanto ai primi progetti grafici nacquero le prime

sperimentazioni in camera oscura e i primi studi astratti su carta, influenzati dalla lezione del Bauhaus e dalle visite al Kunsthaus di Zurigo, in modo particolare dalla mostra *Zeitprobleme in der Schweizer Malerei und Plastik* del 1936 ("Biografia", 1991, s.p.): una panoramica sulle diverse tendenze dell'arte contemporanea svizzera, con un'attenzione particolare alla corrente surrealista e soprattutto concretista.[3] Max Bill in quella occasione teorizzò il concetto di arte concreta, riallacciandosi alla definizione elaborata da Theo van Doesburg nel 1930, come arte "che nasce dai suoi stessi mezzi e leggi, senza che questi debbano essere ricavati o ripresi da fenomeni naturali esterni" e la cui "estrazione visiva si basa sul colore, sulla forma, sul volume, sulla luce, sul movimento" (Bill, 1936, citato da Koella, 1989, p. 138).

Questi principi trovavano negli stessi anni traduzione nell'ambito della progettazione grafica nella costruzione razionale dello stampato, basata spesso su forme geometriche elementari, e nell'eliminazione delle componenti illustrative, decorative o simboliche: la comunicazione visiva traeva l'efficacia del suo messaggio dalle possibilità di significazione dei propri elementi costitutivi (tipografia, fotografia...) e dai loro rapporti. L'interesse di Huber per un'astrazione di tipo concreto si formò quindi nel vivace clima di scambio tra le arti che caratterizzava l'ambiente zurighese degli anni Trenta e maturò a diretto contatto con quelli che ne furono i maggiori protagonisti. Lo stretto parallelo tra ambito della pittura e ambito della grafica emerge infatti soprattutto dall'inizio degli anni quaranta, quando Huber diventò membro dell'Allianz Vereinigung moderner Schweizer Künstler, l'unione di pittori svizzeri moderni fondata nel 1937, di cui facevano parte, tra gli altri, Leo Leuppi, Richard Paul Lohse e Max Bill.

Nel 1942, in occasione della sua prima partecipazione a una collettiva dell'Allianz, Huber studiò un interessante layout per il manifesto della mostra che si tenne al Kunsthaus di Zurigo. Nel progetto, non realizzato,[4] quattro 'a' ruotano attorno a un ideale centro, creando una sorta di marchio del gruppo che anticipa soluzioni usate nei decenni successivi: tipografia e pittura condividono lo stesso principio di strutturazione dell'immagine e le lettere sono simili a elementi di un'architettura astratta'. Allo stesso modo la pagina stampata può essere opera astratto-concreta, come nel caso della copertina dell'undicesimo numero del bollettino *Abstrakt-konkret*, stampato dalla Galerie des Eaux Vives, sede delle iniziative dell'Allianz.



Max Huber, litografia dalla cartella *5 constructionen + 5 compositionen*, 1941, Archivio Max Huber.

Il bollettino, secondo Huber “lavoro irripetibile per spiriti entusiasti e idealisti, ma convinti fino in fondo delle loro idee” (“Biografia”, 1991, s.p.), era un importante strumento di divulgazione e conteneva al suo interno, oltre a saggi teorici, alcuni lavori grafici realizzati dagli artisti, stampati a ciclostile su carta più spessa e a volte colorata. Se nel foglio grafico pubblicato da Huber nel numero tre del 1944 la composizione nasce, come avviene in musica, dalla ripetizione e variazione di uno stesso motivo geometrico, nella copertina dell’undicesimo numero, la geometria viene indagata scomponendo e ‘aprendo’ nello spazio della pagina la figura dell’esagono. I neri e i bianchi, come i pieni e i vuoti nell’impaginazione, soppesano le singole parti e forniscono contrappunti visivi, ripartendo allo stesso tempo il campo per l’intestazione della rivista.

Alla maturazione di queste ricerche 'tra grafica e pittura' contribuirono in modo significativo gli esperimenti fotografici in camera oscura, condotti fin dagli anni di studio insieme all'amico Werner Bishof che era iscritto alla Kunstgewerbeschule nella sezione di fotografia di Hans Finsler. Tra il 1940 e il 1941 l'interesse per l'astrazione^[5] trova infatti un importante terreno di ricerca in ambito fotografico: riflessi e ombre fermati con la tecnica del fotogramma sono il punto di partenza per l'elaborazione di opere come *Komposition ähnlicher Elemente* e *Costruzione 6+3* del 1941 o la litografia della cartella *5 constructionen + 5 compositionen* pubblicata nello stesso anno dall'Allianz Verlag.^[6] Da questi lavori, oltre alla vicinanza con opere di Bill come *Variationen* del 1934, emerge la riflessione di Huber sulle nuove possibilità offerte dal mezzo fotografico "nell'uso della luce come elemento compositivo", che Moholy-Nagy aveva discusso nel libro *Malerei Photographie Film* pubblicato nel 1925 (Moholy-Nagy, 2010, p. 33).

esposizione organizzata da "l'altana,,

nel palazzo ex reale
piazza del duomo da via marconi in via rastrelli 5

milano

arte astratta e concreta

erp
bassi
bill
bodmer
bonini
domela
graeser
herbin
hinterreiter
huber
kandinsky
kee
leuppi
licini
lohse
mazzon
munari
reggiani
rho
sottsass junior
taeuber-erp
vantongerfoo
veronesi
vordemberge-gildewart

4 gennaio – 2 febbraio 1947

urano 10 12 15 19
mercoledì chiuso
giovedì 17 23 ingresso libero
sabato 10 23

Max Huber, Manifesto della mostra *Arte astratta e concreta*, 1947, Archivio Max Huber.

Sempre legato alle ricerche sviluppate vicino all'Allianz è il manifesto della mostra *Arte astratta e concreta*, organizzata insieme a Max Bill e Lanfranco Bombelli Tiravanti nel 1947 a Milano, dove Huber si era trasferito nell'immediato dopoguerra, dopo la prima permanenza milanese come collaboratore dello Studio Boggeri tra il 1940 e il 1941. Il manifesto divenne emblema della tendenza concretista che l'esposizione intendeva far conoscere in un paese segnato dal dibattito che contrapponeva realismo e astrattismo. Il gioco tra elementi 'in positivo' e 'in negativo' sottolinea la coincidenza tra titolo e forma geometrica che lo contiene e rappresenta, semplificando e allo stesso tempo rafforzando il messaggio visivo. L'impaginazione, inedita per il contesto italiano, ha le sue radici nella grafica costruttivista, nei principi della 'nuova tipografia' di Jan Tschichold e negli esempi della produzione di Max Bill, ma nasce soprattutto dalle ricerche condotte nell'ambito della pittura.[7]

2. Ricerche astratto-concrete nella grafica pubblicitaria tra anni quaranta e cinquanta

I rapporti tra forme e colori indagati su carta, nelle loro sovrapposizioni e ripetizioni, e i riflessi studiati in camera oscura trovano spesso impiego nei progetti di grafica, vivacizzando stampati pubblicitari solitamente anonimi, come gli opuscoli di presentazione di prodotti farmaceutici o i cataloghi aziendali. Come ha scritto Stanislaus von Moos, "l'arte di Huber", subordinando "il messaggio anche più modesto a una logica profonda di economia espressiva e ornamento", si inserisce "autorevolmente nel mondo disciplinato della modernità estetica" (2006, p. 11).

I progetti realizzati nel periodo di impiego presso lo Studio Boggeri, che rappresentò un importante momento di affermazione professionale, sono in questo senso esemplari. Alcuni di essi vennero pubblicati nel 1942 dalla rivista *Typographische Monatsblätter* a illustrazione di un articolo che sottolineava, a partire dal commento della mostra dell'Allianz al Kunsthaus di Zurigo, l'esistenza di una connessione tra sviluppi dell'arte e sviluppi della tipografia. Secondo Karl Reitz, che firmava l'articolo, la tipografia era fortemente influenzata dal linguaggio dei costruttivisti svizzeri e Max Huber, era un esempio di "stupefacente concordanza" tra soluzioni pittoriche e soluzioni grafiche e tipografiche, perché "partendo dal proprio punto di vista, sa dare allo stampato un'univoca, altamente personale, espressione e rinuncia a effetti formali che pregiudicherebbero una logica costruzione" (1942, p. 202).

Se la razionalità di matrice svizzera costituisce una componente importante del lavoro di Huber, il risiedere e lavorare a Milano, prima e dopo la guerra, introduce nella sua grafica un colore, una vivacità e un dinamismo lontani dagli esempi d'oltralpe, che costituiscono la specificità del suo linguaggio e il suo personale e modernissimo contributo nel creare l' 'iconosfera' urbana della città della 'ricostruzione' prima e del boom economico poi. Secondo la significativa testimonianza di Hans Neuburg (1959), solo dopo il trasferimento a Milano Huber riuscì a realizzarsi pienamente:

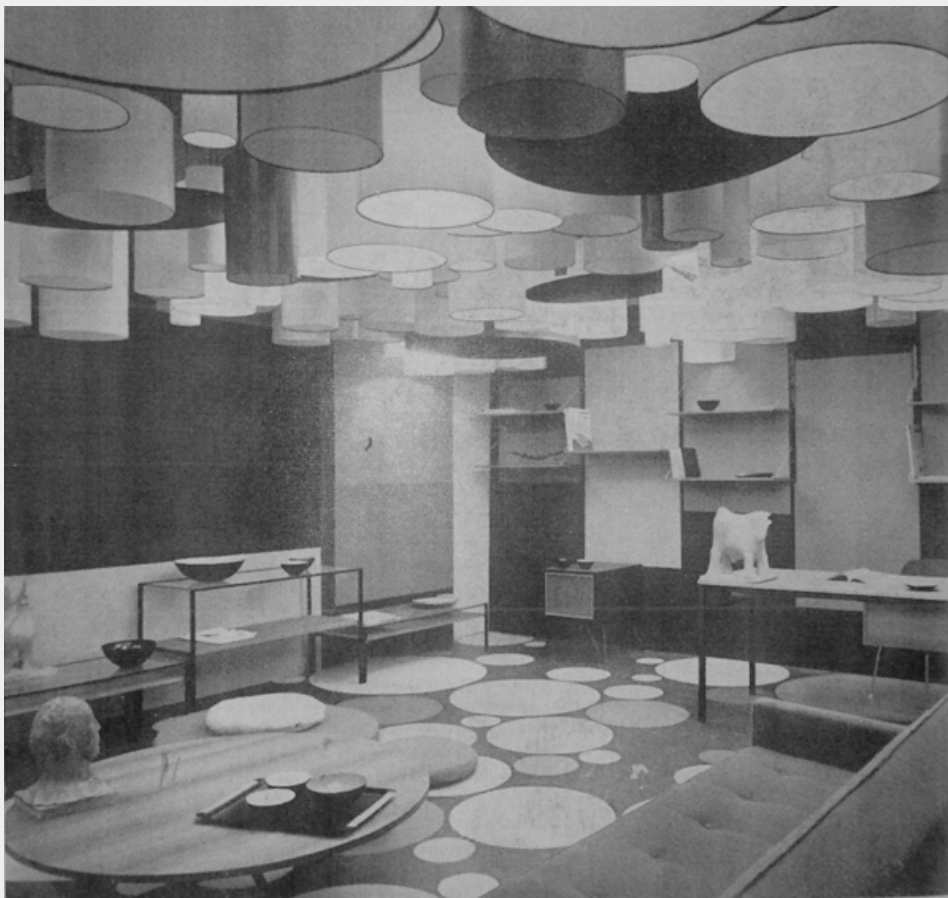
si sentì a casa nell'atmosfera di un paese latino e per di più lo spirito latino dei suoi committenti trovava corrispondenza nelle capacità di Max Huber come artista. Nella loro estrema impetuosità ed espressività gli esperimenti di Huber sembrano spesso sconfinare nella pittura pura. Ciononostante Huber ama confrontarsi con le difficoltà della grafica commerciale e infondere in essa nuova vita. Tutto ciò che realizza emerge per vitalità e originalità ed è segno eloquente del suo credere nel potere di una propaganda intelligente. (p. 50)

I valori formali delle composizioni geometriche permettono ad esempio di presentare in modo non convenzionale gli smalti prodotti dall'industria Fratelli Masciadri in un pieghevole del 1945, il campionario della ditta di carte da parati Braendli e il suo stand alla RIMA (Riunione Italiana Mostre Arredamento) del 1946, ma anche l'allestimento di vetrine e negozi, come nel caso della decorazione realizzata nel 1952 per le ante di un armadio dei Magazzini Jelmolli di Zurigo, progettato dall'architetto Carlo Pagani. Il tema della collaborazione tra le arti era d'altronde in questi anni vivacemente dibattuto sulle pagine delle riviste, da gruppi di artisti come il MAC e in occasione di esposizioni periodiche, quali la Triennale o la *Mostra delle arti e dell'estetica industriale*. La rassegna, come si legge nel numero di AZ dedicato alla prima edizione del 1952 a cui Huber partecipò con una serie di progetti realizzati per La Rinascente, intendeva mettere in evidenza che "l'utilità dell'industria di riconoscere l'importanza della forma e del colore in tutti i suoi aspetti estetico-funzionali coincide con quella dell'artista di ristabilire con la società quel contatto effettivo, continuo ed esteso che è fra le ragioni di essere dell'arte" ("Sala delle arti...", 1952, p. 1).



Secondo una simile concezione di corrispondenza tra le arti, lo stesso motivo creato da triangoli concatenati è condiviso nel 1947 dall'opera *Logaritmi sincopati*^[8] e dal progetto per i diplomi della T8 dove l'alternanza dei colori rappresenta le bandiere dei paesi partecipanti. Le forme geometriche possono trasformarsi allo stesso modo in aerei

mobiles nella costruzione pubblicitaria presentata a un concorso della Triennale nel 1947[9] o nel “soffitto dimostrativo” ideato dagli architetti Castiglioni per la *Mostra dell’illuminazione* del 1951.[10] Superando le due dimensioni della tela e della carta stampata, le invenzioni astratte invadono gli spazi espositivi, i luoghi di ritrovo, ma anche gli ambienti della casa, come nel soggiorno realizzato in collaborazione con l’architetto Paolo Tilche presentato a Como alla mostra *Colori e forme nella casa d’oggi* del 1957, in cui, come ha scritto Bruno Zevi, la “geniale irruenza” di Huber plasma l’ambiente e l’arredamento della sala (Zevi, s.p.).[11]



Max Huber e Paolo Tilche, *Soggiorno*, 1957; progetto presentato alla mostra *Colori e forme nella casa d’oggi*, Villa Olmo, Como, 1957.

L’idea di progetto “unitario” e “organico”[12] che sottostà a questi lavori li rende ancora oggi attuali e moderni: frutto della geniale inventiva di un grafico che credeva fortemente nel suo mestiere e, possiamo aggiungere, nel suo valore ‘etico’ ed educativo, cioè nel suo porsi sempre a servizio dell’uomo. Nell’intervento tenuto alla World Design Conference di Tokyo del 1960, intitolato *Contemporary graphic design and contemporary*

society, Max Huber sottolineò infatti l'importanza della grafica nella società contemporanea e la necessità di una collaborazione internazionale per raggiungere standard condivisi, affermando che il "contemporary graphic design, considered as a mean of communication, has to educate our society to a new vision and dimension" (1960, p. 189).

Una "nuova visione e dimensione" che passa non solo dalla grafica di pubblica utilità, ma dal linguaggio di ogni singolo progetto, in linea con l'idea di design cresciuta nella Milano del secondo dopoguerra, desiderosa di una rinascita democratica e partecipata.

Bibliografia

- Anceschi G. (1982). L'ideogramma cinestetico di Max Huber. In *Max Huber progetti grafici 1936-1981*. Milano: Electa.
- Bill, M. (1936). Konkrete gestaltung. In *Zeitprobleme in der Schweizer Malerei und Plastik*. Catalogo della mostra, 13 giugno - 22 luglio 1936. Zürich: Kunsthaus.
- "Biografia" (1991). In L. Caramel (a cura di) *Max Huber pittore*. Catalogo della mostra, 12 ottobre 1991 - 6 gennaio 1992. Mendrisio: Edizioni Vignalunga, Museo d'arte Mendrisio.
- Fabiani, E. (1982, 26 febbraio). I segreti di un celebre artista grafico. *Gente*, 9, 72-77.
- Huber, M. (1960). Contemporary graphic design and contemporary society. *Graphic Design*, 3, 187-189.
- Koella, R. (1989). L'arte costruttiva nella Svizzera degli anni trenta. In L. Caramel (a cura di), *L'Europa dei razionalisti* (pp. 130-141). Catalogo della mostra, 27 maggio - 3 settembre 1989. Milano: Electa.
- Leydi, R. (1990). Max Huber, milanese. In *Max Huber grafica 1940-1990*. Catalogo della mostra, 15 giugno - 29 luglio 1990. Chiasso: Comune di Chiasso.
- Moholy-Nagy, L. (2010). *Pittura fotografia film*. (A. Negri, Trad.). Milano: Scalpendi (Pubblicato originariamente nel 1925; 2a ed. 1927).
- Neuburg, H. (1959, luglio). Italianische Gebrauchsgrafik. *Neue Grafik*, 2, 47-54.
- Reitz, K. (1942, agosto-settembre). Arbeiten von Max Huber, *Typographische Monatsblätter*, 8-9, 202.
- "Sala delle arti e dell'estetica industriale organizzata dal mensile AZ" (1952, aprile-maggio). *AZ*, 1.
- von Moos, S. (2006). L'estetica del lavoro e il consumo di massa: l'arte di Max Huber. In S. von Moos, M. Campana, G. Bosoni, *Max Huber* (pp. 8-32). London: Phaidon.
- Zevi, B. (1957). Commento. In *Colori e forme nella casa d'oggi*. Catalogo della mostra, luglio - agosto 1957. Como: s.a.g.s.a.

NOTE (← returns to text)

1. L'opera venne esposta in occasione della mostra di Huber e Dova alla Galleria del Camino di Milano (*Max Huber Gianni Dova. Mostra di opere recenti*, Galleria del Camino, Milano, 18-30 giugno 1948).←
2. Per un'analisi complessiva della produzione pittorica si rimanda al catalogo della mostra curata da Luciano Caramel nel 1991 al Museo di Mendrisio, intitolata *Max Huber pittore*.←
3. La mostra venne organizzata dal pittore, scultore e grafico Leo Leuppi.←

-
4. Il manifesto dell'esposizione e la copertina del catalogo vennero realizzati da Max Bill.↵
 5. "Mi interessava sempre l'arte astratta così provavo con fotogrammi e forme geometriche semplici delle composizioni" [Archivio Huber, Biografia manoscritta da Huber su fogli sciolti, pubblicata in forma ridotta in L. Caramel (a cura di). *Max Huber pittore*. Mendrisio: Edizioni Vignalunga, Museo d'arte Mendrisio]↵
 6. La cartella comprendeva opere di Max Bill, Serge Brignoni, Hans Erni, Hans Fischli, Hans Hinterreiter, Max Huber, Leo Leuppi, Richard P. Lohse, Verena Löwensberg e Sophie Taeuber-Arp.↵
 7. Max Huber svolse un ruolo, come tramite tra Svizzera e Italia, nel portare l'attenzione degli artisti e della critica sull'arte concreta: dopo la partecipazione nel 1946 alla *Mostra degli astrattisti* alla Galleria Ciliberti accanto a Kandinskij, Dorfler, Munari, Radice, Reggiani e Soldati, l'organizzazione insieme a Bill e Bombelli Tiravanti della mostra del 1947 fu premessa per significativi sviluppi in ambito non solo milanese, tra cui la nascita del MAC, Movimento Arte Concreta, di cui Huber fu uno dei protagonisti.↵
 8. L'opera venne esposta nel 1947 alla mostra dell'Allianz al Kunsthaus di Zurigo (18 ottobre - 23 novembre) e l'anno successivo al *Salon des Réalités Nouvelles di Parigi*.↵
 9. Max Huber partecipò nel 1947 al "Concorso per una costruzione pubblicitaria da collocarsi sull'aiuola prospiciente la stazione nord-Milano in piazzale Cadorna" bandito dagli uffici della Triennale in occasione della T8. Il progetto di Huber, caratterizzato da un 'mobile' sospeso a una struttura di pali e fili in tensione, ricevette la segnalazione della giuria, mentre il primo premio venne attribuito alla proposta presentata da Mario Tedeschi. La fotografia del progetto di Huber è conservata nell'Archivio della Triennale di Milano (La Triennale di Milano, Archivio Fotografico, TRN_08_01_0025).↵
 10. Il soffitto dimostrativo venne progettato da Achille, Pier Giacomo e Livio Castiglioni per la mostra dedicata all'illuminazione da loro allestita e curata in occasione della IX Triennale del 1951. Il soffitto, suddiviso in nove diverse sezioni, presentava differenti tipi di illuminazione che sfruttavano altrettante varianti di luce. In una sezione venivano esemplificati effetti di luce ottenuti con sostanze fluorescenti eccitate da lampade ultraviolette, di cui era parte integrante una composizione decorativa realizzata da Max Huber con forme geometriche colorate. La fotografia del soffitto dimostrativo è pubblicata sul n. 5 della rivista *Spazio* del luglio-agosto 1951 (p. 33).↵
 11. Il progetto di Tilche e Huber venne premiato con la Medaglia d'argento dalla giuria dell'esposizione composta da André Bloc, Felice Casorati, Alfred Roth e Alberto Viani (cfr. I premiati alla mostra *Forme e colori* nella casa d'oggi a Villa Olmo. (1957, ottobre). *Domus*, 335, 56).↵
 12. Huber ha affrontato il concetto di grafica e tipografia 'organica' sia nell'intervento al *First International Seminar of Typographic Design* del 1958 promosso dal Type Directors Club di New York sia in quello alla *Wo-De-Co* del 1960, in cui ha sottolineato: "Contemporary graphic design has to be differentiated according to themes and purposes although it should always remain basically an organic composition; types could be as various as the combination of colours; colours could be striking and amusing; forms could be free and abstract, so the object to be represented and the photographs".↵

ETTORE SOTTASS JR. E IL DESIGN DEI PRIMI COMPUTER OLIVETTI

Elisabetta Mori, Università degli Studi di Firenze

PAROLE CHIAVE

Andries Van Onck, Computer, Ettore Sottsass jr., Olivetti, Tomás Maldonado

L'articolo ricostruisce la storia dei primi computer Olivetti dal 1955 al 1965: l'evoluzione della serie *Elea*, curata nel design da Ettore Sottsass jr., in collaborazione con Andries Van Onck. Ampio spazio è dedicato a *Elea 9002*, vincitore del Premio Compasso d'Oro nel 1959, e a *Elea 9003*, il primo computer italiano a transistor. Il testo, inoltre, presenta i modelli sviluppati successivamente (*Elea 6001*, 4001, 9104) e fa cenno all'innovativo sistema di simboli sviluppato *ad hoc* per i computer Olivetti da Tomás Maldonado e Gui Bonsiepe presso la Scuola di Ulm.

1. Olivetti e gli inizi dell'informatica in Italia

All'inizio degli anni cinquanta la Olivetti di Ivrea è tra le industrie italiane più conosciute e apprezzate nel mondo, capace di coniugare innovazione tecnologica e questioni etico-sociali, con importanti sperimentazioni nel design, nella comunicazione e nell'architettura. Adriano Olivetti aveva intuito che la propria azienda, basata sulla produzione di macchine da scrivere e da calcolo a tecnologia meccanica, avrebbe dovuto produrre anche calcolatori elettronici, ovvero computer, per essere competitiva sul mercato e al passo con i nuovi sviluppi scientifici. Per questo motivo, nel 1950, aveva siglato un accordo con la Compagnie des Machines Bull per la commercializzazione in Italia delle macchine prodotte dalla società francese, ottenendo così la possibilità di sondare il mercato italiano in un campo del tutto nuovo.

Pochi anni dopo, nel 1954, l'Università di Pisa diede inizio al progetto *Calcolatrice Elettronica Pisana* (CEP), per la costruzione *ex novo* di un computer con scopi scientifici. Olivetti entrò nell'impresa come sponsor, offrendo non solo mezzi finanziari, componenti e brevetti, ma anche ingegneri e tecnici. In questa convenzione con l'Università di Pisa Adriano Olivetti aveva visto la possibilità di creare una squadra di propri dipendenti che, specializzati grazie all'esperienza CEP, sarebbero stati in grado di progettare e costruire computer per la propria industria.

Il Laboratorio di Ricerche Elettroniche (LRE) Olivetti, insediato a Barbaricina, nei pressi di Pisa, a partire dalla primavera 1956, portò a termine il primo prototipo di calcolatore nel 1957. Noto con il nome di *Macchina Zero*, questo computer era basato sulla tecnologia delle valvole, così come lo erano la CEP e molti altri computer coevi. La Macchina Zero era molto ingombrante, montata su strutture metalliche - dette *rack* - predisposte per potervi fissare i pannelli di componenti elettronici. "A vederla si aveva

l'impressione di un grande disordine [...] con grovigli di fili e cavi elettrici, molti dei quali correvano sul pavimento" (Calogero, 2011). Il direttore tecnico del Laboratorio, Mario Tchou - un ingegnere italo-cinese che gli Olivetti avevano richiamato in Italia dagli Stati Uniti - intuì, però, che il futuro della tecnologia elettronica sarebbe stato nei transistor, meno ingombranti e più affidabili delle valvole. Decise dunque di progettare di nuovo la macchina interamente a transistor (Rao, 2005).

2. Ettore Sottsass jr. e il progetto di un calcolatore elettronico

Per poter presentare al pubblico e immettere sul mercato il nuovo computer Olivetti aveva bisogno di un architetto che ne curasse il design e l'interfaccia. Tale compito fu affidato, nel 1958, a Ettore Sottsass jr., su indicazione del direttore del LRE, Roberto Olivetti, figlio di Adriano.

La costruzione di computer alla fine degli anni cinquanta in Europa era limitata a pochi esemplari ogni anno. Non si trattava ancora di una vera e propria produzione industriale, quanto piuttosto di una lavorazione semi-artigianale: molte parti della produzione erano ancora eseguite a mano dagli operai. Non esisteva alcun modello diretto o archetipo formale a cui fare riferimento. Sottsass stesso ha raccontato in prima persona le proprie difficoltà iniziali: "In quei tempi l'elettronica era ancora [...] una possibilità misteriosa; io poi che dovevo disegnare calcolatori elettronici ne sapevo ancora di meno, non conoscevo le tecnologie e non c'era iconografia del design per l'elettronica" (1983, pp. 23-24). Il principale compito del designer fu quello di fornire un'identità visiva forte e unitaria alle molteplici parti del calcolatore e alle periferiche. Scriveva, infatti, Sottsass (1960):

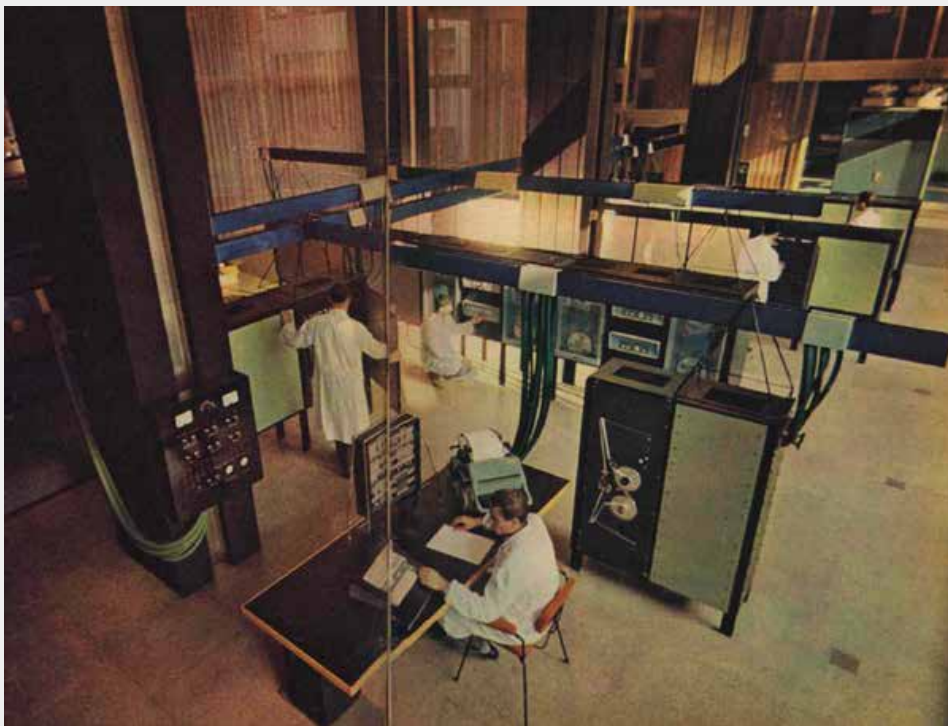
I calcolatori elettronici sono stati considerati fino a qualche tempo fa soltanto vere e proprie grigie macchine da ufficio, il più possibile anonime per quanto riguarda la loro fisionomia e le loro possibilità espressive nei riguardi del pubblico. [...] Ora invece si è pensato che l'ambiente abitato da un calcolatore elettronico possa e debba avere una fisionomia particolare [...] In altre parole si è cercato di trasformare la macchina in un arredamento, anzi in una casa dove si abita facendo un lavoro particolare [...]. (p. 29)

3. Evoluzione della serie Olivetti Elea

Fu affidato a Franco Fortini, direttore dell'ufficio pubblicità e stampa, il compito di trovare il nome commerciale per i computer Olivetti. *Macchina Zero, 1V e 1T* - dove 'V' stava per 'valvole' e 'T' per 'transistor' - erano i nomi dei prototipi usati all'interno del Laboratorio. La denominazione commerciale *Elea* - acronimo di 'Elaboratore Elettronico Automatico' - era un voluto riferimento alla scuola filosofica della Magna Grecia. Nel 1958 il laboratorio di Pisa fu spostato a Borgolombardo, nei pressi di Milano. La *Macchina Zero* fu rivestita da armadi - esteticamente simili a quelli in seguito disegnati da Sottsass per il nuovo prototipo a transistor - e fu inviata a Ivrea per la gestione dei magazzini: in questa nuova forma prese il nome di *Elea 9001*. Un nuovo prototipo a transistor, chiamato *Elea 9002*, era costituito da una struttura modulare di armadi dai piedi alti, tamponato con pannelli di alluminio anodizzato. A tal proposito Sottsass ha ricordato (1983):

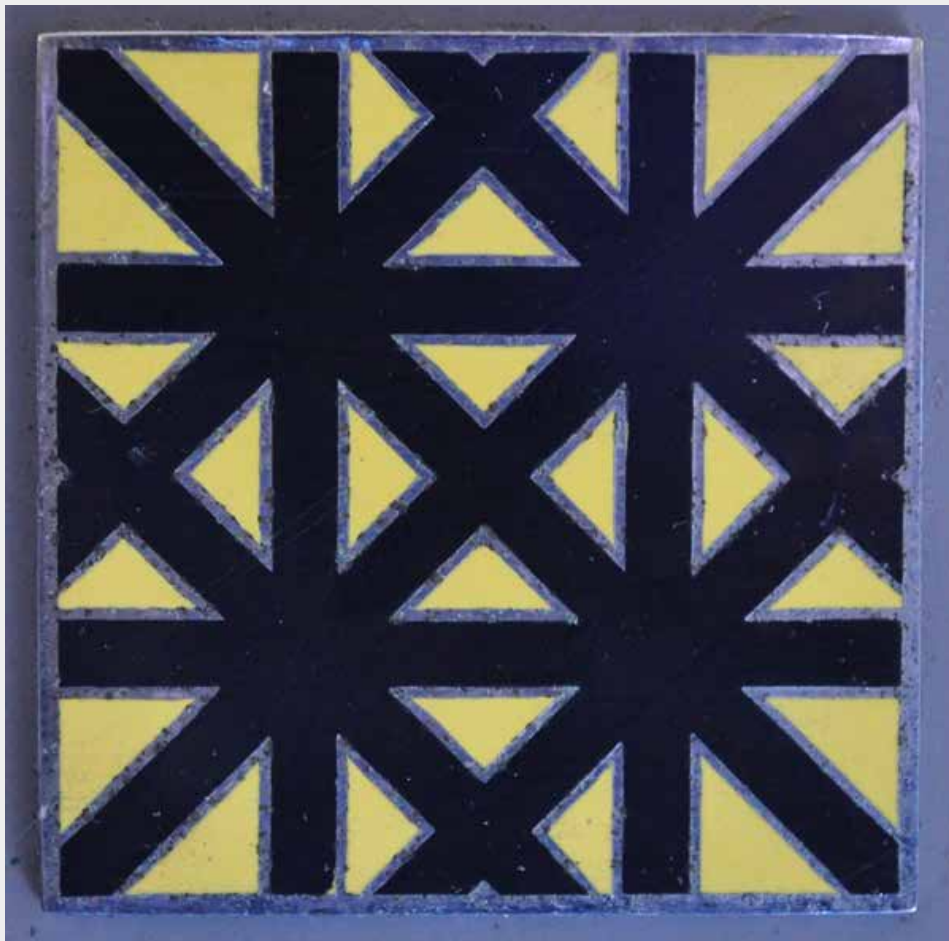
Avevo preso questo problema in maniera molto romantica, effettivamente avevo pensato di costruire delle specie di armadi [...] alcuni molto fantascientifici [...] con grandi piastre di alluminio lucido e con dei bulloni in modo che la stanza in cui erano collocati assumesse un aspetto assolutamente metafisico e impenetrabile,

come una specie di lago di ghiaccio, per dare la sensazione di questa tecnologia sconosciuta, che tra l'altro già allora si prevedeva dovesse cambiare il mondo. (p. 24)



Una delle rare foto a colori dell'Elea 9002 pubblicata sul numero di *Epoca* del 25 ottobre 1959. Foto originale di Federico Patellani.

L'involucro era interamente scomponibile, sia per ragioni di produzione sia per facilitare il trasporto. Tutta la struttura era tenuta insieme da bulloni a testa cava esagonale, dette 'viti a brugola'. Sottsass decise di infittire le viti di chiusura dei pannelli verticali, aumentandole in numero non strettamente necessario, in modo da conferire all'involucro un motivo estetico ricorrente, facilmente identificabile, quasi grafico. Inoltre stabilì che l'altezza degli armadi non dovesse superare i 150 cm di altezza. Questa soluzione era una novità nel design di computer di quegli anni: i volumi non sovrastavano la dimensione umana, offrendo agli operatori la percezione visiva delle reciproche posizioni. In alto, le strutture scatolari metalliche di colore blu, simili alle 'blindsbarre' usate nelle fabbriche per le alimentazioni elettriche, permettevano di far passare in modo ordinato i numerosi cavi che portavano i segnali da un armadio a un altro. Queste blindsbarre erano tenute sospese da cavalletti di tondini di acciaio. La memoria del computer, a nuclei di ferrite come quella della CEP, era costituita da strati di tessuto in filo di rame, recanti negli incroci della trama migliaia di anellini magnetizzabili. Il logo disegnato da Sottsass per il Laboratorio di Ricerche Elettroniche Olivetti è l'astrazione grafica di un dettaglio della memoria a nuclei, considerata il fulcro del calcolatore elettronico.



Logo disegnato da Ettore Sottsass jr. per la divisione elettronica Olivetti. Foto Elisabetta Mori.

La console di comando era composta da una serie di varianti su un unico elemento standard, una specie di dado che poteva essere pieno o forato. I dadi erano combinabili tra loro come tessere di un mosaico. Il dado forato portava i pulsanti, gli interruttori o le lampadine di controllo. La diversa colorazione dei dadi permetteva la creazione di campiture colorate.

Presentato alla Fiera campionaria di Milano nell'aprile del 1959, già con la denominazione del successivo *Elea 9003* per questioni di marketing, l'Elaboratore vinse il Premio Compasso d'Oro 1959.^[1]

4. *Elea 9003*

Durante il 1960 fu messa in produzione la versione definitiva dell'elaboratore. Alcuni criteri di impostazione erano comuni al precedente *9002*: blindosbarre per i collegamenti, modularità degli elementi, altezza massima dei componenti fissata a 150 cm; l'impatto estetico, invece, era piuttosto differente nella soluzione cromatica degli armadi e della *console*.

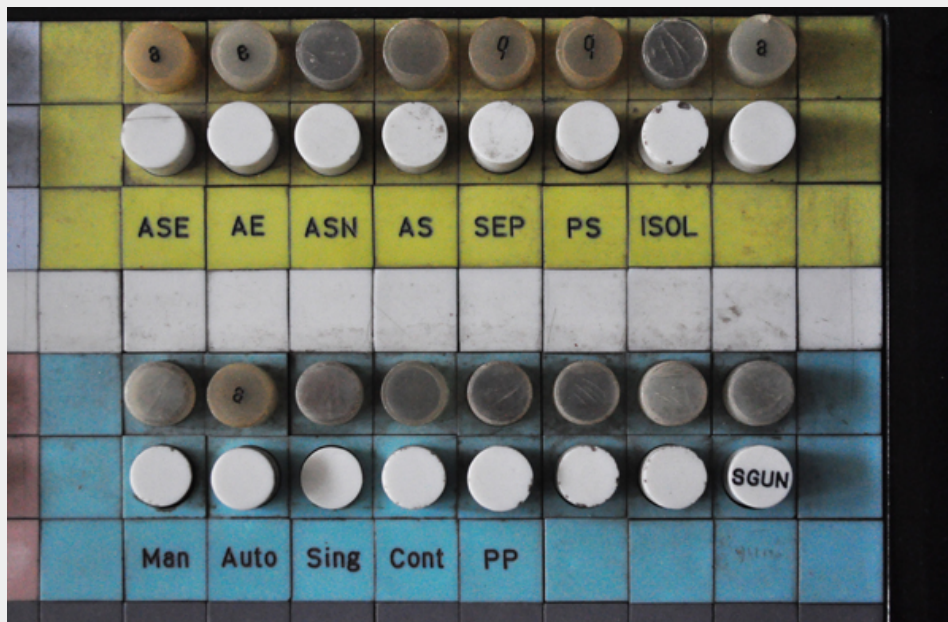


Elea 9003. Foto Archivio Andries Van Onck.

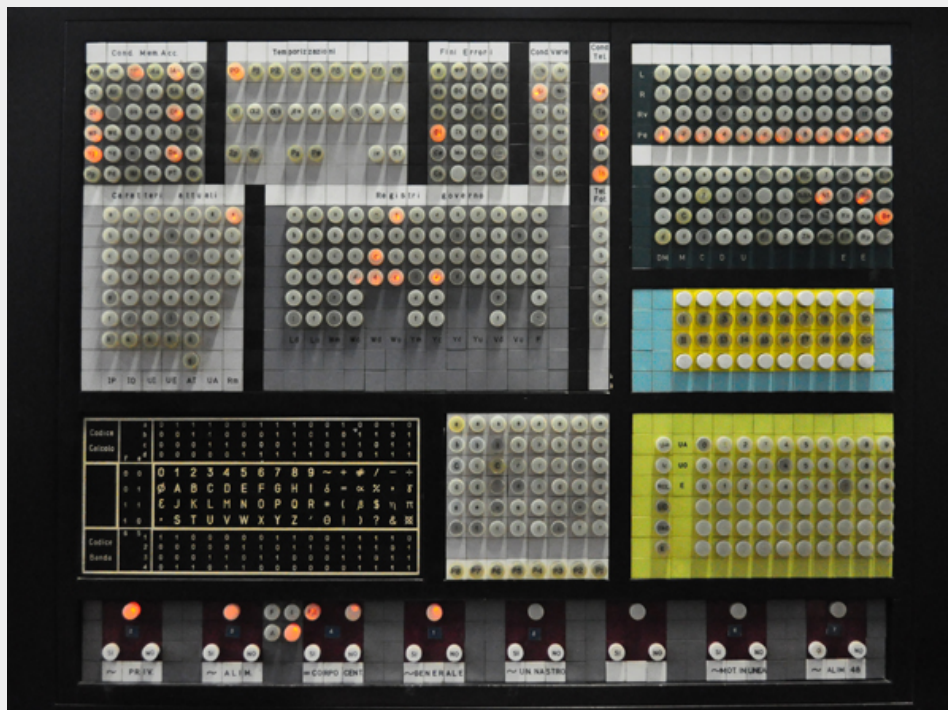
In quegli anni le sistemazioni dei locali dei centri di calcolo erano lunghe e onerose perché si era soliti collocare i cavi di collegamento orizzontali del computer in un'intercapedine sotto il pavimento. I collegamenti 'alti' dell'*Elea*, invece, semplificavano l'installazione. La modularità degli elementi fece sì che ogni esemplare avesse un proprio sviluppo in pianta e un numero di armadi e periferiche adeguato alle esigenze di ciascun cliente.

Gli armadi di contenimento dell'elettronica, chiamati terne, erano costituiti ciascuno da tre parti: una parte fissa e due ali incernierate che si potevano aprire a libro. Ogni terna era collegata a quella successiva da un distanziatore, una scatola che diventava anche una sorta di pilastro per il sostegno dei canali porta-cavi che dal calcolatore arrivavano alle periferiche. L'accessibilità alle parti elettroniche, importante per le riparazioni quotidiane e la manutenzione ordinaria, veniva ottenuta mediante la rotazione delle ali esterne intorno alle cerniere di collegamento. In basso, i piedi delle ali, dalla forma tronco-piramidale, contenevano le ruote per lo scorrimento del pannello di apertura. Tra le coppie di piedi delle ali erano posizionati i ventilatori a turbina, chiusi da una griglia con un filtro per l'areazione.

Ogni terna era identificata da una fascia verticale, di colore diverso a seconda della funzione dei componenti contenuti al proprio interno. I medesimi colori ricorrevano sulle periferiche (stampanti, lettori di nastri, ecc.) e sui canali porta-cavi. A una delle estremità del complesso era situata la console formata da un pannello verticale con spie di errore e indicatori di stato, e da una tastiera alfanumerica orizzontale. Anche in questo caso le superfici erano formate da un 'mosaico' di cubi colorati, soluzione analoga a quella del 9002.[2]



Dettaglio della console dell'*Elea 9003/02*, conservato presso l'ISIS Fermi di Bibbiena (AR). Foto Elisabetta Mori.



Dettaglio della console dell'*Elea 9003/02*, conservato presso l'ISIS Fermi di Bibbiena (AR). Foto Elisabetta Mori.

5. Olivetti e la Scuola di Ulm: Van Onck, Maldonado e il sistema di simboli per *Elea 9003*

Non si possono comprendere fino in fondo le evoluzioni e le differenze tra *Elea 9002* e *9003* se non si evidenziano i contatti tra la Olivetti e la Hochschule für Gestaltung (HfG), più nota in Italia come Scuola di Ulm. Nel maggio 1959, infatti, Sottsass si reca a Ulm per conoscere la Scuola e approfondirne il metodo progettuale. Lo stesso anno Andries Van Onck, un giovane studente olandese appena diplomato a Ulm, viene suggerito dal direttore della Scuola, Tomás Maldonado, come disegnatore presso lo studio di Ettore Sottsass. Giunto a Milano, Van Onck si occupa dello sviluppo dei disegni esecutivi dell'*Elea 9003* e collaborerà a tutti i modelli *Elea* successivi. (Van Onck, 2005, pp. 5-8 e p. 170)

Nel 1960, inoltre, Olivetti commissiona alla HfG, nella figura di Tomás Maldonado, lo studio di un sistema di simboli per la console dell'*Elea*. Olivetti voleva entrare nel mercato internazionale dei calcolatori ma doveva risolvere un problema linguistico: il pannello di controllo era costituito da abbreviazioni di parole in lingua italiana. L'intuizione interessante fu quella di rinunciare a tradurre le abbreviazioni in inglese ma di cercare una soluzione universale attraverso un sistema di simboli che potessero essere appresi facilmente da qualsiasi operatore, indipendentemente dalla propria lingua o nazionalità. Maldonado, con la collaborazione di Gui Bonsiepe, elaborò un sistema

linguistico di segni che corrispondevano a sostantivi, verbi e aggettivi. L'impresa era interessante ma ambiziosa e complessa: non fu mai messa in pratica, anche perché la divisione elettronica Olivetti subì un duro colpo all'interno dell'azienda con la morte di Adriano (1960) prima, e quella di Mario Tchou (1961) poi. Valutando il proprio progetto a distanza di anni, Maldonado ha affermato:

Quell'immenso sforzo di organizzare un sistema grammaticale e sintattico tramite un codice visivo è stato progressivamente vanificato dal vorticoso sviluppo dell'informatica e dell'elettronica, che nel giro di pochissimi anni hanno consentito di migliorare, con un sistema di interfacce sempre più semplificate, il rapporto di interazione uomo-macchina. Questo non toglie il fatto che all'Olivetti avevano intuito un problema cruciale nel design delle macchine elettroniche, anticipando problematiche che solo in seguito sarebbero arrivate a maturazione. (Riccini, 2005, p. 144)

6. I modelli successivi

Dopo l'*Elea 9003* la Olivetti introdusse sul mercato altri computer, di dimensioni ridotte: l'*Elea 6001*, basato su terne analoghe al 9003, e l'*Elea 4001*, dal design peculiare. In parallelo, un ambizioso progetto di computer ad alte prestazioni, chiamato l'*Elea 9004*, rimase sulla carta a causa degli elevati costi di produzione. Fu quindi realizzato un prototipo di dimensioni e potenza di calcolo minori, l'*Elea 9104*. Dal punto di vista estetico-funzionale quest'ultimo condivideva l'originale struttura delle unità centrali con il *4001*: organizzate intorno a colonne a simmetria ternaria, con bracci a 120 gradi, le unità erano costituite dalla sovrapposizione di più pacchi di elettronica. Tale sistema era molto flessibile, adatto come struttura di contenimento sia di computer dalle modeste prestazioni e dimensioni, sia per sistemi complessi, molto sviluppati in pianta. Con la cessione della Divisione Elettronica Olivetti alla General Electric, attuata tra il 1964 e il 1965, lo sviluppo del *9104* venne interrotto. Il prototipo funzionante fu ceduto, nel 1967, all'Istituto Nazionale per le Applicazioni del Calcolo di Roma, dove fu inglobato in un apparato più complesso che prese il nome di *CINAC*. Con *Elea 9104* si conclude la prima esperienza Olivetti nel campo degli elaboratori elettronici. Unica eccezione fu un calcolatore di dimensioni ridotte, una sorta di personal computer *ante litteram*, chiamato *Programma 101*, progettato da Pier Giorgio Perotto, per l'elettronica, e Mario Bellini, per il design. Un'altra vicenda che incrocia Olivetti, design e storia dell'informatica (Perotto, 1995).



Unità centrale dell'*Elea 9104* (Olivetti CINAC) presso il Museo degli Strumenti per il Calcolo dell'Università di Pisa. Foto Elisabetta Mori.

Bibliografia

Calogero, G. (2011). A Barbaricina. Disponibile presso <http://www.olivettiani.org> [7 febbraio 2012].

L'elaboratore elettronico Olivetti Elea classe 9000 (1961). *Stile industria*, 31, 3-13.

Perotto, P. G. (1995). *Programma 101. L'invenzione del personal computer: una storia appassionante mai raccontata*. Milano: Sperling & Kupfer.

Rao, G., (2005). Mario Tchou e l'Olivetti Elea 9003. *PRISTEM Storia*, 12-13, 85-119.

Riccini, R. (2010). Un'impresa aperta al mondo. Conversazione con Tomás Maldonado. In G. Bigatti & C. Vinti (a cura di) *Comunicare l'impresa. Cultura e strategie dell'immagine nell'industria italiana (1945-1970)*. (134-152). Milano: Guerini e Associati.

Sottsass, E. (1959). Disegno dei calcolatori elettronici. *Stile industria*, 22, 5-13.

Sottsass, E. (1960). Forme nuove per i calcolatori elettronici. *Notizie Olivetti*, 68, 27-29.

Sottsass, E. (1983). *Storie e progetti di un designer italiano. Quattro lezioni di Ettore Sottsass Jr.* A. Martorana (a cura di). Firenze: Alinea Editrice.

Van Onck, A., Takeda, H. (2005). *Avventure e disavventure di design*. Firenze: Alinea Editrice.

NOTE (← returns to text)

1. Sempre con il nome di *Elea 9003* il prototipo fu presentato su riviste contemporanee di architettura e design, in particolare si veda il numero 22 di *Stile Industria*, pubblicato nel maggio del 1959.←
2. Ampia documentazione fotografica dell'*Elea 9003* si può trovare sul numero 31 di *Stile industria* del 1961.←

ID: 0111

MICROSTORIE

THE LOOK OF THE CITY: PER UNA STORIA ITALIANA SUL DESIGN DEGLI EVENTI OLIMPICI. I CASI DI CORTINA 1956 E TORINO 2006

Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Orcid id 0000-0003-3679-3367

Luciana Gunetti, Politecnico di Milano
Orcid id 0000-0001-8071-6989

PAROLE CHIAVE

Corporate identity, Environmental design, Olympic Games

Pochi studi sono stati dedicati a ripercorrere una storia italiana del design legata agli eventi olimpici. Questo articolo si propone di colmare alcune lacune studiando il progetto degli architetti Albini ed Helg e del graphic designer Steiner per i VII Giochi Olimpici Invernali di Cortina (1956), in cui furono coinvolti per concepire la città come una 'vetrina in esterno'. A distanza di cinquant'anni, per i XX Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006 viene varato un ampio progetto di archigrafie ed elementi totemici per segnalare l'evento e comunicare valori relativi alla città, tanto da essere stato definito come il più grande e diffuso progetto di immagine coordinata per una città italiana. Nel mettere in relazione i due progetti si intende evidenziare alcune peculiarità dell'approccio dei designer italiani al progetto di comunicazione ambientale per i grandi eventi sportivi.^[1]

1. Premessa

La Carta del progetto grafico italiano del 1989 riportando al termine del primo punto "la grafica è anche nello sport, nell'immagine delle grandi manifestazioni come nella loro diffusione massmediale"^[2], segnala uno dei tanti capitoli non scritti di una cultura del progetto che in Italia dovrebbe lavorare non solo sul ben noto e studiato Made in Italy.



Bandiere ed elementi decorativi realizzati in occasione dei Giochi Olimpici di Cortina 1956 (Archivio Albe e Lica Steiner, Politecnico di Milano).

Nei luoghi di dibattito culturale come le Triennali del dopoguerra e le riviste progettuali sia di architettura che di design italiane manca del tutto - a parte il doppio numero monografico di *Costruzioni-Casabella* dell'aprile 1941, interamente dedicato alle grandi esposizioni e agli allestimenti di rilievo nazionale ed internazionale - un benché minimo discorso, se non critico almeno descrittivo, relativo a grandi eventi sportivi come le Olimpiadi. Questi sono rilevanti non solo per la progettazione architettonica di stadi e infrastrutture, ma sono anche generatori di identità coordinate sul piano della comunicazione visiva. Se l'evento di Cortina 1956, prima Olimpiade organizzata in Italia, passa del tutto ignorato per lo meno in termini critico-specialistici - contrariamente a quanto accadrà in termini di attenzione dell'opinione pubblica per le Olimpiadi romane

del 1960 - fortuna diversa avrà cinquant'anni dopo l'edizione torinese del 2006. La progettazione della comunicazione visiva di questi eventi è materia complessa: le storie del design descrivono quasi esclusivamente le identità coordinate progettate dai team guidati da Katsumi Masaru per le Olimpiadi di Tokio 1964 e da Otl Aicher per Monaco 1972. Come ci ricorda Sergio Polano (2005) questi sono infatti casi rappresentativi del perfetto trinomio di informazione, identificazione e orientamento che è alla base di un buon sistema grafico. Nel numero del *Journal of Design History* interamente dedicato ai Giochi Olimpici, Traganou scrive "...the Olympics constitute an important context for understanding aspects of design history. They offer a small window into an area of study that is still primarily *under construction*" (2012, p. 249). Condividendo questo approccio si intende analizzare due grandi eventi internazionali anche se non canonici per la storia del design: la VII Olimpiade Invernale di Cortina del 1956 e la XX Olimpiade Invernale di Torino 2006. Siamo in due periodi e contesti storici differenti ma troviamo in entrambe le Olimpiadi *in nuce* sia un forte concetto di 'massmedializzazione dell'evento' da parte del Comune e delle istituzioni promotrici sia una idea di allestimento/vetrina 'in esterno' per l'intera conca di Cortina o di scenografie comunicative per Torino. La matrice comune è il tema dell'esporre, del mostrare come per le grandi esposizioni internazionali, ma qui i soggetti principali sono i luoghi.

2. Una vetrina per Cortina

Quando alla fine degli anni cinquanta, l'Italia - sotto un governo centrista e in pieno boom economico - inaugura la sua prima Olimpiade invernale, per la quale viene scelta una città dal turismo aristocratico come Cortina, non sembrò strano - a parte le critiche aperte del giornalista e scrittore Giorgio Bocca (1956) - che si spendessero sei miliardi di Lire per la VII edizione dei Giochi Olimpici invernali.[3] L'evento Olimpico rappresentò un'opportunità unica per politici e industrie, difatti con il contributo economico di grandi aziende come Fiat, Olivetti, Alfa Romeo e Agip, si sopperì alla mancanza di fondi da parte del governo italiano. La sola costruzione delle strutture sportive, come lo stadio del ghiaccio da 7000 posti progettato nel 1949 da Mario Ghedina, Riccardo Nalli e Francesco Uras e il trampolino Italia progettato dal prof. Pozzati con direttore dei lavori l'ingegnere Guglielmo Holzer, costarono rispettivamente 1 miliardo e 200 milioni e 300 milioni. Se la stampa quotidiana criticò i tanti miliardi spesi, le due riviste di architettura e urbanistica, *Casabella-Continuità* e *Domus*, non dedicarono alcun articolo alle infrastrutture e alle architetture realizzate per l'occasione. Sola eccezione è il numero 317 di *Domus* dell'Aprile 1956 che pubblica in un'unica pagina titolata *Gli italiani a Cortina*, non un articolo, ma delle foto con poche righe di didascalia del trampolino definito come "una architettura schietta ed essenziale" e del nuovo stadio etichettato come "una architettura espressiva interessante".

I giochi di Cortina diventano invece rivoluzionari, sotto l'aspetto della comunicazione di massa, perché la Rai TV, che aveva iniziato a trasmettere dal 1954, organizza per la prima volta la diffusione in diretta dell'evento.[4] Fu girato inoltre per l'occasione il film ufficiale a colori *Vertigine Bianca* che narra uno dei maggiori spettacoli che siano mai stati organizzati interpretato dai campioni del mondo di ogni specialità sportiva.[5] Anche per il design italiano e milanese in particolare, queste Olimpiadi rappresentano una prima grande opportunità di confronto con il tema del progetto applicato a grandi eventi internazionali, fino a quel momento rappresentati unicamente in forme illustrative (si pensi alla tradizione del cartellonismo). Ma soprattutto diventano lo stimolo a

sperimentare nuovi metodi e territori della progettazione, in particolare attenta alla dimensione collettiva e di massmedializzazione. Quando nel 1956 gli architetti Franco Albini, Franca Helg e il grafico Albe Steiner progettano l'allestimento per le Olimpiadi di Cortina, concependo la città come una vetrina in esterno, invertono i rapporti tra grafica e allestimento, dando priorità assoluta alla terza dimensione. Dalla loro proposta emerge da un lato come si sviluppi nelle mostre moderne, di cui erano esperti Albini ed Helg, la tecnica della vetrina e dall'altro come la temporaneità dell'evento abbia origine nelle fiere medioevali.

Un progetto complesso, realizzato solo in parte, ma che si rivela un interessante campo di prova per progettisti, urbanisti, ingegneri, grafici e architetti; c'era una chiara distinzione delle competenze ma una altrettanto vaga capacità di lavorare in sinergia.

Soprattutto Steiner, reduce da cinque anni di progetti per le vetrine del grande magazzino de La Rinascente di Milano, denuncerà la mancanza totale di armonia e collaborazione tra le commissioni e tra gli esperti e i funzionari governativi.[6]

La vetrina per Steiner è 'cosa pubblica' ed è intesa come ambiente e racconto, ed ha rappresentato più in generale negli anni cinquanta un nuovo settore di sperimentazione per il progetto grafico. Perciò Steiner, intervistato per il programma televisivo *Vetrine* del 1956, parlerà di questo progetto con Albini e la Helg come di "uno dei più grandi piani di allestimento" di una conca come quella di Cortina, affermando che si tratta per la prima volta di vedere una intera città come una vetrina "in esterno" e continua considerando che "ad ogni cosa, nell'interno è stata data una funzione vetrinistica: dalle migliaia di cerchietti colorati, che verranno lanciati su tutti gli alberi, alle batterie di fari che proietteranno immagini o colori sul cielo o sui monti". La vetrina come il *passage* di benjaminiana memoria, è uno spazio che rimane sospeso tra pubblico e privato, un luogo che può assumere i caratteri di un racconto, e porsi come elemento del tessuto urbano, assumendo dal punto di vista pubblicitario un ruolo di primaria importanza, dato che svolge una "azione diretta" sul pubblico, per dirla con Munari (1961).

Purtroppo non sarà come nel racconto di Steiner alla TV, il progetto di segnaletica si ridurrà ad un sistema molto semplice che, come scrive lo stesso Steiner, non è stato soddisfacente in quanto sono state realizzate soltanto le decorazioni di tutta la valle di Cortina e della città stessa con grandi cerchi olimpici di tela a coccarda, addobbi con bandiere e cerchietti di masonite colorata sugli alberi, nelle vetrine e nei bar, l'impianto di illuminazione per la città e le montagne con raggi di luce di 6000 mt di lunghezza.[7]



La segnaletica con i pittogrammi disegnati da Steiner e ispirati da fotografie delle discipline olimpiche (Archivio Albe e Lica Steiner, Politecnico di Milano).

Particolarmente interessanti i pittogrammi fotografici che i progettisti hanno studiato e proposto per la segnaletica stradale con le indicazioni delle tipologie di gare e specialità sportive insieme al progetto delle porte di ingresso al comprensorio olimpico. Entrambe le realizzazioni sono lasciate ai funzionari locali e lo si vede dal confronto tra le fotografie dei bozzetti di studio e le foto realizzate durante l'evento. La stampa dell'epoca criticherà la 'vetrina' o meglio il 'celebre vetrinista' Steiner chiamato a 'preparare la scenografia' e i dieci milioni spesi in bandiere e cerchietti, ma pochi capirono che la necessità dei tre progettisti milanesi fu che architetti, urbanisti, designer e grafici e gli esperti "studiassero e realizzassero tutto seguendo i criteri della tecnica di produzione industriale più moderna", come affermato dallo stesso Steiner negli *Appunti sul lavoro fatto per i VII Giochi Olimpici invernali a Cortina d'Ampezzo (1956)*.



Fotomontaggio di Albe Steiner in cui si vede un albero decorato con cerchi di masonite (Archivio Albe e Lica Steiner, Politecnico di Milano).

Dai bozzetti fotografici si capisce come invece i progettisti abbiano studiato un vero e proprio sistema con cartelloni stradali e architetture pubblicitarie con ghiaccio e materiali nuovi di tutti i tipi. Se la municipalità di Cortina non ha saputo comprendere e accettare il valore e la complessità del progetto di segnaletica delle Olimpiadi, questo verrà invece riconosciuto in parte a livello internazionale. Saul Bass scriverà infatti nel 1963 a Steiner perché il grafico giapponese Yusaku Kamekura - componente del team di Katsumi Masaru incaricato di creare un *design environment* per le Olimpiadi di Tokio -, trovando molte difficoltà nel far capire alla committenza il valore del programma di comunicazione, vorrebbe avere i materiali visivi del suo progetto.[8]

3. Una scenografia per Torino

Dopo cinquant'anni, in occasione delle Olimpiadi Invernali di Torino 2006 - dopo Cortina 1956 e Roma 1960 - viene varato dalla municipalità un ampio progetto di archigrafie ed elementi totemici. Ideato e realizzato da Italo Lupi, Ico Migliore e Mara Servetto è un progetto che va in parallelo con quello di *corporate identity* dell'evento olimpico, il *look of the games*. Il *look of the city* lavora invece sulla valorizzazione dei luoghi e delle icone valoriali della città, con l'obiettivo di realizzare differenti interfacce per trasmettere a un'utenza globale valori legati alla città, alla sua cultura, alla sua storia, tanto da essere definito come il più grande e diffuso progetto di immagine coordinata per una città italiana mai realizzato, riconosciuto con prestigiosi premi di design in ambito nazionale e

internazionale come il XXI Compasso d'Oro ADI ed il German Design Award.

Torino non era la favorita tra le candidate e a sorpresa diviene la prima grande città a ospitare i Giochi Invernali, visto che in passato si erano svolti solo in piccoli e medi centri di montagna come Cortina. È una occasione unica per le amministrazioni locali e territoriali per sancirne il definitivo rilancio come città post-industriale, dopo che la crisi dell'industria pesante degli ultimi 25 anni ne aveva determinato una conseguente crisi di identità. Risolta nel corso degli anni con intelligenza politica dall'amministrazione che ha permesso alla città di riconvertirsi da industriale a terziaria, puntando in particolare sulla valorizzazione del patrimonio storico e culturale e su alcuni eventi chiave in grado di dare visibilità: dal 150° dell'Unità d'Italia, a World Design Capital 2008 (che Torino riuscì con lungimiranza ad organizzare rivelando un'attenzione politica superiore a quella che è sempre stata identificata come reale capitale del design italiano, ovvero Milano) fino alle Olimpiadi (cui si sono accodati numerosissimi altri eventi sportivi di rilievo internazionale). Insomma, per dirla con Finessi e Foppiano, una "città rinata e rigenerata, che ha capito che investendo sulle risorse propriamente italiane (storia, cultura, patrimonio artistico e paesaggistico, creatività) poteva riprendere a correre veloce, dopo aver smesso i panni di città industriale" (2006). In un simile contesto quindi, nel febbraio del 2006 (dal 10 al 26 febbraio) la città ha ospitato i XX Giochi Olimpici Invernali e il mese successivo i IX Giochi Paralimpici Invernali.

Uno degli aspetti più evidenti dell'evento olimpico è che Torino non è solo città ospitante ma è una città che partecipa all'evento, i luoghi e le persone sono legati tra loro da un senso fortemente emozionale di partecipazione: significativo in tal senso è il motto *Passion lives here* (accostato al marchio vero e proprio disegnato dal piccolo studio milanese Husmann-Benincasa). I luoghi cittadini, come la centralissima Piazza Castello, convertita in *Medals Plaza*, divengono contenitori e scene di eventi nell'evento.

Progettata dallo Studio Gio Forma con Italo Rota, la *Medals Plaza* ha ospitato sul suo palco (il più maestoso realizzato in Europa) 55 delle 84 cerimonie di premiazione degli atleti e 15 concerti durante le olimpiadi, con una capienza di circa 9000 persone. Una città in festa che

ha scelto come presentarsi (leggi vestirsi), senza accontentarsi dell'abito d'ordinanza, seppur irideo, dell'immagine coordinata delle Olimpiadi. E così ha deciso di mettersi in rosso, per mostrarsi diversa. Una gemmazione quasi infinita di stazioni emittenti. Diecimila stendardi, ad accompagnare, ritmare, colorare cinabro le geometrie rettilinee della sua topografia così raziocinante, e per questo così rassicurante. Arazzi del giorno d'oggi dove la nobiltà rappresentata è quella del pensiero, sintetizzata in poche icone selezionate dalla storia. (Finessi & Foppiano, 2006, p. 158)

Colossali monoliti grafici (i Menhir) su cui è applicato un abaco di icone, ognuna delle quali - unendo categorie molto generali a categorie più specifiche - raffigura gli ingredienti della cultura italiana e della città: la storia, la scienza, il cinema, l'industria, il design, l'innovazione, l'architettura, l'arte, lo sport, il barocco, il cioccolato. Tutte, nell'insieme rappresentano una chiave di lettura ampia della città, dei suoi valori, delle sue emergenze fisiche, storiche e culturali. Si tratta di una interpretazione visiva del *genius loci*, e in questo vi è una peculiarità nell'approccio al progetto di design - tipicamente italiana -, che guarda al passato, alla storia e alla cultura di un luogo come a una continua fonte di ispirazione e di costruzione di contenuti imprescindibili e continuamente rinnovabili e rinnovati.



Una suggestiva immagine di festa in cui si riconoscono alcuni degli elementi comunicativi tridimensionali installati in occasione dei Giochi Olimpici di Torino 2006 (fotografia di Giovanni Fontana).

La città, come già detto, è coinvolta nella sua interezza: dalla scala pedonale alle prospettive panoramiche, in una sequenza di scenografie e segnali, di scale e dimensioni differenti, in cui la comunicazione fa da collante raccordando i vari episodi e le varie partiture, secondo una logica da immagine coordinata. Ai grandi monoliti rivestiti di grafica luminosa (gli scenografici Menhir), sono quindi accostate strutture in acciaio, alte nove metri, ribattezzate *shanghai*, vasi di grandi dimensioni, elementi verticali contrassegnati con la T. Elementi che cambiano il panorama urbano della città, segnandola di 'tracce rosse' ispirate alla tradizione industriale e di strutture attive, fatte di luce, movimenti, messaggi dinamici, così da definire immagini mutevoli tra il giorno e la notte, che restituiscono il senso della festa, recuperando una caratteristica tipica della città nel riferimento alla verticalità, al

guardare verso l'alto, dalla Mole ai grandi viali chiusi dalle imponenti quinte delle montagne. (Lupi, 2006, pp. 7-8)

Un legame tanto forte, per quanto non retorico al *genius loci*, che la città ha riconosciuto al punto da decidere di mantenere, a evento terminato, parte delle installazioni per gli anni successivi.

Un ampio progetto quello curato da Lupi, Migliore e Servetto, commissionato non dal comitato organizzatore ma dalla municipalità (in particolare dalla divisione di Comunicazione Strategica e Promozione della Città di Torino), nella consapevolezza di una necessità di comunicazione della città nell'occasione di un evento unico; un *look* su misura, dalle linee pulite e immediate, che restituisce la ricchezza di arte e cultura di una città come Torino.

4. Conclusioni

Il punto in comune tra l'archetipale esperienza di Cortina e quella decisamente più consapevole di Torino è la centralità di una comunicazione che lavori sul tridimensionale più che sul bidimensionale. Ma se nel 2006 si moltiplicano le 'superfici' comunicative nello spazio della città di Torino rispetto al più contenuto progetto di Cortina, l'obiettivo comune è di mettere in essere un processo di condivisione in cui il luogo è parte attiva, con i partecipanti - esterni e interni -, della festa olimpica. Il concetto di festa è esplicitato attraverso le stesse espressioni tridimensionali che coinvolgono i differenti fruitori a partecipare alla festa olimpica (Cortina) e ai valori e alla storia della città (Torino).

I due casi sono, nella evoluzione comunicativa dei Giochi Olimpici, momenti comunque importanti. Cortina 1956 introduce, come testimoniato dalle corrispondenze che Steiner ebbe con alcuni colleghi stranieri, il tema dell'allestimento dei luoghi a festa in una forma che sia unica e diretta e che verrà progressivamente sviluppata nelle edizioni seguenti dei Giochi. Torino 2006 afferma questa idea della festa facendo parlare la città la quale, per la prima volta, si presenta all'occasione Olimpica 'dialogando' con l'evento e la sua identità visiva, mostrandosi in modo organico e dialogico.

Anche se diverse nel tempo e nella loro collocazione geografica, queste esperienze condividono metodologie comunicative che consentono alla città di rivolgersi alla cittadinanza nella sua interezza, con un approccio orizzontale ed inclusivo, utilizzando l'ampio spazio urbano per narrare eventi globali e contemporaneamente sottolineando la dimensione locale. Sono progetti singoli e irripetibili, piuttosto che prassi organica derivata da una teoria comunicativa generale. Sono mancati manifesti espliciti e i due casi emblematici sono rimasti tali (soprattutto Cortina, più di Torino), invece che diventare materia da manuale.

Bibliografia

Comitato Olimpico Nazionale Italiano. (1956). *VII Giochi Olimpici Invernali - Cortina d'Ampezzo 1956, Rapporto Ufficiale*. Roma: SO.GRA.RO. Disponibile presso www.la84foundation.org/6oic/OfficialReports/1956/orw1956.pdf [6 settembre 2012].

Baroni, D., & Peruccio, P. P. (2012). *Design e corporate image. Per una storia dell'identità visiva nazionale*. Milano: Franco Angeli.

Bocca, G. (1956, 29 gennaio). Il manto di ermellino delle Olimpiadi. Nevicano su Cortina i

miliardi che non abbiamo. *L'Europeo*, 537.

Finessi, B., & Foppiano, A. (2006, aprile). Torino 2006 Look of the city, *Abitare*, 460, 158-165.

Lupi, I., Migliore, I., & Servetto, M. (2006). *Torino Olimpiadi invernali 2006. Look of the city*. Mantova: Edizioni Corraini.

Munari, B. (1961). Azione diretta. In B. Munari & E. Bertonati (a cura di), *Vetrine, negozi italiani* (p. 1). Milano: Editrice L'Ufficio Moderno.

Polano, S. (2005). *Kiccoro e morizo*. Disponibile presso www.polano.eu [6 settembre 2012].

Traganou, J. (2012). Foreword: Design Histories of the Olympic Games. *Journal of Design History*, vol. 25 no. 3, 245-251.

NOTE (← returns to text)

1. Il paragrafo "Una vetrina per Cortina" è a cura di Luciana Gunetti, quello "Una scenografia per Torino" è a cura di Francesco E. Guida. In ogni caso l'intero contributo è da considerarsi un lavoro a quattro mani da parte di entrambi.←
2. Il documento, il cui sottotitolo era *Tesi per un dibattito sul progetto della comunicazione*, fu redatto da un comitato (Giovanni Anceschi, Giovanni Baule, Gianfranco Torri) espresso dalla commissione degli estensori formata da Giovanni Anceschi, Giovanni Baule, Gelsomino D'Ambrosio, Pino Grimaldi, Giancarlo Iliprandi, Giovanni Lussu, Alberto Marangoni, Gianfranco Torri costituitosi ad Aosta in occasione della Preassemblea nazionale Aiap (oggi Associazione italiana design della comunicazione visiva) del 24 giugno 1989. La Carta del progetto grafico è stata presentata significativamente il 27 novembre dello stesso anno alla Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano per l'apposizione di un primo nucleo di firme. L'importanza della Carta è anche nel dibattito che seguì alla sua diffusione. Si veda www.aiap.it/documenti/8046/193.←
3. Nel 1939 l'Italia aveva chiesto e ottenuto di organizzare i Giochi invernali del 1944, che furono appunto assegnati a Cortina ed i preparativi erano già in corso, quando lo scoppio della seconda guerra mondiale impose l'annullamento dell'evento. Dopo la guerra a Cortina, appoggiata dal CONI, furono nuovamente assegnati i Giochi Olimpici che si svolsero dal 26 gennaio al 5 febbraio del 1956, con la partecipazione di 32 nazioni, 686 atleti e 132 atlete.←
4. Se in Gran Bretagna nel '36 e negli Stati Uniti nel '39 ci sono le prime trasmissioni televisive, solo nel 1952 arrivano in Italia (con solo poche ore di programmazione) e nel gennaio del 1954 inizia la programmazione ordinaria su di una sola rete; bisognerà attendere il 1956 perché la TV diventi un fenomeno di massa. Perciò nel caso di Cortina si trattò di una vera e propria sperimentazione. Il diritto di ripresa dello spettacolo olimpico fu concesso in esclusiva gratuitamente alla RAI-TV, che si assunse l'incarico di distribuirlo alle reti estere. Il successo riportato dalle trasmissioni televisive dei VII Giochi Invernali fu enorme come testimoniato dalle lettere riportate nel rapporto ufficiale del Comitato Olimpico Nazionale Italiano del 1956.←
5. L'incarico di realizzare il film-documentario dei Giochi fu affidato all'Istituto Nazionale Luce e la regia a Giorgio Ferroni. I soli operatori furono trenta, con altrettante macchine speciali, preparate per resistere alle basse temperature. 90 postazioni a carattere fisso furono costruite sulle piste, negli stadi, presso il trampolino. Tutti dati che testimoniano il notevole sforzo per l'epoca.←
6. AALS-DPA-Politecnico di Milano, DT 91, International Design Conference. Lettera del 12 giugno 1956 indirizzata a Herbert Pinzke, "Appunti sul lavoro fatto per i VII Giochi Olimpici invernali a Cortina 1956">, in cui Steiner sintetizza il progetto per presentarlo nel panel

“Education and design” della International Design Conference di Aspen, organizzata da Will Burtin, cui purtroppo non parteciperà perché non otterrà il visto in quanto comunista e quindi impossibilitato a mettere piede sul suolo americano.↵

7. Nel rapporto ufficiale del Comitato Olimpico nazionale Italiano del 1956 il contributo degli architetti Albini e Helg e di Albe Steiner viene sintetizzato nei due paragrafi *Addobbi* (pp. 540-541) e *Segnaletica stradale* (p. 542).↵
8. AALS-DPA-Politecnico di Milano, DT 129, Comune di Cortina d’Ampezzo VII Giochi Olimpici Invernali 1956-1963. Si vedano le lettere indirizzate ad Albe Steiner del 17 giugno 1963 di Saul Bass e quella del 28 giugno 1963 di Kamekura.↵

Recensioni

ID: 0112

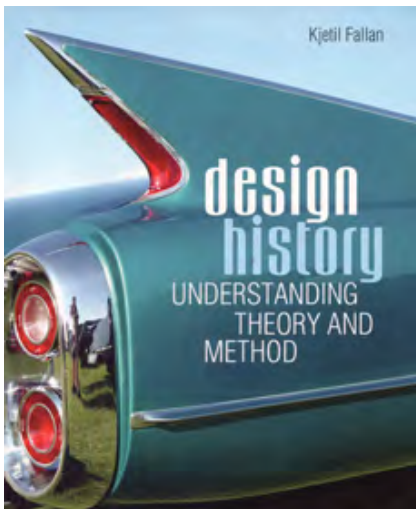
RECENSIONI

**METODI E TEORIE PER LA STORIA DEL DESIGN.
UNA REVISIONE CRITICA**

Dario Russo, Università degli Studi di Palermo
Orcid id 0000-0002-0063-0593

PAROLE CHIAVE

Design, Metodi, Storia della tecnologia



Design History. Understanding Theory and Method fa il punto sulla storia del design, “un fenomeno relativamente recente” (p. viii), che ha raggiunto un livello di professionalità, organizzazione e istituzionalizzazione molto meno rilevante in rapporto ad altre discipline (umanistiche) più consolidate. Come disciplina accademica, prende campo principalmente in Gran Bretagna, “tuttora considerata il cuore della storia del design” (p. 2). Qui, dagli anni settanta, molti politecnici e scuole d’arte hanno attivato corsi in Storia del design, per coadiuvare i propri programmi didattici d’arte e design. Nel 1977 è stata fondata la Design History Society e nel 1988 lanciato il *Journal of Design History*: “una rinomata e fondamentale pubblicazione” (p. 2). Anche gli Stati Uniti hanno contribuito a movimentare il dibattito internazionale con il Design History Forum, fondato nel 1983 (Design Studies Forum dal 2004), la rivista *Design Issues*, lanciata nel 1984, e *Design and Culture*, la rivista del Design Studies Forum, nel 2009. In Italia, si sono svolti due importanti convegni sulla storia del design: *Tradizione e Modernismo: Design 1918/1940* (1987) e *Design: Storia e Storiografia* (1991); mentre l’Associazione Italiana degli Storici del Design è stata costituita nel 2009. Negli ultimi decenni, con convegni e pubblicazioni, queste istituzioni hanno cercato di fare luce su un equivoco sostanziale: il design non si risolve necessariamente in oggetti di elevata qualità estetica, non è una questione di forma, di look né tanto meno di ‘cosmesi del prodotto’; non si tratta, per forza, di cose ‘sfiziose’, di mobili ‘stilosi’, Art nouveau o rossi e blu à la Gerrit Rietveld. Al contrario, il design sta nelle “cose quotidiane. [...] Quotidiano: una parola straordinaria che suggerisce la profondità e la ricchezza del luogo comune” (p. vii); perché “la cultura del design non è elitaria; è una cultura quotidiana” (p. viii). Ecco l’oggetto della ricerca storica.

Più precisamente, “cos’è questa cosa chiamata design? In altre parole, cos’è la storia del design, la storia di cosa?” (p. ix). In effetti, è molto problematico formulare una definizione universale e unanime di design, anche perché la storia del design è diventata sempre più complessa nel tempo, arricchendosi di multiformi e trasversali apporti teorici (tecnologia, sociologia, antropologia ecc.). Per di più, alcuni fattori esterni alla disciplina contribuiscono a problematizzare il design e la sua storia. Il principale consiste nel significato che la gente dà al termine: “il design è diventato una specie di parola d’ordine, soprattutto nel marketing e nei mass media, che sembra assumere valore positivo di per sé, trasformando come per magia prodotti comuni in oggetti esclusivi e alla moda” (p. x). Così, il ‘mobile di design’ può essere contrapposto al mobile prodotto industrialmente, ‘bruto’, cioè non (esteticamente) progettato; mentre un pretenzioso parrucchiere arriva a fregiarsi di essere un *hair designer* (capovolgendo la critica di Max Bill nei confronti dei designer ‘parrucchieri’ dello Styling americano), e costosi falli artificiali diventano *design sex toys* (locuzione usata da Leto, un’azienda svedese di ‘oggetti di piacere’ disegnati da Carl Magnusson e Aric Kalén). Va da sé che questo “uso eclettico e discriminatorio [...] non ha molto a che vedere con la storia del design” (p. x). Un secondo fattore consiste nei grandi cambiamenti che hanno mutato la pratica del design. Basti pensare alle trasformazioni che investono la tecnologia, le strutture produttive, le tecniche di rappresentazione. La storia del design deve tenere conto di tutto ciò, mettendo in discussione alcune categorie convenzionali e tradizioni tecnologiche che stanno alla base della disciplina. Ancora, persiste la convinzione che il design non abbia limiti. “La più universalmente nota definizione”, di Herbert Simon, recita: “design è ogni strategia volta a cambiare la situazione esistente in una migliore”

(pp. xiv-xvi). Eppure, osserva Fallan:

il problema è che una definizione che non esclude nulla è pressoché inutile. [...] Se ogni definizione differenziale si contrappone al mondo naturale, c'è il rischio di riempire il termine di ogni significato sostanziale. [...] Se ogni aspetto artificiale del nostro mondo può essere definito un *designed product* ['prodotto di design' non rende il senso], allora ogni genere di storia eccetto quella naturale diventa storia del design. Anche la veneranda storia politica deve essere usurpata dalla storia del design, perché che cos'è la storia politica se non la storia dei sistemi politici che sono stati '*designed*'? (p. xvi)

Ma continua Fallan citando Wittgenstein: "È sempre un vantaggio rimpiazzare un'immagine indistinta con una nitida? Non è forse quella indistinta ciò di cui abbiamo spesso bisogno?" (p. xvii). Considerata la difficoltà - per non dire l'impossibilità - di formulare una definizione netta di design, non si potrebbe ricorrere a un 'concetto sfumato'?

A partire da queste considerazioni, il saggio di Fallan si articola in tre parti: *Storiografia, Teoria e metodologia ed Epistemologia*. Nella prima parte, l'autore considera la natura eterogenea e la ricchezza di apporti disciplinari che confluiscono nel design. Gli storici del design, peraltro, oltre ai classici prodotti industriali, studiano "la produzione pre-industriale e quella non-industriale, spaziando nella grafica, nella moda, nei tessuti, nell'architettura d'interni, nell'artigianato" (p. 4); campi, insomma, che non si prestano a definire un quadro teorico e metodologico omogeneo. Cos'hanno in comune gli studi sui vestiti di corte del XIX secolo con quelli sulle automobili del XX secolo? In particolare, la forzata discendenza della storia del design da quella dell'arte, implicando una sorta di 'storia artistica del design', genera tre grandi fraintendimenti: per prima cosa, "un'eccessiva enfasi sull'estetica rispetto ai molti altri aspetti del design" (p. 8), ovvero si tiene conto soltanto di quello che Peter Dormer chiama "high design" (p. 15), cioè di un ambito ristretto e lussuoso; in secondo luogo, la tendenza a considerare il designer alla stregua dell'artista e il prodotto come opera (d'arte) o 'creazione', secondo un 'approccio eroico' (p. 48), à la Hazel Conway; terzo, la mancanza di considerazione degli oggetti privi di alto valore estetico, anonimi e in generale fuori della sfera domestica. Così Fallan suggerisce che "il design non è arte"; quindi, "la storia del design non è - o non dovrebbe essere - storia dell'arte" (p. 4).

Nella seconda parte, sono descritti i concetti metodologici e le più recenti prospettive teoriche specificatamente inerenti alla disciplina. In particolare, si rileva come "il design, quale fenomeno culturale, abbia più in comune con la tecnologia che non con l'arte" (p. 56) e per certi versi anche con la progettazione architettonica. Design e tecnologia, dunque, sono due facce della stessa medaglia, per quanto la cosa potrebbe suonare sorprendente qui, in Italia, considerato che la gran parte dei designer italiani che hanno fatto la storia erano architetti (come i fratelli Castiglioni, Ettore Sottsass e Vico Magistretti). Allargando appena la prospettiva (senza però abbracciare l'intero mondo artificiale), il design può essere considerato all'interno di un flusso ininterrotto, con implicazioni di carattere sociale, economico, politico che riguardano lo sviluppo tecnologico: parafrasando la metafora consolidata nella storia della tecnologia - 'flusso ininterrotto di socio-tecnologia' - anche qui è possibile ragionare in termini di "flusso ininterrotto di socio-design" (p. 55), nel senso che il design non è una monade nella società, ma design e società "si formano e si trasformano simultaneamente e in

correlazione” (p. 55). Ecco perché la vecchia nozione di ‘arte applicata’ è ora quanto mai inappropriata: perché il design (come processo) non si risolve nella messa in forma delle cose, ma investe la società, trasformandola di continuo pur adattandosi a essa, e addomestica la tecnologia, se così si può dire, mentre vi si adegua, alla ricerca di interfacce sempre migliori. Pertanto, qui e nella sociologia, gli storici del design possono trovare “un quadro teorico molto appropriato e un repertorio metodologico per lo studio del design”, nonché “ottimi modelli per comprendere il processo del design al di là della mistica della creazione artistica” (p. 59).

Nella terza parte, sull’epistemologia, si affrontano importanti questioni di carattere definitorio; in particolare, il controverso termine *modern* (che nel design vale un po’ come ‘classico’) e gli ‘ismi’ come concetti categorizzanti e strumenti di analisi. Parlando di progetto (ma non solo), “Modernismo è un termine sorprendentemente inclusivo e quindi impreciso” (p. 111). In architettura, si riferisce alla versione spagnola dell’*Art nouveau* (Modernismo catalano), ma anche al cosiddetto Brutalismo di molte periferie realizzate in tutto il mondo negli anni settanta. Nel design, addirittura, l’ambiguità del termine trova culmine nel punto d’intersezione - inesistente - tra le due principali traiettorie progettuali degli anni trenta: lo Styling americano (o *streamlining*), la cui Modernità si risolve nella forma aerodinamica indipendentemente dalla funzione ‘statica’ di certi oggetti da scrivania, e il Funzionalismo europeo, contrassegnato dalla ‘estetica meccanica’ e un’idea ben più radicale di Modernità. Ebbene, “queste due ideologie del design possono essere etichettate, rispettivamente, come ‘kitsch’ e ‘avanguardistica’” (p. 111). Gli ‘ismi’, insomma, diventano stili (storici) statici, mentre il design è un processo che va dall’ideazione alla realizzazione, “allo sviluppo, alla produzione, alla comunicazione e al consumo” (p. 147).

Ci troviamo ben al di là - o al di qua - della miopica dimensione del *good design* o dei ‘grandi designer’ che un tempo dominavano la disciplina (in continuità con l’ideale rinascimentale del genio-creatore); si tratta di un ambito molto più concreto (ma non per questo circoscritto), dinamico e plurideterminato, che riguarda la ‘cultura del design’ nell’accezione più ampia. In breve, la storia del design “è diventata una disciplina complessa e di ampio respiro” (p. 147).

Una versione più estesa dell’articolo è pubblicata in *Op. Cit.*, 146, gennaio 2013.

Dati

Fallan, K. (2010). *Design History. Understanding Theory and Method*. New York: Berg.

ID: 0113

RECENSIONI

IL DESIGN ALLA PROVA DELLE TEORIE ESTETICHE

Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia
Orcid id 0000-0002-2490-9732

PAROLE CHIAVE

Design, Estetica, Storia, Teoria della forma



A chi, come me, ha compiuto i suoi studi formativi sul design negli anni settanta del Novecento, non suonerà strano il richiamo a Ferdinando Bologna. Storico dell'arte esperto d'epoca medievale e moderna, Bologna nel 1972 lascia provvisoriamente il campo specifico dei suoi studi per affrontare un tema che, in quegli anni, era diventato un *topos* nella discussione culturale: il passaggio degli oggetti culturalmente significativi dagli esclusivi territori dell'arte a quelli del disegno industriale, della produzione e del consumo. Lo fa con uno dei libri più influenti (e forse fra i più dimenticati) di quegli anni, un denso, colto e difficile saggio nel quale l'autore sottoponeva al vaglio il pensiero di filosofi e teorici del design sulla questione del significato profondo della trasmutazione degli oggetti dalla realtà preindustriale alla società industriale (Bologna, 1972). Se il primo ambizioso compito di Bologna era mostrare come la frattura storica fra le arti maggiori e minori fosse un 'falso ideologico', fin dal suo titolo - *Dalle arti minori all'industrial design* - il libro tocca il vero punto dolente della questione, il punto sul quale si sono più o meno misurati tutti coloro che hanno riflettuto sulla storia del design: la frattura fra il sistema dell'artigianato e delle arti applicate da un lato e il disegno industriale dall'altro. Il nostro autore considerava che questa frattura fosse esasperata soprattutto dalla nuova condizione determinatasi nella realizzazione degli oggetti: quella distanza fra ideazione ed esecuzione pretesa dal progetto industriale, distanza a suo dire minacciosa e foriera di complicati risvolti politico-sociali.

Si era - fra la fine degli anni Sessanta e i primi anni Settanta - nel pieno di una cultura impregnata delle categorie marxiste, che indicavano il design come il portatore dell'ideologia del dominio capitalista. Il suo ruolo nella "divisione del lavoro rende le cose particolarmente ambigue per il critico, e misticanti per il designer" (Wolff, 1974, p. 143), anche per la natura esplicitamente commerciale dei prodotti. La divisione del lavoro era dunque un punto d'osservazione privilegiato. E non a caso. Nel percorso verso la società industriale si era passati da una situazione nella quale ideazione-materiali-tecniche esecutive-realizzazione formavano un tutt'uno coerente, quasi inscindibile, a un processo nel quale da un lato prendeva rilievo e autonomia il progetto in quanto tale - e di conseguenza il suo 'autore'-; mentre dall'altro si delineava in tutta la sua forza il sistema della produzione e del mercato. Entro queste due polarità ha cominciato a farsi largo il fantasma della tecnologia. La sua ingombrante influenza sull'uno e sull'altro dei due opposti, anche in conseguenza del suo peso economico crescente, ha finito per rafforzare l'attenzione verso l'autorialità del progetto, da un lato, e dall'altro verso il mercato come determinanti principali dei valori estetici dei prodotti, aprendo un oscuro spazio vuoto fra i due. Il libro di Bologna - che offre l'eloquente sottotitolo *Storia di una ideologia* - continua a essere un perfetto *exemplum* di questo schema di pensiero.

Nel documentato libro di Mecacci su *Estetica e design* (2012), mi ha un po' stupito trovare il saggio di Bologna relegato fra le letture consigliate nella categoria *Design e storia del design*, mentre mi è sempre parso con tutta evidenza un percorso di storia delle idee estetiche (anche se non soltanto estetiche) attorno al tema, ossia "una riconsiderazione più approfondita della fortuna critica toccata al complesso nodo di problemi storico-estetici che si stringe attorno alle arti che definiamo ora applicate, ora industriali, ora - più sbrigativamente, ma perpetuando una radicata incomprensione - minori" (p. 4).

Preciso subito che questo rilievo non vuole essere una critica al libro di Mecacci, di cui non mi interessa stigmatizzare eventuali omissioni. Per me l'esercizio critico è possibile soltanto dove c'è libera scelta fra molti e non l'indicazione di tutti. (In questo gioco delle dimenticanze, segnalo solo un caso: il saggio di Filiberto Menna [1968], *Profezia di una società estetica*, per le sue lucide analisi su avanguardie e architettura del movimento moderno). Al contrario. Lo studio di Mecacci è molto utile in quanto, nel percorrere "le diverse ipotesi estetologiche che nell'arco di circa un secolo e mezzo hanno tentato di comprendere il design", ci offre una galleria ove compaiono tutti (o quasi tutti) i protagonisti del *Pantheon Design*: Morris, van de Velde, Loos, Muthesius, Gropius, Benjamin, Giedion, Baudrillard, Barthes, Paci, Dorfles, Maldonado, Moles, Bense, Banham, Flusser ecc. ecc. È una galleria nella quale la cultura del design si riconosce perfettamente, a partire dal suo *incipit*: la Great Exhibition al Crystal Palace di Londra del 1851, "bussola storiografica" e "feticcio ideologico", con la quale Mecacci apre la sua ricognizione. Il saggio attraversa oltre un secolo e mezzo di riflessioni sui *topoi* fondamentali del pensiero sul design: dal rapporto forma-funzione, ai tentativi di ancorare il design ai suoi aspetti professionali, alle teorie postmoderne, all'attuale "estetica diffusa".

E, altrettanto utilmente, nelle primissime pagine del saggio Mecacci fa una osservazione carica di conseguenze teoriche. "Si tratta pertanto di un percorso che dall'estetica va al design e non il contrario, una ricognizione delle teorie estetiche del design formulate da pensatori e non, tranne alcune eccezioni imprescindibili, una rassegna cronologica o tematica delle 'poetiche' dei designer. Quindi una storia estetica del design e non una storia del design" (p. 7). Mi sembra che questa dichiarazione non soltanto chiarisca il punto di vista dell'autore, ma metta a nudo anche un perdurante malinteso, a cui gran parte della cultura del design ha aderito: il malinteso che ci ha fatto considerare le teorie estetiche come l'unica (o la prevalente) teoria del design. In assenza di un proprio punto di vista, questo approccio è stato un intralcio molto forte allo sviluppo di un pensiero critico sul design elaborato dentro la cultura del design stesso.

Si è più volte considerato come la storia del design abbia pagato, inizialmente, un tributo esagerato alle metodologie provenienti da altre discipline come la storia dell'arte e la storia dell'architettura. Mi pare che questo sia successo anche per la riflessione teorica. Certo, il tributo al pensiero estetologico è stato ampiamente ripagato dagli squarci di conoscenza che questo ha portato al design. Tuttavia non possiamo non considerare un punto essenziale: non è pensabile che a parlare del design siano autorizzati soltanto i filosofi, i semiotici, gli estetologi, ecc. mentre il design è autorizzato a parlare soltanto attraverso le poetiche dei designer. Come se il design fosse una lingua senza sintassi. Sarebbe come se l'arte dovesse parlare soltanto con le opere degli autori e non ci fosse spazio per una teoria o una storia dell'arte come discorso critico sull'arte.

Il primo discrimine, per me, consiste in una distinzione simile a quella che Omar Calabrese aveva proposto per le opere d'arte: una distinzione fra l'approccio analitico-interpretativo degli oggetti in quanto prodotti finali di un processo (che vivono soltanto nel momento in cui si pongono in relazione con un utente che li acquista e utilizza e diventano il campo di analisi di estetica, semiotica, teorie della percezione, ergonomia, antropologia, ecc.) e quelli che ne leggono le pratiche di progettazione, produzione, scambio, consumo, ecc.

Forse dovremo ammettere una volta per tutte che la teoria del design è una teoria operativa e non descrittiva? Così come per l'estetica, che incontrando "la nuova parola

guida: 'progetto'... diventa una questione non più ideologica, ma tecnica: teoria operativa" (Mecacci, p. 69). In ogni caso non è difficile riconoscere che quella estetica è soltanto una delle componenti in questione (e spesso neppure la principale). A sentire Mecacci, poi, anche la storia del rapporto fra estetica e design è una storia "sostanzialmente deludente" perché si è utilizzata troppo spesso "una trasposizione un po' meccanica delle categorie solitamente abbinata all'oggetto artistico, se non a quello artigianale" (p. 9). Dunque il volume è doppiamente stimolante, perché nel ripercorrere il pensiero estetico - in un modo che d'acchito può sembrare vagamente scolastico -, in realtà ci fa vedere tutte le contraddizioni e le sfaccettature della storia delle idee sul design. Teoria estetica e teoria del design possono ripartire di qui.

Dati

Mecacci, A. (2012). *Estetica e design*. Bologna: il Mulino.

Bibliografia

Bologna, F. (1972). *Dalle arti minori all'industrial design. Storia di una ideologia*. Bari: Laterza.

Wolff, L. (1974). *L'estetica del profitto. Ideologia e produzione: il design*. Rimini-Firenze: Guaraldi.

Menna, F. (1983). *Profezia di una società estetica*. Roma: Edizioni Officina (Pubblicato originariamente nel 1968).

ID: 0114

RECENSIONI

ARCHIVI TRA STORIA E FUTURO

Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano

PAROLE CHIAVE

Architettura, Archivi, Design



Il volume, curato da Graziella Leyla Ciagà ed edito dal CASVA, costituisce l'aggiornamento e l'integrazione del primo censimento degli archivi di architettura lombardi avviato nei primi anni del 2000 grazie alla collaborazione tra Soprintendenza Archivistica per la Lombardia, Centro Alti Studi Arti Visive del Comune di Milano (CASVA) e Dipartimento INDACO del Politecnico di Milano. Inserita in un progetto nazionale, questa prima schedatura dei complessi archivistici presenti in territorio regionale - che ha avuto come esito una prima pubblicazione nel 2003 - ha posto le basi per una metodologia di lavoro condivisa e per un approccio sistematico fino ad allora non applicato al ricco patrimonio di fonti per lo studio dell'architettura lombarda tra Ottocento e Novecento.

Portando avanti queste premesse, la nuova edizione del censimento, come espressamente enunciato dal titolo del volume, allarga la mappatura agli archivi di design e di grafica e definisce con più precisione l'arco cronologico in esame (dai progettisti operanti nella Lombardia post-unitaria alla generazione nata attorno agli anni cinquanta del Novecento), secondo una concezione della 'cultura del progetto' legata alla specificità produttiva dell'area milanese e lombarda. Gli ambiti disciplinari toccati dalla schedatura sono infatti molteplici: dall'architettura alle arti applicate, intese come 'preistoria' del moderno design, dalla comunicazione visiva al disegno industriale. Oltre a essere un indispensabile strumento per la conservazione e la tutela di un patrimonio documentario soggetto a facile dispersione, il censimento rappresenta un importante supporto alla ricerca storica che, riversato e aggiornato nei portali informatici della Soprintendenza Archivistica, costituirà una piattaforma di 'interconnessione' tra un pubblico interessato alla cultura del progetto e realtà, sia pubbliche che private, depositarie della sua conservazione e memoria.

Come ha evidenziato Graziella Leyla Ciagà, i risultati di questo secondo censimento hanno restituito un panorama molto più vivace e dinamico rispetto alla prima edizione, dovuto soprattutto a "un impegno crescente da parte di soggetti istituzionali, ma anche di privati, per attirare nuove modalità di valorizzazione e di fruizione" (p. 13) che aprano le porte a un pubblico sempre più ampio, secondo l'idea di archivio come 'attivatore' di conoscenze e stimoli utili per il presente, più che come 'contenitore' di progetti e documenti legati a un passato ormai 'museificato'. Le possibilità offerte dalle nuove tecnologie digitali e dal web giocano ovviamente un ruolo fondamentale nella creazione di una rete di informazioni e conoscenze sempre più accessibili e condivise: il progetto prevede infatti che le schede degli archivi censiti nella pubblicazione vadano ad aggiornare e integrare i dati già consultabili sul sito del SIUSA (Sistema Informatico Unificato per le Soprintendenze Archivistiche; <http://siusa.archivi.beniculturali.it>) e sul nuovo portale del SAN (Servizio Archivistico Nazionale) dedicato in modo specifico agli Archivi degli architetti (<http://architetti.san.beniculturali.it>).

Oltre a porre in luce la rilevanza dei singoli complessi archivistici presenti in Lombardia, descritti in base a un elenco di voci essenziali ma esaustive (biografia e riferimenti bibliografici sul progettista, consistenza, stato di conservazione e di ordinamento, soggetto conservatore e condizioni di accesso), il volume fornisce spunti per una riflessione più generale. Ribadendo infatti l'importanza dell'archivio fisico come forma di conservazione e di memoria, ma anche del suo corrispettivo 'immateriale', cioè digitalizzato e informatizzato, come forma di diffusione "democratica" della conoscenza, intende guardare al passato in termini di *cultural heritage*, cioè come ha sottolineato

Fulvio Irace, “proiettarlo in una dimensione attiva, di accrescimento e di valorizzazione in aperta collaborazione con il presente e con il futuro” (p. 9).

Dati

Ciagà, G. L. (a cura di). (2012). *Gli archivi di architettura, design e grafica in Lombardia. Censimento delle fonti*. Milano: CASVA.

LUCIA MOHOLY, FOTOGRAFA DEL MODERNO

Paola Proverbio, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Orcid id 0000-0001-6742-4412

PAROLE CHIAVE

Bauhaus, Fotografia di design, Lucia Moholy

La mostra dedicata a Lucia Schulz Moholy racconta, attraverso un centinaio di immagini, i diversi generi con cui la fotografa di origine ceca si è impegnata durante tutta la vita. Tra foto di architettura, ritratto, *still life* e reportage, tema centrale su cui l'esposizione porta l'attenzione è il suo lavoro non ancora adeguatamente riconosciuto rispetto al contributo fattivo nell'ambito della ricerca dell'avanguardia fotografica tedesca relativa alla corrente della *Neue Sachlichkeit* (Nuova Oggettività), di cui invece la Moholy è stata una sensibile interprete. Tanto è vero che, a fronte della notorietà di molte sue foto pertinenti in primo luogo la vicenda della Bauhaus, il suo nome non è altrettanto conosciuto o ricordato (se non in rapporto al marito László Moholy-Nagy). Lucia, in realtà, scopriamo essere stata innanzitutto una 'raffinata intellettuale'. Laureata in filosofia e storia dell'arte, ha vissuto un'intensa vita privata e professionale su diversi fronti, come fotografa, come insegnante e scrittrice.^[1] La mostra, che per la prima volta in territorio svizzero^[2] ne illustra l'attività di fotografa in modo esaustivo, ne mette in rilievo il contributo determinante anche in relazione all'operato del marito, per il quale di sovente la Moholy ha scattato foto divenute celebri e scritto testi che sono stati poi attribuiti esclusivamente a Moholy-Nagy.



Lucia Moholy, Edificio dei laboratori, ripreso da sud-ovest, 1925/26, prova d'autore, stampa successiva, 143 x 214 mm. Collezione Fotostiftung Schweiz, Winterthur.

Rispetto all'insieme della sua attività professionale - che portò la Moholy, dopo l'esperienza della Bauhaus, a lavorare a Londra e, come fotoreporter, nella Jugoslavia degli anni Trenta - il motivo d'interesse della storia del design per il suo operato consiste nell'apporto - messo utilmente in evidenza in questa esposizione - per quanto riguarda la fotografia di design; un genere questo che, diversamente da altri (architettura, moda, ritratto, arte, ecc.), fatica ad essere riconosciuto come pienamente autonomo, mentre è invece chiaro che, come mezzo di analisi della disciplina di progetto, riveste un ruolo indispensabile per la costruzione di un impianto storiografico.

È noto del resto che “nel periodo fra le due guerre, l'intenso sviluppo della fotografia vede fra i temi d'elezione proprio l'oggetto di produzione industriale. Le stesse ricerche estetiche delle avanguardie, come appunto la Nuova Oggettività, rivendicano esplicitamente il loro attaccamento alla realtà industriale” (Lannoy, 2010, pp. 115-116). Anche Gerda Breuer ci ricorda che “l'oggetto inanimato divenne qualcosa di simile a un feticcio della moderna fotografia degli anni Venti” (2004, p. 89) e insieme al tema della tecnologia, della macchina e dell'industrial design, ha giocato un importante ruolo nella definizione della Straight Photography americana e delle tedesche Neues Sehen e appunto Neue Sachlichkeit.[3]

Lo confermano in modo inoppugnabile le seminali pubblicazioni di Sigfried Giedion e Lewis Mumford, per le quali gli autori fecero accurate scelte iconografiche che non ebbero solo “funzione ausiliaria di documentazione a sostegno dei fatti descritti nel testo, ma piuttosto come discorso visivo, parallelo a quello verbale ed in parte indipendente da

esso” (von Moos, 1995, p. 121).[4] Angela Madesani, una delle due curatrici della mostra, mette in evidenza che l’approccio della Moholy, piuttosto che manifestare una matrice artistica, è stato prioritariamente di documentazione, di registrazione, secondo modalità differenti, di quanto le accadeva attorno (2012, p. 18). Il contributo della Moholy non è stato perciò da poco se si pensa che dal 1923 al 1928 è la prima fotografa, incaricata ufficialmente da Gropius come responsabile della riproduzione,[5] a dare in modo sistematico e professionale una documentazione visiva, un carattere fotografico all’architettura e ai risultati materiali della scuola in cui “la creazione di tipi per gli oggetti di uso quotidiano è una necessità sociale” (Gropius, 1925, citato da Maldonado, 1991, p. 51).



Lucia Moholy, brocca e posacenere prodotti nel laboratorio del Bauhaus (design di Marianne Brandt), 1924, prova d’autore, stampa successiva, 155 x 156 mm. Collezione Fotostiftung Schweiz, Winterthur.

Quella di Lucia Moholy è stata dunque una veste da storiografa militante, che si è servita della narrazione visiva, come differente descrizione dell’oggetto, per comunicare la filosofia della scuola. Lo sottolinea Nicoletta Cavadini nel suo saggio quando afferma che “Lucia [...] risulta essere la detentrica delle immagini che illustrano in maniera molto profonda i valori innovativi del Bauhaus” (2012, pp. 36-38) ed è molto probabilmente per questo motivo che Gropius, al fine di promuovere i “nuovi modelli per articoli di attualità” (1935), si affida alle riprese della Moholy fin dalla redazione del catalogo *Staatliches Bauhaus in Weimar 1919-1923*, poiché:

La lucida abilità interpretativa di Lucia Moholy riesce a mettere in evidenza l'importanza del nuovo statuto estetico elaborato da Gropius per la produzione di oggetti d'uso, la cui bellezza deve trasparire dalla concezione razionale della forma. Il ruolo di comprensione del valore artistico [e progettuale, NdA] dell'oggetto viene pienamente affidato all'espressività della fotografia, e questo è molto apprezzato da Gropius stesso. Tutte le immagini di Lucia destinate ai cataloghi e agli opuscoli dei primi anni Venti, nonché pure a libri che presentano prototipi, sono spesso ritoccate per eliminare riflessi e imperfezioni [...]. In tali immagini l'oggetto non è solo rappresentato nella sua totalità [in cui convergono progetto, funzionalità e tecnica, NdA], ma ne fa percepire l'aspetto plastico con grande resa oggettiva afferibile alla corrente d'avanguardia della Neue Sachlichkeit. (Ossanna Cavadini, 2012, p. 32)

Pochi anni più tardi, in occasione dell'apertura della nuova sede a Dessau, il direttore della Bauhaus sceglierà ancora le foto della Moholy che ritraggono il nuovo edificio per "diffondere il verbo della cultura del Bauhaus" (Ossanna Cavadini, 2012, p. 34). Reali icone della simbologia moderna, molte delle sue immagini - ordinatamente esposte nelle sei sezioni tematiche delle due sale della mostra - riguardano la punta più avanzata della ricerca della scuola: dalla famosa lampada da tavolo in vetro di Jucker e Wagenfeld (1923-24) ai servizi da tè di Marianne Brandt (1924 e 1927).



Lucia Moholy, lampada da tavolo, laboratorio del Bauhaus (design di K. J. Jucker e W. Wagenfeld), 1923/24, prova d'autore, vintage, 234 x 174 mm. Collezione Fotostiftung Schweiz, Winterthur.

Se gli *still life* di prodotto della Moholy - sostiene Madesani - sono essenzialmente di pura registrazione del dato che ha di fronte (esprimendo un valore indicale e non iconico) - esempio ne sono gli eleganti servizi da tè della Brandt, "colti in modo da poter essere compresi nelle loro linee portanti" (2012, p. 18) - allo stesso tempo la fotografa "è in grado di mettere in risalto le forme e l'intelligenza progettuale dei singoli oggetti, come in *Lampe Bauhaus*", sempre della Brandt (2012, p. 18). Lo stesso dicasi quando fotografa gli oggetti contestualizzati negli ambienti delle case dei maestri del Bauhaus (celebre la foto della stanza di Gropius con l'angolo del tè).

Per attenersi ai criteri di massima 'oggettività', la fotografia di prodotto andava istituendo criteri di ripresa che la Moholy concorre a definire. Criteri che prevedevano un linguaggio visivo fortemente contenuto, in cui le inquadrature erano in prevalenza frontali e in asse con il soggetto, gli "sfondi ridotti al grado zero [...] atti a rivelare l'oggetto [...] nell'essenza più profonda" (Madesani, 2012, p. 22), il tutto per riflettere il rigore esemplare e il fascino di oggetti privi di ornamenti. Viceversa, i tagli audaci, i disassamenti, le prospettive estreme, le visioni oblique, le composizioni diagonali (conseguenti alla sperimentazione pionieristica, di matrice costruttivista, del marito László), vengono riservati dalla Moholy all'architettura, in immagini che tanto avevano colpito l'attenzione dall'amico Giedion.^[6] Lucia Moholy non è stata la sola a documentare visivamente la realtà della Bauhaus, ma la ricchezza e la qualità delle sue foto hanno contribuito in modo significativo a far comprendere il senso di quella 'leggendaria' esperienza.

Dati

Lucia Moholy. *Tra fotografia e vita*. 25 novembre 2012 - 17 febbraio 2013, m.a.x. museo, Chiasso

Madesani, A. & Ossanna Cavadini, N. (2012). *Lucia Moholy (1894-1989) tra fotografia e vita*, Cinisello Balsamo: Silvana Editoriale.

Bibliografia

Breuer, G. (2004). Convincing rather than persuading. In T. Seelig & U. Stahel (a cura di), *The Ecstasy of Things: From the Functional Object to the Fetish in 20th Century Photographs* (pp. 88-95). Catalogo della mostra, 4 settembre - 14 novembre. Göttingen: Steidl.

Gropius, W. (1935). *The New Architecture and The Bauhaus*. London: Faber and Faber.

Lannoy, P. (2010). L'usine, la photographie et la nation. L'entreprise automobile fordiste et la production des photographes industriels, *Genèses*, 80, 114-133.

Madesani, A. (2012). Una vita da testimone. Note sui lavori fotografici di Lucia Moholy tra *still life* e ritratti. In A. Madasani & N. Ossanna Cavadini, *Lucia Moholy (1894-1989) tra fotografia e vita* (pp. 16-29). Catalogo della mostra, 25 novembre 2012 - 17 febbraio 2013. Cinisello Balsamo: Silvana Editoriale.

Maldonado, T. (1991). *Disegno industriale: un riesame*. Milano: Feltrinelli.

Ossanna Cavadini, N., (2012). Il duplice sguardo di Lucia Moholy tra fotografia e vita. In A. Madasani & N. Ossanna Cavadini, *Lucia Moholy (1894-1989) tra fotografia e vita* (pp. 30-39). Catalogo della mostra, 25 novembre 2012 - 17 febbraio 2013. Cinisello Balsamo: Silvana Editoriale.

Von Moos, S. (1995). Le macchine impaginate: a proposito di Mumford e Giedion. In V. Pasca & F. Trabucco (a cura di), *Design: storia e storiografia: I Convegno Internazionale di Studi Storici sul Design* (pp. 121-143). Bologna: Società Editrice Esculapio.

NOTE (↩ returns to text)

1. Lucia Moholy è stata fra le prime donne a redigere un libro di critica fotografica: nel 1939 ha infatti pubblicato *A Hundred Years of Photography 1839-1939*. Harmondsworth: Penguin.↩
2. Nel più lungo periodo stanziale della sua vita, dal 1959 alla scomparsa nel 1989, la Moholy ha vissuto a Zurigo.↩
3. Lo ha dimostrato con il suo lavoro il più importante esponente della Neue Sachlichkeit degli anni Venti, Albert Renger-Patzsch.↩
4. Lo stesso Mumford nel 1929 scrisse: “Non abbiamo tanto bisogno di descrizioni verbali quanto piuttosto di immagini” (citato da von Moos, 1995, p. 121).↩
5. Oltre che fotografa dell’architettura e del design della Bauhaus, La Moholy era stata particolarmente apprezzata da Gropius anche per la sua preparazione in campo editoriale.↩
6. Cavadini torna a ricordare che il peculiare modo di fotografare dei coniugi Moholy-Nagy definisce una modalità innovativa di raffigurare l’architettura, al punto da fare delle loro immagini “la carta d’identità della cultura del Moderno” (2012, p. 36).↩

IL MART SCEGLIE LA WUNDERKAMMER

Ali Filippini, Scuola Politecnica del Design, Milano

PAROLE CHIAVE

Allestimento, Collezione, Mart, Modernismo

Va premesso che nel caso del Mart una buona parte della collezione (in mostra circa 1200 opere) proviene da raccolte donate, quindi da collezionisti; la mostra tutta perciò potrebbe essere letta come un percorso a sfondo collezionistico, esaltato - come si vedrà - dal criterio ordinativo adottato nell'allestimento. Una "collezione di collezioni" nelle parole del direttore, Cristiana Collu, presentata come il progetto di un "autodidatta, raddomante, auto da fé di opere [...] vertigine della mescolanza". È una nuova impaginazione a tenere insieme, audacemente, un nucleo molto vasto ed eterogeneo di opere presentate senza gerarchie visive. Pur nel percorso cronologico, che comprende la storia dell'arte degli ultimi cento anni e riunisce diverse collezioni, sono rintracciabili gruppi tematici e tagli narrativi che raccolgono le opere, sala dopo sala, con titoli diversi. Va da sé che, sotto questo sguardo da *Wunderkammer*, il criterio ordinativo sia alla fine guidato più dal gusto per gli accostamenti e l'impatto visivo complessivo che dalla stretta osservanza di regole museografiche. Come già accade altrove, la peraltro ovvia, viste le condizioni di sovraffollamento, mancanza di didascalie (sostituite da una guida cartacea consegnata all'ingresso), fatto salvo per i titoli e la breve spiegazione relativa alle sale, invita il pubblico ad abbandonarsi più al piacere del riconoscimento e alla libera fruizione visiva che alla compulsiva interrogazione degli apparati didattici. Il risultato perciò ha un sentore da *salon* ottocentesco e dialoga con un'impaginazione da quadreria, con relativo *horror vacui*, più che con l'asetticità da *white cube* al quale molte esposizioni ci hanno abituati. Chi progetta la mostra in questo caso immagina un percorso emozionale fatto di sequenze: con interni mezzi pieni e altri densamente popolati, zone iper-colorate e altre quasi monocrome, dilatazioni e restringimenti degli spazi, con intermezzi - da leggersi non come vere e proprie cesure ma come tentativi di dialogo con quanto esposto intorno - affidati alla contaminazione *site-specific* di cinque artisti contemporanei. Emilio Isgrò, per esempio, nella stanza dedicata ai futuristi, 'cancella' il manifesto di Marinetti con una sua opera che diviene poi sfondo, tappezzeria, per presentare gli autentici cimeli del periodo.

La mostra inizia con la sala che sotto il titolo di *Gipsoteca* raccoglie il primo vero nucleo di opere donate dallo scultore trentino Andrea Malfatti nel 1912 alla città, e si chiude - in una dichiarata ricerca di identità - con un lavoro di Richard Long realizzato nel 2000 con pietre di porfido trentino. Gli sviluppi dei grandi movimenti artistici come il futurismo sono rappresentati attraverso opere e documenti e, soprattutto nel caso dell'atelier Depero (nella sala *Casa d'Arte*), rievocando l'ambiente dell'artista roveretano per *l'Esposizione internazionale di arti decorative e industriali moderne* di Parigi del 1925.

Ricostruzione a cui segue la proiezione del film *Il sogno di Alberto* del 2011 (di Cinzia Rizzo), tratto da *Gloria conquistata* su soggetto dello stesso Depero.

Rappresenta una 'mostra nella mostra' la sala dedicata all'architettura modernista italiana, tra costruzione e ricostruzione. Attraverso i materiali provenienti, tra gli altri, dai fondi degli architetti Figini Pollini, Angiolo Mazzoni (i suoi disegni per le stazioni ferroviarie occupano un'intera porzione di parete) Luciano Baldessari ed Ettore Sottsass sr., viene parzialmente ma efficacemente ricostruito, soprattutto nella visione d'insieme affidata a fotografie, disegni e modelli, un momento fondativo per le vicende dell'architettura italiana aperta alle istanze della vita moderna e di una nuova società. Dalla mostra della rivoluzione fascista fino ai concorsi per l'E42 a Roma, l'architettura diviene veicolo di propaganda e quanto esposto è introdotto dalla sezione dedicata alla decorazione murale con le opere di Sironi per la decorazione di edifici pubblici. Al centro sala in una lunga teca sono ordinate le principali riviste dedicate al progetto (dal 1914 al 1975, provenienti da diversi fondi librari e archivistici del museo), quindi foto e disegni di vetrine, allestimenti, padiglioni e mobili: dalla fine degli anni venti ai primi anni quaranta, tanti progetti dell'Italia industriale, milanese e lombarda, per rinnovare i luoghi della vita e del commercio, e la comunicazione pubblicitaria. Realizzazioni di Luciano Baldessari (per il Calzaturificio di Varese in via Durini, il bar Craja, l'azienda De Angeli Frua), di Luigi Figini e Gino Pollini (per la Galleria del Milione, la Libreria Treves, la Montecatini) compaiono accanto ai disegni di Mario Radice (per i negozi Marelli e Cappi-Bedetti 'La Torinese').

Inedita, infine, e si direbbe approntata per svelare la messa in scena della vita stessa di un museo, la presentazione di un laboratorio di restauro con i suoi strumenti; ma anche la rappresentazione della biblioteca e dell'archivio attraverso una sala studio dove libri e quaderni affiancano opere di artisti (da Candida Höfer ad Andreas Gursky) 'interessati' alla parola. È così dunque che l'intera esposizione può essere letta anche come racconto delle attività che riguardano il museo: conservazione, restauro, relazioni istituzionali e studio.

Dati

La magnifica ossessione. Una mostra per i dieci anni del Mart. 26 ottobre 2012 - 6 ottobre 2013, Mart Rovereto



Angiolo Mazzoni, disegno per il progetto della stazione ferroviaria e marittima di Messina, 1937-1940, carboncino su carta da lucido, 680 x 980 mm. © Mart Rovereto, 2012



GABRIELE BASILICO

Gabriele Basilico, palazzo postale di Adalberto Libera (con Mario De Renzi) presso l'Aventino, Roma, 1933-1934. © Mart Rovereto, 2012



Paco Cao, *Invertito*, bozzetto site-specific realizzato in occasione della mostra *La magnifica ossessione* . © Mart Rovereto, 2012
