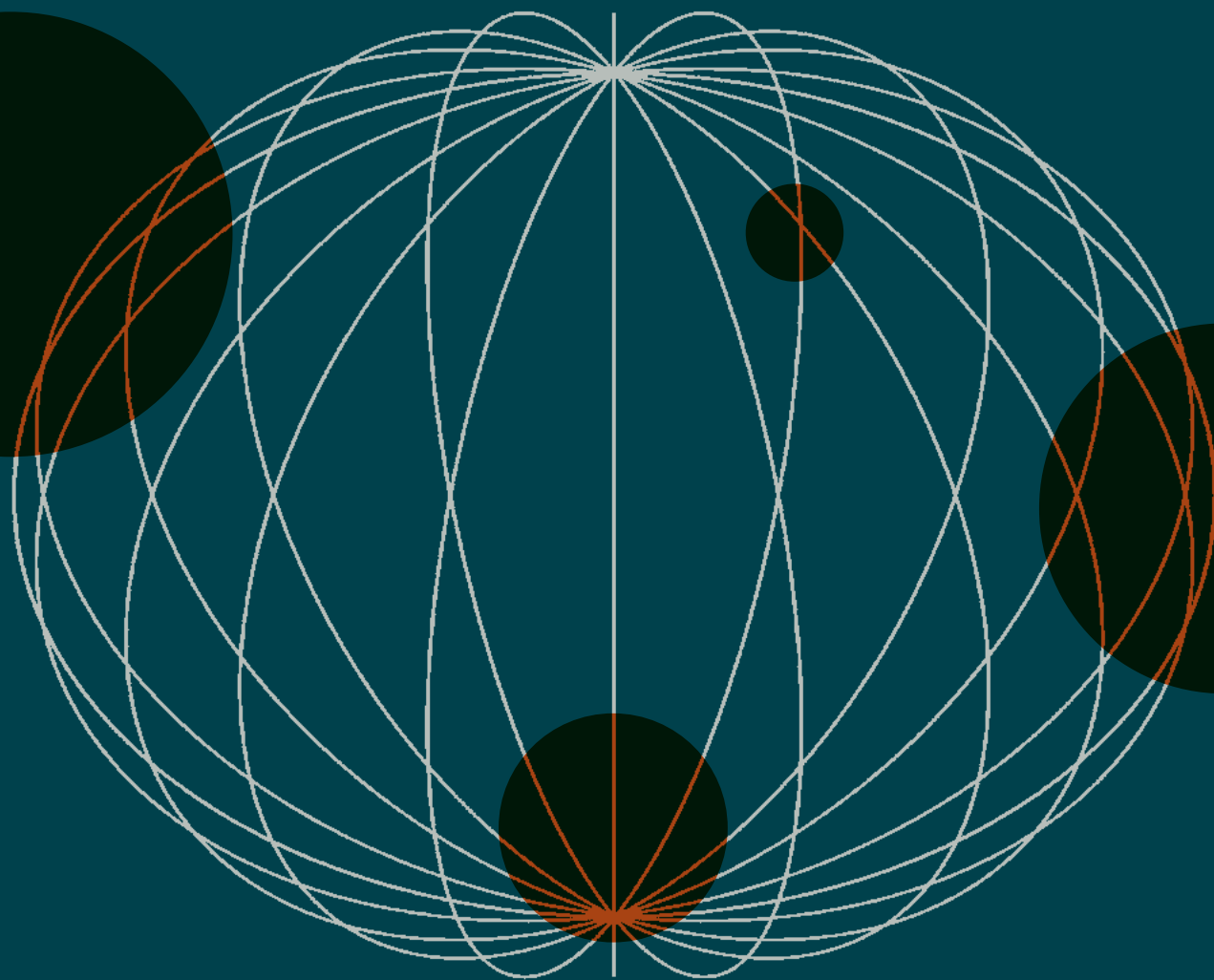

Ais/Design
Journal

Storia e Ricerche



GEOGRAFIE RELAZIONALI NELLA STORIA DEL DESIGN

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

Rivista on line, a libero
accesso e peer-reviewed
dell'Associazione Italiana
degli Storici del Design
(AIS/Design)

VOL. 8 / N. 15
OTTOBRE 2021

GEOGRAFIE RELAZIONALI
NELLA STORIA DEL DESIGN

ISSN
2281-7603

PERIODICITÀ
Semestrale

SEDE LEGALE
AIS/Design
Associazione Italiana
degli Storici del Design
via Candiani, 10
20158 Milano

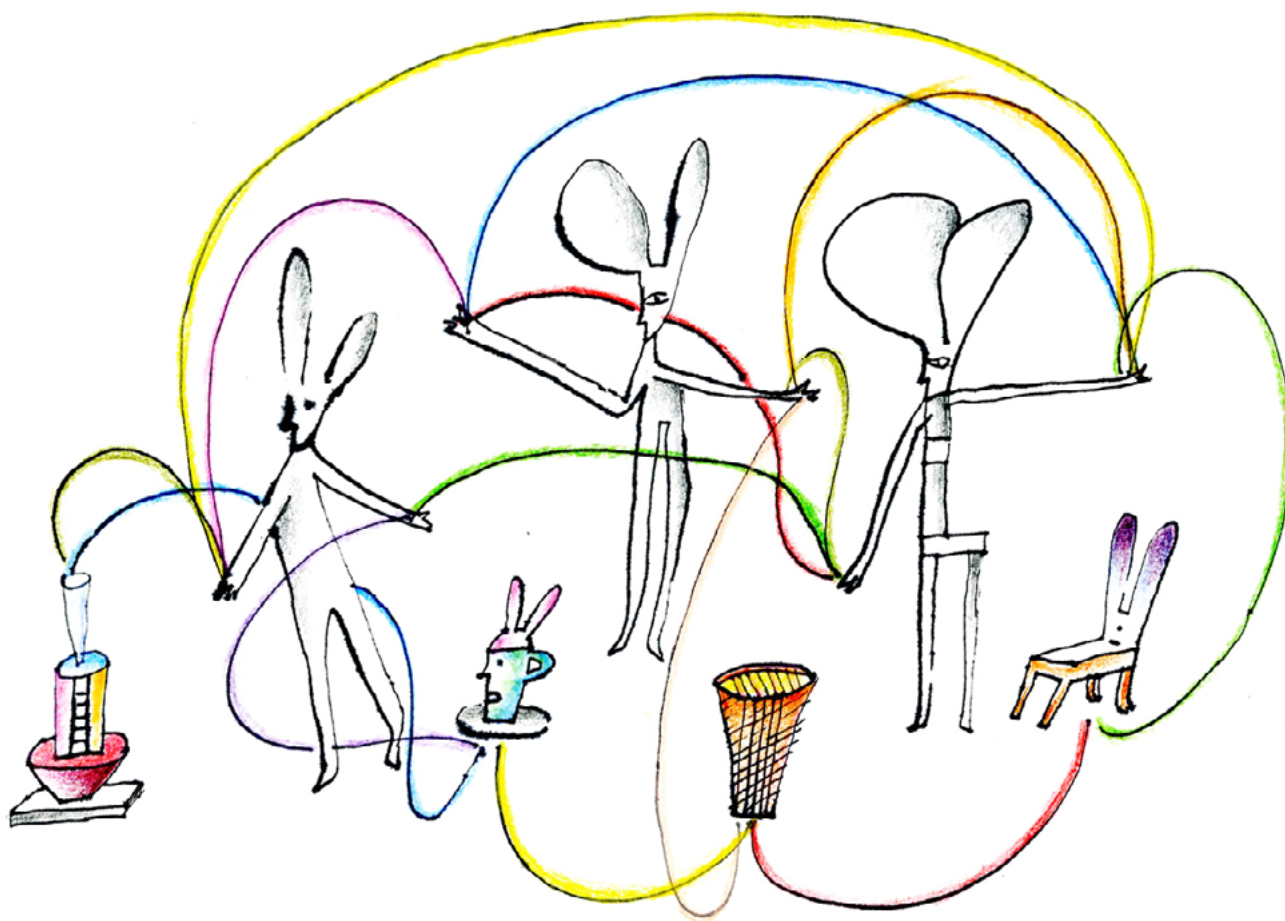
CONTATTI
caporedattore@aisdesign.org

WEB
www.aisdesign.org/ser/

DISEGNO IN FRONTEPIZZO
Mario Piazza

Ais/Design
Journal

Storia e Ricerche



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

COMITATO DI DIREZIONE Marinella Ferrara, Politecnico di Milano
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Mario Piazza, Politecnico di Milano
Paola Proverbio, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
editors@aisdesign.org

**COORDINAMENTO
REDAZIONALE** Chiara Lecce, Politecnico di Milano
caporedattore@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO Giovanni Anceschi
Helena Barbosa, Universidade de Aveiro
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia
Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia
Giampiero Bosoni, Presidente AIS/design, Politecnico di Milano
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire
Kjetil Fallan, University of Oslo
Priscila Lena Farias, Universidade de São Paulo
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina
Jonathan Mekinda, University of Illinois at Chicago
Gabriele Monti, Università Iuav di Venezia
Catharine Rossi, Kingston University
Susan Yelavich, Parsons The New School
Carlo Vinti, Università di Camerino

REDAZIONE Letizia Bollini, Libera Università di Bolzano
Rossana Carullo, Politecnico di Bari
Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia
Paola Cordera, Politecnico di Milano
Luciana Gunetti, Politecnico di Milano
Alfonso Morone, Università degli Studi di Napoli Federico II
Susanna Parlato, Sapienza Università di Roma
Monica Pastore, Università Iuav di Venezia
Isabella Patti, Università degli studi di Firenze
Teresita Scalco, Archivio Progetti, Università Iuav di Venezia
Eleonora Trivellin, Università degli studi di Firenze
Benedetta Terenzi, Università degli Studi di Perugia

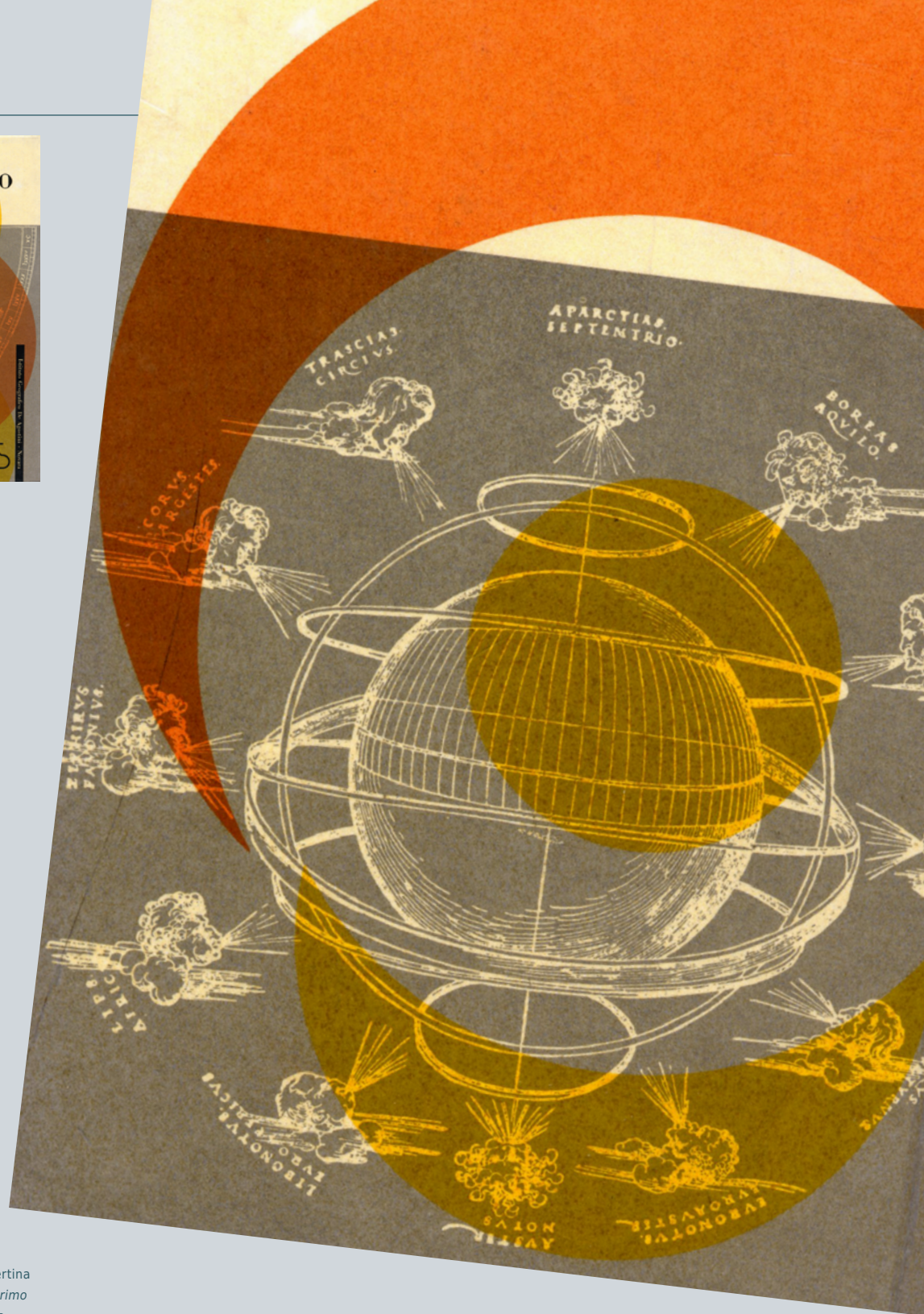
ART DIRECTOR Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Daniele Savasta, Yasar Üniversitesi, İzmir

EDITORIALE	GEOGRAFIE RELAZIONALI NELLA STORIA DEL DESIGN Marinella Ferrara, Francesco E. Guida & Paola Proverbio	9
<hr/>		
RICERCHE	SAVILE ROW IN SICILIA. INFLUENZE ED INTERFERENZE TRA LE DUE ISOLE NEL SETTORE DELLA SARTORIA MASCHILE OTTOCENTESCA EUROPEA Giovanni Maria Conti	21
	GEOGRAFIE RELAZIONALI DEL DESIGN CATALANO: DAL CENTRO ALLA PERIFERIA E RITORNO Paolo Bagnato	31
	LINA BO BARDI E LA CULTURA DELL'ABITARE IN ITALIA: DAL SOGNO ALL'ABBANDONO (1939-1946) Raissa D'Uffizi	49
	POLITICIZZARE IL MADE IN ITALY MILANESE: GIORGIO CORREGGIARI E LA MODA TRANSNAZIONALE NEGLI ANNI SETTANTA E OTTANTA Débora Russi Frasquete	72
	COESISTENZA, APPROPRIAZIONE, IDENTITÀ. DESIGN GIAPPONESE TRA ANNI TRENTA E SESSANTA: TREND GLOBALI E CULTURA LOCALE NEGLI EVENTI INTERNAZIONALI Claudia Tranti	91
	EUROPEAN PIONEERS OF SÃO PAULO CITY LETTERPRESS PRINTING: GERMAN, ITALIAN, PORTUGUESE AND FRENCH IMMIGRANTS AND THEIR CONTRIBUTION TO BRAZILIAN PRINT CULTURE Jade Samara Piaia, Fabio Mariano Cruz Pereira & Priscila Lena Farias	111
	MAPPING DESIGN METHODS: A REFLECTION ON PROJECT CULTURES Valentina Auricchio & Maria Göransdotter	132
<hr/>		
MICROSTORIE	IL BAR CRAJA (1930): DESIGN TOTALE PER UN INTERNO MILANESE (DA ROVERETO A BERLINO) Leyla Ciagà	149
	DA MEMPHIS A TOTEM: L'ASSE LIONE-MILANO NELL'IDENTITÀ DEL DESIGN FRANCESE DEGLI ANNI '80 Pia Rigaldiès	165
	LA NEW WAVE ITALIANA? DALLE ESPERIENZE DIDATTICHE INTERNAZIONALI DI WOLFGANG WEINGART ALLE MANIFESTAZIONI DEL CENTRO DI DOCUMENTAZIONE DI PALAZZO FORTUNY Monica Pastore	184
	IBERO-AMERICAN 1980S ROCK ALBUM COVER DESIGN: A COMPARATIVE STUDY Paulo Moretto & Priscila Lena Farias	200
<hr/>		
VISUAL ESSAY	A VISUAL NARRATIVE OF THE TYPOGRAPHIC LANDSCAPE IN THE EARLY YEARS OF THE JAPANESE DISTRICT OF SÃO PAULO CITY Eduardo Araújo de Ávila	217

RILETTURE	ICSID. UN «BRIDGE BETWEEN WORLDS» Raimonda Riccini	236
	ICSID A DUBLINO. IL DESIGNER VA DALLO PSICANALISTA Franco Raggi	240
	PEDALANDO SUL TRATTORE. TECNOLOGIE AD HOC PER IL TERZO MONDO Victor Papanek	246

RECENSIONI	DICIOTTO STORIE PER UNA CONTROSTORIA DELLA CULTURA TECNOLOGICA DEL PROGETTO Fabiana Marotta	254
-------------------	---	-----

IN MEMORIA	OMAGGIO AD ANNA CALVERA IL DESIGN NEL RAPPORTO TRA PAESI DEL NORD E DEL SUD Anty Pansera	263
-------------------	--	-----



Max Huber, retro e prima di copertina per il libro di Léonce Peillard, *Il primo giro del mondo*, Collana Il Timone, Istituto Geografico De Agostini, 1962 (courtesy of AIAP CDPG).

Editoriale

Geografie relazionali nella storia del design

MARINELLA FERRARA

Politecnico di Milano

Orcid ID: 0000-0002-4099-3137

FRANCESCO E. GUIDA

Politecnico di Milano

Orcid ID: 0000-0003-3679-3367

PAOLA PROVERBIO

Università Cattolica del Sacro
Cuore, Milano

Orcid ID: 0000-0001-6742-4412

PAROLE CHIAVE

Storia del design
Geografia relazionale
Decolonizzazione della storia
Centro
Periferia

Design is simultaneously global, regional, national and local. (Calvera 2005)

1. Geografie e design

La storiografia del design ha superato gli orizzonti geografici della storia moderna. Orizzonti che, per più di un secolo, hanno definito i confini del design come se fossero quasi esclusivamente coincidenti con i limiti territoriali dell'Europa occidentale (Gran Bretagna e Germania, in primis) e dell'America del Nord, il cui design è stato considerato modello a cui tendere. Un approccio, questo, che ha determinato una *grande narrativa* che, prescindendo dalle differenze culturali e ontologiche, ha appiattito e omologato la ricerca piuttosto che arricchire il dibattito su cosa includere nella storia. Le visioni geografiche della storia moderna, con le sue priorità ideologiche e metodologiche, hanno finito per inibire l'adozione di prospettive alternative.

Il tema di una geografia ampliata non è tuttavia inedito nella storiografia occidentale. Basta ricordare alcune tra le proposte generate nel corso del secolo scorso dal laboratorio degli *Annales*, in particolare alla linea di ricerca che partendo da Lucien Febvre arriva a Fernand Braudel. Ma, il cosiddetto *spatial turn* (Torre, 2017), in atto nelle discipline storiche, è l'espressione di un contesto scientifico della storiografia diversamente determinato.

Nel primo decennio del nuovo millennio è andata emergendo l'esigenza di una storia del design più estesa e anche più *inclusiva*. Le motivazioni sono da collegare principalmente alla recente estensione geografica del design. Se fino a qualche decennio fa si dibatteva sul design quasi esclusivamente nei pochi paesi industrializzati d'Europa (Italia, Germania, Gran Bretagna, paesi scandinavi e poco altro), negli USA e in Giappone, oggi lo scenario è cambiato: "... si fa design in tutto il mondo e i paesi emergenti, dalla Cina all'India al Brasile, investono in design, considerato un *plus* non solo per le aziende ma per i sistemi-paese all'acuirsi della competitività internazionale indotta dalla globalizzazione" (Pasca, 2008). Con l'estensione globale del design, anche

la ricerca storica comincia a essere praticata, e a volte dominata, da nuovi soggetti. D'altronde, da parte dei paesi della cosiddetta "periferia" è emersa una critica nei confronti dell'appannaggio della storia dei paesi del "centro",¹ recepita come una sorta di imperialismo (Guaita, 1980).

La tendenza al posizionamento identitario di *nuove storie* ha trovato sempre maggiore spazio all'interno di conferenze internazionali e a una messe di studi e pubblicazioni ormai cospicua. Non è pensabile dare qui conto della ricchezza di tutte le occasioni di confronto e della pubblicistica realizzata negli ultimi vent'anni. Però, vogliamo qui menzionare almeno qualche esempio particolarmente emblematico.

Il primo esempio è la conferenza dell'International Committee for Design History and Design Studies (ICDHS), su *La emergencia de las historias regionales* tenuta a l'Avana nel 2000. A partire da questa prima occasione di confronto, ICDHS ha operato per migliorare la comprensione delle differenze, piuttosto che la conformità nelle storie di design, oltre che dei significati di *locale, periferia, area di influenza* nell'era della globalizzazione.

Inevitabilmente, nella globalizzazione le categorie spaziali sfumano, dalle differenze tra i contesti emergono nuove questioni, e nuovi supporti critici si rendono necessari.

Il secondo è la conferenza della Design History Society sul tema *Towards Global Histories of Design: Postcolonial Perspectives*, che si è tenuta nel 2013. Questa conferenza è stata la prima della Design History Society che si è svolta al di fuori dell'Europa, precisamente ad Ahmedabad, in India. L'obiettivo dichiarato era quello di discutere la natura, il ruolo e il futuro del design all'interno di aree geografiche, culture e reti diverse da quelle più tradizionalmente esplorate dell'Europa e del Nord America.

Sulla base di queste prime occasioni, l'esigenza di orientare la ricerca a livello globale verso una visione meno parziale e standardizzata si è concretizzata in studi specifici che hanno contribuito a restituirci un panorama sufficientemente ampio delle storie nei diversi contesti geografici. Oggi abbiamo a disposizione opere collettive a livello nazionale o addirittura continentale (Fernández & Bonsiepe, 2008; Kikushi, 2011; Kikushi & Yunah, 2014) e, al tempo stesso, numerose storie e microstorie di carattere locale, attente tanto al campo della produzione quanto a quello della comunicazione. A questo si aggiunga l'apertura a un approccio "globale" della storia del design, meglio conosciuta come *World History* (Di Fiore & Meriggi, 2014; Conrad, 2015) che, iniziando dall'antologia curata da Glenn Adamson, Giorgio Riello e Sarah Teasley (2011), è poi approdata all'imponente lavoro di ampliamento geografico

operato da Victor Margolin (2015) con la sua *World Design History*, di cui *AIS/Design. Storia e Ricerche* si è specificamente occupata (Dalla Mura, 2017). In questa traiettoria si riconosce un nuovo metodo che estende la ricerca non solo all'intera geografia, ma anche all'asse del tempo, e ingloba la multiformità delle pratiche del design.

Lungo la stessa direzione, diversi autori hanno messo in discussione il concetto di stato-nazione come categoria analitica adeguata alla contemporaneità per studiare il design, che invece vive di mutue influenze tra contesti nazionali e internazionali.

Il concetto di nazione in Europa è stato sicuramente centrale nella costruzione degli Stati moderni e della loro storia. Ha contribuito all'unificazione di popolazioni diverse e allo sviluppo di un senso collettivo di identità nazionale, su cui si è immaginata e costruita una narrazione storica (Gellner, 1983; Anderson, 1991). Oggi lo stesso concetto è inteso come una costruzione artificiale e artificiosa spesso correlata all'esercizio del potere. Inoltre, con l'avanzare della globalizzazione, seppur diversi analisti avessero dichiarato la fine della nazione, abbiamo assistito a un nuovo aumento dei nazionalismi (Grosby, 2005, pp. 118-119) con pericolose derive che pongono il concetto di stato-nazione in posizione scomoda. Nella contemporaneità lo stato-nazione non rappresenta più un'unica specificità culturale, né può più essere l'unità narrativa del racconto storico.

Al riguardo, Grace Lees-Maffei e Kjetil Fallan (2016) hanno presentato la loro prospettiva transnazionale come alternativa che supera sia le storie nazionali, che implicano un carattere locale chiuso nei confini nazionali che non ha più riscontro nella realtà, sia le storie mondiali che per necessità di semplificazione tendono alla generalizzazione.

L'effetto generale di questo lavoro trasversale che ha coinvolto molti storici è stato quello di rimettere in discussione una serie di costrutti storiografici che avevano dominato per tutto il Novecento. Oltre all'idea di identità nazionale, è posta in dubbio la possibilità stessa di confinare in un'area geo-politica il design che, ricordiamolo, nasce come realtà del sistema di produzione capitalistica votato da sempre ad aprire spazi di mercato in tutto il pianeta. Oltre a ciò, l'estensione spazio-temporale ha minato il concetto di design come attività progettuale legata al solo sistema industriale, includendo le culture materiali non industriali o pre-industriali. Sono state così incorporate ricerche sull'artigianato, sull'art-design, sulle produzioni e sui materiali locali, su specifiche connotazioni culturali degli oggetti e dei loro usi, su aree e popolazioni estranee allo sviluppo socio-economico dominante, abbracciando

modalità di ricerca nuove derivanti dalle scienze sociali. La prospettiva critica che si è aperta sta, dunque, cambiando anche la *geografia tematica* della storia del design con traiettorie che intendono includere nuovi argomenti e letture critiche per supportare la comprensione delle attuali trasformazioni che investono il design.

Da questo punto di vista l'Italia non ha una tradizione di studi consolidata. Come ci ricordava Vanni Pasca nel primo numero di *AIS/Design. Storia e Ricerche* (2013),² gli studi storici italiani peccavano di una forte autoreferenzialità. Non soltanto erano pressoché sconosciuti molti studi di grande interesse condotti all'estero, ma le ricerche nazionali continuavano a essere concentrate sui profili di pochi "maestri", su un numero ristretto di aziende e su ambiti territoriali ben definiti (Milano e Brianza su tutti). Concludeva Pasca: "Tutto ciò non può non costituire un limite allo sviluppo degli studi e del dibattito teorico."

Anche sulla scia di quella preoccupazione era stata fondata la nostra rivista, che da allora ha avuto come obiettivo primario quello di allargare lo sguardo non soltanto oltre i confini nazionali, ma anche oltre una storiografia chiusa nel recinto di alcune tematiche ricorrenti e aperta al rinnovamento dei propri metodi e dei propri campi d'indagine.

In tale scenario tematico di riferimento, per questo numero di *AIS/Design. Storia e Ricerche* proponiamo il tema delle "geografie relazionali" e pubblichiamo una raccolta di studi che si confronta con un approccio tipico delle scienze sociali per la comprensione e spiegazione del design. Questo, infatti, oltre ad essere fatto di "cose", strutture materializzate (come la nazione o la comunità), individui e meccanismi, è composto soprattutto di reti e fatti sociali: un insieme intricato e complesso di intersezioni, rete di flussi e di relazioni. Questo modello di lettura, fa emergere una molteplicità di fenomeni che incidono nello sviluppo del design, come le reti professionali e la loro occupazione spaziale, l'incontro di culture e le influenze reciproche, la diversa ricezione delle idee nei vari contesti, insieme ai conseguenti processi di trasformazione che modificano soggetti e produzioni in relazione tra di loro, in sistemi dinamici, in evoluzione.

Per comprendere tali fenomeni, riteniamo sia necessario perseguire la ricerca storica con approcci privi di pregiudiziali che consentano di individuare nuove aree e casi studio, di evidenziare le connessioni e dettagliare i rapporti relazionali nella dimensione spazio-temporale, evitando le trappole delle etichettature stereotipate e superficiali che limitano e minano una comprensione storica del design più ampia, oggettiva e inclusiva.

2. I contributi

Iniziando dai contesti geografici e la storia dell'area euro-mediterranea, **Giovanni Maria Conti** presenta il primo risultato di una ricerca sulla sartoria nel meridione d'Italia, storia questa ancora in gran parte tutta da esplorare. *Savile Row in Sicilia. Influenze ed interferenze tra le due Isole nel settore della sartoria maschile ottocentesca europea* pone le basi per la ricostruzione della storia transnazionale dell'abito maschile borghese iniziata durante il periodo del protettorato inglese nella parte orientale della Sicilia (1806-1815 circa). Sullo sfondo, il contesto socio-culturale siciliano, le relazioni dell'aristocrazia siciliana con gli avventori inglesi, gli aspetti valoriali oltre a quelli legati al clima, e le tecniche sartoriali apprese da alcuni sarti siciliani inviati a Londra, sono gli elementi che hanno avuto un ruolo nell'emulazione prima e poi nella reinterpretazione dell'abito inglese, portando alla definizione di un nuovo capo d'abbigliamento divenuto identitario.

Paolo Bagnato in *Geografie relazionali del design catalano: dal centro alla periferia e ritorno* indaga l'evoluzione della cultura del design catalano, dal dopoguerra fino al VII Congresso ICSID del 1971, caratterizzata da un continuo confronto con gli altri contesti europei, nel suo alternarsi tra protagonismo e crisi rispetto al dibattito internazionale, e nel passare da una condizione di "centro" a una di "periferia" (e viceversa). Il contributo analizza le influenze, i dialoghi, le interferenze e le contaminazioni trasmesse e ricevute dalle altre culture europee.

Raissa D'Uffizi, in *Dal sogno all'abbandono: Lina Bo e la cultura dell'abitare in Italia (1939-1946)* amplia dal punto di vista geografico la discussione, ricostruendo l'ampio sistema di relazioni che ha caratterizzato la cultura del design e la sua mediazione nei primi anni '40 in Italia. L'autrice, analizzando l'attività pubblicistica di Lina Bo sulle riviste *Domus*, *Stile*, *Grazia* e *A. Attualità*, *architettura*, *abitazione*, *arte*, mette in evidenza la sua spiccata abilità nel mediare tra il ricco dibattito culturale sull'abitare e un pubblico diversificato da educare al rinnovamento della casa. Questa attività è presentata come preludio fondamentale alla successiva vita professionale di Lina Bo, in Brasile. Oltreoceano, la componente più innovativa delle esperienze precedenti, trasferita in un contesto diverso, trova nuova applicazione. La ricostruzione delle sue attività negli anni evidenzia la molteplicità di interazioni professionali che la progettista intrattenne, il suo impegno e le modalità di relazione con i lettori.

Débora Russi Frasquete in *Politicizzare il Made in Italy milanese: Giorgio Correggiari e la moda transnazionale negli anni settanta e ottanta* fa emergere

una figura ancora poco esplorata. Attraverso documenti d'archivio, evidenzia le scelte e le strategie di penetrazione nei mercati internazionali, indiano, brasiliano e giapponese, operate da Correggiari. Scelte queste che rispondono a una personale critica da parte di Correggiari, per certi versi contraddittoria, al sistema di relazione Italia-Stati Uniti preferita da buona parte del Made in Italy di quegli anni. Introducendo questo tema, l'autrice si ricollega alla letteratura del "Fashion and Politics" che costituisce oggi un imprescindibile punto di partenza per una revisione critica della storia del settore. E apre con la figura di Giorgio Correggiari una prospettiva di ricerca sui cosiddetti "margini" che "non sono una parte residuale, ma una dimensione importante, anche se trascurata" dalla storia della moda.

In *Coesistenza, appropriazione, identità. Design giapponese tra anni trenta e sessanta: trend globali e cultura locale negli eventi internazionali*, **Claudia Tranti** descrive e analizza criticamente il design della comunicazione giapponese tra modernismo internazionalista e cultura locale nell'ambito di alcuni eventi di portata globale come alcune delle edizioni dei giochi olimpici (dalle Olimpiadi fantasma di Tokyo e Sapporo 1940, alle Olimpiadi di Tokyo 1964) e la World Design Conference di Tokyo del 1960. L'analisi evidenzia l'evoluzione della cultura progettuale locale e le influenze che i dibattiti internazionali hanno avuto nell'affermazione del design giapponese.

Il contributo di **Valentina Auricchio** e **Maria Göransdotter**, *Mapping Design Methods: a reflection on project cultures* si pone invece come una dichiarazione programmatica e identifica un nuovo percorso di ricerca sui metodi del design che intende connettere la ricerca storica e i *design studies* per una più profonda comprensione della loro evoluzione. L'incrocio tra questi ambiti della ricerca non è una proposizione del tutto nuova, anzi è un argomento che ha interessato - e anche frustrato - gli studiosi fin dagli anni '90. Argomento controverso, anche all'interno dell'associazione AIS/Design, è sostenuto in modo convincente dalle autrici come strategia operativa per ottenere un impatto significativo nella didattica del design. Nel percorso delineato da Auricchio e Göransdotter, il tema della geografia e della cosiddetta "cartografia geografica" risulta fondamentale in quanto i metodi di design, solo apparentemente oggettivi e storici, sono in realtà un prodotto della localizzazione culturale e degli sviluppi storici.

Di taglio completamente differente sono invece due contributi provenienti dal Brasile. **Jade Samara Piaia**, **Fabio Mariano Cruz Pereira** e **Priscila Lena Farias** nel loro *European pioneers of São Paulo city letterpress printing:*

German, Italian, Portuguese and French immigrants and their contribution to Brazilian print culture, che completa la sezione Ricerche, si interrogano sulle influenze, le contaminazioni e le relazioni con i paesi di origine degli stampatori attivi a São Paulo agli inizi del secolo scorso, sia per quanto riguarda le estetiche dei caratteri mobili che per la provenienza delle forniture importate. Le risposte derivate, supportate da fonti primarie, hanno consentito di creare un database che aiuta a comprendere e gestire nella ricerca tali influenze transnazionali, e a ricostruire la cultura della stampa locale e non ultimo il processo di industrializzazione che aveva fatto della città di São Paulo un importante centro editoriale e tipografico.

Paulo Moretto e Priscila Lena Farias con *Ibero-American 1980s rock album cover design: a comparative study* (nella sezione Microstorie) spostano l'attenzione agli anni ottanta e alla produzione visiva applicata alle cover per i gruppi rock della regione. Una ricerca microstorica che analizza le influenze e i riferimenti tra le culture visuali di differenti aree geografiche e che apre a una migliore comprensione dei rapporti tra locale e globale e in particolare di come i trend globali possano essere assunti e trasformati attraverso interpretazioni a livello locale.

La microstoria *Il Bar Craja (1930): design totale per un interno milanese (da Rovereto a Berlino)*, presentando un caso di "opera d'arte totale", mette in evidenza le affascinanti e molteplici relazioni intraprese dall'autore, l'architetto trentino Luciano Baldessari, tra gli anni dieci e gli anni quaranta, con artisti (tra pittura, cinema e teatro) e progettisti dell'avanguardia europea (italiani, tedeschi, austriaci), e statunitensi. La ricchezza di tali esperienze relazionali, di cui narra **Leyla Ciagà**, si è riflessa nel progetto del celebre bar milanese "che ha rappresentato le aspirazioni di un nutrito gruppo di artisti", e, allo stesso modo, nel seguito del lavoro di Baldessari. La minuziosa analisi del bar a Milano e ancor più la mappatura della rete di relazioni ha informato il recente progetto dell'Archivio digitale di Luciano Baldessari all'interno del quale il bar Craja è stato ricostruito digitalmente.

Collegandosi alla vicenda del fenomeno Memphis, **Pia Rigaldiès** con il testo *Da Memphis a Totem: l'asse Lione-Milano nell'identità del design francese degli anni ottanta* porta in superficie il caso delle influenze transnazionali e dei trasferimenti culturali tra l'avanguardia italiana della prima metà degli anni ottanta, notoriamente costituita da un gruppo internazionale di progettisti sotto la guida di Ettore Sottsass, e i giovani ebanisti del gruppo lionese Totem. L'analisi è stata realizzata sulla base delle testimonianze orali degli

ex-membri del gruppo Totem raccolte dall'autrice, ed enfatizza il ruolo chiave che questi hanno avuto nell'introdurre in Francia il design postmoderno.

Monica Pastore, con il suo *La New Wave italiana? Dalle esperienze didattiche internazionali di Wolfgang Weingart alle manifestazioni del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny*, ha inteso indagare invece sull'influenza e i contributi portati da un protagonista della scuola svizzera. Weingart, infatti, già tra fine anni sessanta e i primi settanta aveva portato avanti istanze che hanno contribuito nel decennio successivo a far acquisire alla progettazione grafica una nuova identità anche grazie alle sperimentazioni e alle possibilità offerte dal digitale. La sua influenza è particolarmente evidente in Europa e Stati Uniti, nella New Wave californiana e nel lavoro di April Greiman, ad esempio. Il contributo di Pastore, oltre a ricostruire la mappa delle geografie relazionali che hanno diffuso il movimento di qua e al di là dell'oceano, evidenzia l'attività culturale di promozione della grafica estera contemporanea del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny a Venezia e quanto questa sia meritevole di aver introdotto in Italia non solo i protagonisti della *New Wave*, ma anche di aver diffuso le nuove istanze tecnologiche e linguistico-espressive.

In questo numero di *AIS/Design. Storia e Ricerche* si è deciso di inaugurare la nuova sezione *Visual Essay* pubblicando il contributo di **Eduardo Araújo de Ávila**, *A visual narrative of the typographic landscape in the early years of the Japanese district of São Paulo City*. L'autore esamina il paesaggio tipografico di Liberdade, quartiere di São Paulo del Brasile caratterizzato dall'inizio del XX secolo da una forte immigrazione asiatica e giapponese in particolare, attraverso alcune fotografie realizzate tra gli anni trenta e i settanta. Nell'analizzare il rapporto tra tipografia, scrittura e contesto urbano, l'autore afferma il concetto di quanto gli elementi tipografici costituiscano delle vere e proprie rappresentazioni dell'identità del luogo (e che, di conseguenza, di quanto ne vadano a definire il patrimonio visivo) oltre che riferimenti storico-culturali per la comunità locale.

Per completare il quadro relazionale, nella sezione *Riletture*, introdotti da **Raimonda Riccini**, riproponiamo due articoli pubblicati nel 1978 su *Modo*. Il primo, a firma di **Franco Raggi**, intitolato *ICSID a Dublino. Il designer va dallo psicanalista*, è apparso sul n. 6. L'autore, al tempo caporedattore della rivista, nel documentare del congresso ICSID tenutosi a Dublino riporta le riflessioni sul ruolo del designer e sulle possibilità di conciliazione tra le esigenze economiche dei paesi industrializzati e il diritto del "terzo mondo" a uno sviluppo equilibrato. Tematiche, quelle discusse all'epoca a Dublino, di attualità ancora oggi.

Il secondo articolo che riproponiamo è *Pedalando sul trattore. Tecnologie ad hoc per il terzo mondo* di **Victor Papanek** pubblicato nel successivo n. 7 della stessa rivista, in cui l'autore affronta la tematica delle tecnologie e delle modalità di definizione di una cultura materiale coerente con i contesti dei paesi emergenti. Pur utilizzando quella che potrebbe essere oggi una definizione antiquata, ovvero quella di "paesi sottosviluppati", Papanek nel descrivere alcuni casi ed esperienze paradigmatiche, parla di "anticolonialismo progettuale", affrontando e riflettendo in modo anticipatorio (se non premonitore) su vicende e questioni, anche in questo caso, decisamente attuali.

La recensione di **Fabiana Marotta** è dedicata al volume curato da Massimo Perriccioli, dal titolo *Architettura, Design e Cultura Tecnologica. Il racconto di 18 protagonisti del Novecento*. La raccolta, nel presentare in maniera autonoma esperienze teoriche e progettuali note, costruisce una tessitura di una "mappa aperta" per una storia della cultura tecnologica del novecento e una "geografia" critica composta di materiali utili a una riflessione sulla complessità che caratterizza la contemporaneità.

A chiudere questo numero di *AIS/Design. Storia e Ricerche* l'omaggio di **Anty Pansera** ad Anna Calvera (1955-2018), la collega e amica che può essere definita a pieno titolo come una grande protagonista della cultura del progetto, già membro del comitato scientifico del nostro journal. Un omaggio dovuto, non solo per il suo percorso professionale e di ricerca, ma soprattutto, per quanto ci riguarda, per i tanti contributi di riflessione e mappatura sulla storia del design, tra locale e globale, e di costruzione di quelle che lei stessa aveva definito "storie intrecciate del design".

Riteniamo che questo numero di *AIS/Design. Storia e Ricerche*, nel comporre tasselli di ricostruzioni storiche che pongono in evidenza la fluidità dei flussi relazionali di variegate articolazioni territoriale - persone, idee, oggetti e informazioni che trapassano confini -, come anche dei tagli storiografici diversificati, richiama alla necessità di una comprensione più profonda e multiforme della storia del design. Il tema delle geografie e ancor più delle relazioni geografiche nella storia del design non è sicuramente esaurito, anzi, ci auguriamo che quanto proposto possa sollecitare nuove ricerche, alimentando il dibattito sulla storia del design presente e futura.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ADAMSON, G., RIELLO, G., TEASLEY, S. (2011) (eds.). *Global Design History*. Routledge.
- ANDERSON, B. (1991). *Comunità immaginate. Origini e fortuna dei nazionalismi*. Laterza.
- CONRAD, S. (2015). *Storia globale: un'introduzione*. Carocci.
- DALLA MURA, M. (2017). Victor Margolin, "world history of design". *AIS/Design. Storia e Ricerche*, 5(10), 235-245. http://www.aisdesign.org/aisd/margolin_world-history-design-review.
- DI FIORE, L., & MERIGGI, M. (2014). *World history. Le nuove rotte della storia*. Laterza.
- FALLAN, K., & LEES-MAFFEI, G. (2016) (eds.). *Designing Worlds: National Design Histories in an Age of Globalization*. Berghahn.
- FERNÁNDEZ, S., & BONSIÉPE, G. (2008) (eds.). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Editora Blücher.
- GELLNER, E. (1983). *Nations and Nationalism*. Cornell University Press.
- GROSBY, S. (2005). *Nationalism: A Very Short Introduction* by Steven Grosby. Oxford University Press.
- GUAITA, E. (1980). Imperialismo e ricerca storica. *Studi Storici* 2, 241-253
- HUPPATZ, D. J. (2015). Globalizing Design History and Global Design History. *Journal of Design History*, 28(2), 182-202.
- KIKUSHI, Y. (2011). Design Histories and Design Studies in East Asia: Part 1. *Journal of Design History*, 24(3), 273-282.
- KIKUSHI, Y., & YUNAH, L. (2014). Transnational Modern Design Histories. *Journal of Design History*, 27(4), 323-334.
- PASCA, V. (2008). Il design oggi. *op.cit.*, 131), 18-35.
- PASCA, V. (2013). Design. Storia e storiografia. *AIS/Design. Storia e Ricerche*, 1(1), 7-23.
- TORRE, A. (2017). Un «tournant spatial» en histoire? Paysages, regards, ressources pour une historiographie de l'espace. *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 63(5), 1125-1144.

NOTE

¹ La volontà di affrancamento dalla storiografia moderna si intreccia alla rivendicazione politica, culturale, sociale ed economica da parte dei paesi emergenti.

² Il testo è la trascrizione del saggio pubblicato in: Pasca, V., & Trabucco, F. (1995). *Design. Storia e storiografia. Atti del Primo convegno internazionale di studi storici sul design*. Esculapio.

Max Huber, retro e prima di copertina per il libro di Jean Cocteau, *Il mio primo viaggio*, Collana Il Timone, Istituto Geografico De Agostini, 1964 (courtesy of AIAP CDPG).



Ricerche

Savile Row in Sicilia

Influenze ed interferenze tra le due Isole nel settore della sartoria maschile ottocentesca europea

GIOVANNI MARIA CONTI

Politecnico di Milano

Orcid ID 0000-0003-2451-4172

Quando si parla di moda e design si assume come tipico il concetto di contemporaneità; nel seguente saggio, attraverso l'analisi di alcuni documenti di archivio e di testi bibliografici specifici, si è indagato come il settore della sartoria maschile abbia trovato nel Sud Italia, e precisamente in Sicilia quando l'Isola divenne protettorato inglese - dal 1806 circa e fino al Congresso di Vienna del 1815 -, una propria espressione caratteristica e un'identità ben definita, frutto dell'incontro tra il particolare tessuto storico e sociale dell'Isola e la divisa dell'uomo borghese codificata in un'altra Isola, l'Inghilterra dell'Ottocento.

Potrebbe apparire un paradosso, e, probabilmente entro certi limiti, proprio nel paradosso risiede il fascino della ricerca sul passato perché, pur differenziandosi dalle altre tradizioni sartoriali italiane, quella del Meridione ha generato un "prodotto moda" unico e un modo altrettanto caratteristico di fruizione, sempre in accordo con il contesto in cui era inserito. Questo perché, prima e più ancora rispetto alla donna, l'uomo ha adoperato la propria apparenza vestimentaria come specchio ideologico, culturale e sociale del proprio essere.

Attraverso una metodologia analitica, basata sulla lettura di immagini, foto d'archivio e la letteratura di riferimento, sarà possibile comprendere come l'incontro tra la sartoria inglese e il tessuto socio-culturale del Sud Italia ha dato, non a caso, origine a un'interpretazione peculiare del modo di vestire maschile e della sartoria tradizionale; la riflessione sull'abbigliamento dell'uomo occidentale porta a pensare a una divisa sempre simile a sé stessa e con poche variazioni sostanziali nel tempo. La stessa espressione divisa è quanto di più adatto se si pensa che l'abito maschile, così come lo conosciamo oggi, nasce quando la borghesia dell'Ottocento decide di imprimere uno stacco netto alle disuguaglianze sociali, il cui risultato sarà un modello che è attualmente in uso e che ha dato carattere a ciò che oggi viene identificato come abbigliamento maschile italiano.

PAROLE CHIAVE

Industria dell'abbigliamento
maschile

Tradizioni locali

Moda

Design

Sicilia

1. L'abito borghese

La riflessione sull'abbigliamento dell'uomo occidentale porta a pensare a una divisa sempre simile a sé stessa e con poche variazioni sostanziali nel tempo. Già l'espressione *divisa* è di per sé assai pertinente se si pensa che l'abito maschile, così come lo conosciamo oggi, nasce quando la borghesia dell'Ottocento decide di imprimere uno stacco netto alle disuguaglianze sociali, e dunque alle mode voluttuarie, dell'*ancien régime* (Levi Pisetzky, 1997). Questo perché, prima e più ancora rispetto alla donna, l'uomo ha adoperato l'abito come specchio ideologico, culturale e sociale del proprio essere soprattutto con l'ascesa della classe sociale borghese (Davis, 1993), che a partire dal Settecento divenne la classe moderna e lo specchio del mutamento dei tempi; l'uomo, attraverso l'abito, esprime il suo essere parte di una società non per ereditarietà di un titolo, tramandato di padre in figlio, ma perché inserito in una società civile fatta di professionisti e commercianti la cui dignità, e talvolta la cui ricchezza, sono il risultato del lavoro svolto e riconosciuto dalla stessa società civile.

Il principio del vestire nell'*ancien régime*, indifferentemente per donne e uomini, era "far vedere ed essere visti" (Morini, 2006): la moda era appannaggio delle classi dominanti e ne dimostrava la superiorità in termini di ricchezza e potere rispetto al popolo.

È in questo periodo che l'Illuminismo iniziava a mettere in discussione un assetto sociale basato sui privilegi divini che l'aristocrazia vantava di possedere; considerava lo sfarzo come qualcosa di affine al principio economico dello spreco e vedeva nel lusso (Muzzarelli & Campanini, 2003) il risultato di una società mercantilistica, prima, e capitalista, poi. A questo rispose la cultura inglese, basata su principi calvinisti e puritani, che vedeva nella ricchezza un segnale del favore divino che non poteva essere sperperata per la propria vanità personale, ma doveva essere gestita in nome della comunità. L'aspetto esteriore non era in relazione diretta con l'importanza sociale della persona e modestia e moderazione diventarono le doti da comunicare attraverso l'abito; il completo composto da marsina, sottomarsina, camicia e pantaloni rimase invariato, ma venne realizzato in tessuti in tinta unita o neri e la seta lasciò il posto alla lana senza decori né ricami. Era una sobrietà programmatica, scelta da chi voleva distinguersi dallo sperpero sfrenato degli aristocratici e dei cortigiani, opponendo al loro ozio un impegno produttivo e culturale che modellava il proprio aspetto su quello della tradizione terriera e degli intellettuali ecclesiastici (Barthes, 2006, p. 78).¹ L'ostentazione diretta dell'abito fu orientata a comunicare le qualità e i valori astratti di intelligenza, lungimiranza negli affari o valori concreti quali il benessere e la comodità. Contemporaneamente, anche per la donna si inventò un modello estetico

vestimentario borghese coerente a quello maschile e contrapposto a quello delle cortigiane. Tuttavia, come si vedrà, il modello femminile borghese, pure esaltando la morigeratezza, la virtù e la comodità, sarà sottoposto alle mode, mentre quello maschile, verrà istituzionalizzato. La differenza di genere divenne una chiave di lettura del modello vestimentario moderno, sia in termini di fogge sia soprattutto nella diversa adesione alla logica del cambiamento. L'accostamento al potere da parte dell'uomo borghese, le caratteristiche morali e intellettuali che egli si trovò a rappresentare, divennero delle norme immutabili, quindi anche l'abito divenne una *divisa* che dimostrava l'appartenenza ad un certo archetipo di società che da lì in poi venne descritta come moderna. Il lusso borghese fu tradotto nel comfort e nell'eleganza di matrice inglese. Il concetto di comfort si tradusse in una serie di lussi funzionali, che potevano essere resi possibili da una società che tendeva alla tecnologia e al progresso nelle scienze. La borghesia, ad esempio nei propri alloggi, ebbe accesso a facilitazioni tecnologiche come acqua corrente, luce e gas che non era facile introdurre in residenze aristocratiche antiche e monolitiche.

2. L'eleganza. Ovvero il mito della *misura*

Il concetto di eleganza inteso dalla società borghese ottocentesca non riguardava solo il tema del vestire, ma abbracciava l'intero modo di essere. Nel suo *Trattato della vita elegante*, Balzac (2011) ne parla in termini di "superiorità morale", che a suo parere giustifica "il gran pregio dato dai più all'istruzione, alla purità del linguaggio, alla grazia nei modi, [...] alla perfezione di quel che deriva dalla persona" (p. 13). Non era sufficiente, infatti essere nobili o essere borghesi per essere eleganti, ma l'eleganza era il frutto duplice di un apprendimento, di un'abitudine e di un gusto innato dell'intelletto. Del resto, non è difficile comprendere come in una società fondata sul lavoro, sul risparmio e sulla ragionevolezza, lo spreco fine a sé stesso, visto come il modello di consumo della nobiltà, fosse considerato una colpa.

Bisognava, dunque, spostare l'attenzione del vivere sociale sui valori della semplicità, della sobrietà, della proprietà, della naturalezza. Se è vero che l'abbigliamento è espressione della società (Balzac, 2011), il modo di vestire non tardò ad adeguarsi. La scelta di un abito appropriato all'occasione d'uso non era ancora eleganza, attitudine che dipendeva dal modo di indossare qualcosa, ma era già una forma di buona educazione. "Per essere vestiti in modo corretto, bisogna farsi notare il meno possibile in seno alla civiltà" (Loos, 2016, p. 8). I soli colori ammessi per la vita pubblica furono il bianco e il nero, con qualche relativa flessibilità sul colore dei panciotti, al punto che Baudelaire definì i suoi contemporanei come "un'immensa sfilata di becchini" (Foucault, 1994, p. 224). Il principio di uguaglianza richiedeva una divisa che

non ostentasse alcuna differenza gerarchica o lusso apparente, ma si riuscì ad aggirare il principio democratico introducendo un certo numero di differenze formali, affidate ai dettagli: i tessuti, le cravatte, i gilet, la perfezione nel taglio degli indumenti, il candore e la pulizia, la stiratura, la sapienza di annodatura di una cravatta, la fattura dei propri indumenti.

3. Due Isole legate dalla sartoria

La sartoria inglese andò a semplificare e rendere più sobrie le tipologie vestimentarie già in uso da parte degli uomini contemporanei. Il vestire e le tecniche sartoriali militari furono adattati a creare abiti civili dalle linee pratiche e pulite. Il capo base del guardaroba rimase il frac o abito, una corta giacca aderente con delle code posteriori, a cui presto si accostò la redingote; alla giacca erano accoppiati pantaloni aderenti chiusi al ginocchio da cui spuntavano le calze che, nella bella stagione, venivano indossate con delle scarpe di velluto mentre, durante la stagione invernale, venivano sostituite da alti stivali. La camicia era stata molto semplificata, la cravatta, come unico vezzo, era una lunga striscia di batista bianco che veniva indossata facendo fare più giri intorno al collo e fermata con un piccolo nodo. Il gilet, infine, meglio se in tinta unita, completava l'uniforme. L'unico accessorio ammesso dalla solida borghesia lavoratrice era il cappello cilindro, mentre i bastoni erano riservati a chi aveva vezzi di dandismo. Come è evidente, la linea di questi capi era molto rigida e rispecchiava la tecnica delle uniformi militari che ne era stata all'origine; non a caso, le sartorie che si installarono in Savile Row a Londra, servivano il quartiere degli ufficiali militari prima di diventare le sartorie di riferimento dell'abbigliamento maschile inglese e poi europeo. È importante tener presente che il fisico dell'uomo dei primi decenni del XX secolo era solitamente minuto e poco tonico, sia per scarsa dimestichezza con lo sport, sia a causa di un'alimentazione meno ricca e a un limitato apporto vitaminico rispetto ad oggi. Dalla metà degli anni venti i canoni estetici cambiarono e la fisicità acquistò un'importanza mai avuta prima grazie alla scoperta della pratica sportiva. L'incontro tra la sartoria inglese e il tessuto socio-culturale del Sud Italia ha dato, non a caso, origine a un'interpretazione peculiare del modo di vestire maschile e della sartoria tradizionale, che esiste ancora oggi e che ha dato carattere all'abbigliamento maschile oggi identificato come italiano.

4. Gli inglesi in Sicilia

Il modo di vestire all'inglese arrivò nel Meridione, e soprattutto in Sicilia, per la diretta presenza degli inglesi sul territorio; le modalità di contatto principali si possono ricondurre a tre tipologie: per il Grand Tour, per i rapporti commerciali, per i rapporti politici.

Il Grand Tour nel Sud Italia rappresentava sin dal XVIII secolo il viaggio di formazione che i nobiluomini inglesi e poi europei compivano alla ricerca delle proprie origini storiche e culturali; la Sicilia, i vulcani ed i tesori greci e barocchi dell'isola erano tra le mete preferite tanto che Friedrich Maximilian Hessemer (1992) scriveva nelle sue *Lettere dalla Sicilia* all'inizio dell'800 "la Sicilia è il puntino sulla i dell'Italia, [...] il resto d'Italia mi par soltanto un gambo posto a sorreggere un simil fiore" (p. 67). Allo stesso tempo, anche gli studenti di arte da tutte le parti di Europa venivano in Italia a imparare dagli antichi modelli. La Sicilia offriva la possibilità di studiare l'arte greca senza dover affrontare il viaggio in Grecia, all'epoca dominio turco, con i rischi e le proibizioni che questo comportava.

Tra il 1806 e il 1815 Lord William Bentinck assume il ruolo di ambasciatore in Sicilia per cui l'Inghilterra esercitava un ruolo di vero e proprio protettorato dell'isola a seguito delle varie rivoluzioni che, a partire da quella giacobina del 1798, avevano costretto il re Ferdinando I di Borbone a vari momenti di esilio. Gli inglesi, sempre a fianco al re, non permetteranno a che l'Isola possa cadere in mani francesi; per questo, Ferdinando riconoscerà all'Ammiraglio Horatio Nelson il titolo di Duca di Bronte e concederà, nel 1812, una nuova Costituzione di tipo britannico concentrata a diminuire i privilegi della nobiltà, estendendone il controllo su quelli ecclesiastici e andando verso un sistema di diritti e di doveri rispetto ad un sistema feudale di latifondi in cui, grandi appezzamenti di terreno, in mano a poche famiglie detentrici di titoli nobiliari e privilegi sulle popolazioni, aveva ancora una modalità tipicamente medioevale. L'economia del regno era principalmente agricola e i primi commercianti inglesi si concentrano su questi prodotti: nel 1812 Benjamin Ingham aveva già costruito il suo *baglio* per la produzione e l'esportazione del vino Marsala. Nello stesso anno costituì a Palermo la Casa di Commercio Ingham & C. dedicandosi all'importazione dall'Inghilterra di tessuti di lana e di cotone di varie qualità da vendere all'ingrosso in Sicilia. Tra il 1795 ed il 1801 Joseph Hopps, originario di un villaggio nel West Yorkshire, divenuto capostipite della famiglia Hopps in Sicilia, svolse un'intensa attività commerciale trasportando e vendendo soprattutto il vino prodotto nella fascia costiera della Sicilia Occidentale nella città di Londra.

Non meno importante fu l'aspetto familistico tra borghesi inglesi e nobili siciliani. Infatti, la nuova classe internazionale di imprenditori divenne in poco tempo detentrica della maggior parte delle fortune dell'Isola, cominciando a guardare con interesse agli aristocratici che, talvolta, non riuscivano a difendere i propri patrimoni. Nacquero così diversi matrimoni misti e, come riportato nella raccolta araldica² siciliana dell'epoca, ciò determinò un nuovo assetto sociale per il Regno delle due Sicilie. Per questo, i Borbone poterono contare

sull'appoggio incondizionato di alcune famiglie della migliore nobiltà siciliana, tra cui la famiglia Filangeri di origini normanne; la famiglia aristocratica normanna dei Gravina con i principi di Palagonia e Ramacca; la famiglia Alliata originaria di Pisa; la famiglia Naselli che ottenne il principato d'Aragona; la famiglia Paternò di nobiltà millenaria e una e quella dei Lanza di Trabia.

È in questo clima che si inserisce la terza occasione: gli aristocratici palermitani accolsero gli inglesi nei loro salotti e ne impararono la lingua. Gli inglesi esportarono il loro stile di vita e, con esso, non solo le loro idee e la loro cultura, ma anche i loro consumi.

Uno di questi fu quello della moda.

5. Londra-Palermo. Influenze ed interferenze

“Siamo nel pieno della Belle Époque e la Sicilia, in particolare Palermo, è al centro di un fervente mecenatismo promosso da famiglie importanti come quella dei Florio, passata alla storia per il ruolo predominante che ebbe nella sfera economica e sociale dell'isola. Questa facoltosa famiglia non si limitò solo a incentivare lo sviluppo delle compagnie navali, delle industrie vinicole dell'oggi famosissimo Marsala, del commercio e dell'allevamento di tonno presso l'isola di Favignana, ma promosse tutta una serie di iniziative culturali che richiamarono in Sicilia aristocratici e borghesi provenienti da America ed Europa, in particolare dall'Inghilterra” (Antignani, 2020).

L'interferenza, e l'influenza, del costume inglese con il pubblico meridionale, soprattutto in Sicilia, determina un cortocircuito culturale assai interessante. Se il nuovo modo di vestire all'inglese era sinonimo di classe borghese, in cui l'abito era la divisa che rispondeva a dei canoni specifici, l'accezione stessa di “borghese” (Naldini, 2005) dovette essere notevolmente ridimensionata essendo i ceti aristocratici i primi ad aver aperto le porte ai nuovi coloni inglesi. Furono questi i primi che subirono il fascino della sobria eleganza del loro vestire e furono loro a commissionare i propri abiti ai sarti siciliani formatisi direttamente a Londra.

L'adozione del vestire moderno da parte dell'aristocrazia siciliana comportò un'altra sostanziale modifica nella ricezione del messaggio che quel modello si proponeva di portare. Se, infatti, la divisa maschile era frutto dei principi della democrazia, della laboriosità e della discrezione, questo aspetto ideologico era del tutto trascurato dal nobile siciliano che la adottava. L'interpretazione che il nobiluomo meridionale poteva dare della divisa maschile era innanzitutto la comunicazione di un privilegio, poiché la nuova moda era indice di apertura, e soprattutto di possibilità di apertura, verso l'estero e il moderno inteso come praticità, anche nel vestire. La laboriosità non era parte dei valori della nobiltà e il principio della discrezione fu interpretato in maniera

dualistica, perché se da una parte era un'aperta rottura con i fasti dell'*ancien régime*, dall'altro fu aggirato con disinvoltura, grazie ad un atteggiamento assimilabile al dandismo che fu subito abbracciato dai gentiluomini siciliani. Fu soprattutto la decontestualizzazione ideologica e quest'ultimo atteggiamento che permisero al modello inglese di essere messo in discussione, rimaneggiato e ricreato secondo i valori locali.

Non bisogna poi dimenticare altri due aspetti, più marcatamente tecnici, ma ugualmente importanti nello sviluppo di una sartoria tipica meridionale: il primo aspetto era quello climatico; la mitezza del clima indubbiamente rendeva necessario riadattare dei capi pensati e realizzati per altri ambienti geografici e di temperatura. Il secondo aspetto riguardava la notevole diversità che assumeva l'anatomia di un abitante dell'Europa settentrionale o atlantica rispetto alle proporzioni e alle conformazioni più minute di un uomo meridionale. Partendo da questi presupposti emergerà una sartoria diversa rispetto a quella inglese con un prodotto profondamente differente dalla divisa del borghese anglosassone.

Un'eccezione fu rappresentata dal sarto palermitano Giuseppe La Parola e suo figlio, Giuseppe junior; quest'ultimo venne mandato a studiare direttamente a Savile Row, presso Henry Poole, per importare le tecniche sartoriali della costruzione dello smoking poco tempo prima inventato proprio in quella sartoria. Ma, in generale, al contrario della giacca sostenuta e modellata di Savile Row, la costruzione della giacca sartoriale in Sicilia fu estremamente morbida; questa, in buona parte rinuncia a comunicare l'importanza e l'austerità del gentleman inglese a favore di un capo più malleabile, quindi più comodo, disinvolto e capace di essere indossato senza fatica. Ad esempio, Paolo Lo Re, famoso sarto catanese, diventa un punto di riferimento per il suo studio sull'alleggerimento dei capi di abbigliamento in un momento in cui i tessuti tradizionali erano ancora piuttosto pesanti (Giornata di studi, 1962). In Sicilia, dunque, la giacca diviene il capo iconico della commistione tra l'estrovertita tradizione mediterranea e la sobrietà inglese nascendo da presupposti tecnici importanti quali la spalla insellata con la spallina interna, i revers a lancia, il taschino per la pochette disegnato a barchetta e, per dare struttura al doppiopetto, una teletta rigida.

6. Per un'eleganza *nonchalance*

La concezione minimalista della sartoria meridionale (Correnti, 2003), sulla quale avrà avuto sicuramente influenza anche l'esigenza climatica, elimina tutto ciò che è superfluo per concentrarsi sulla naturalezza conferita dai davanti, che tendono ad aprirsi, allontanandosi gradualmente uno dall'altro, dall'alto verso il basso, con un effetto prodotto dalla lavorazione sapiente-

mente molleggiata e dalla manipolazione del tessuto. La giacca presenta dei drappeggi e delle pieghe verticali in più punti, particolari che nella sartoria inglese sarebbero stati considerati degli errori antiestetici. Non vengono però modificate tutte le usanze. I punti di attenzione della giacca sono la spalla, la manica e il davanti. La spalla è naturale, cioè non rettificata, né prolungata oltre il suo punto reale per mezzo di spalline o imbottiture. La spalla si congiunge a un giromanica molto stretto che permette movimenti comodi del braccio senza che la giacca si sposti. La manica è inserita in un giromanica quasi circolare; la lentezza della manica rimane morbida, sulla manica, e si traduce in pieghe verticali che producono quella che, a Napoli, viene definita manica *a mappina*. La tromba della manica prosegue assottigliandosi al fondo, come farebbe il muscolo di un braccio naturale. Il *cran*, cioè lo spacco triangolare tra collo e bavero, si trova molto in alto, in modo da slanciare la figura. Soprattutto nella tradizione partenopea, adottata poi in Sicilia, il bavero è ripiegato con una curvatura modellata che si disperde gradualmente. Spesso la sua piega è impostata in modo che la giacca, a tre bottoni, in realtà ne mantenga solamente due utili, con il bottone più alto ripiegato dentro il *rever*, e che all'occorrenza può essere rigirato e chiuso. Il bavero tende ad essere più largo rispetto a quello tradizionale, sempre in un'ottica che tenta di ampliare visivamente l'area del davanti.

Il punto vita è profondo ma sfumato. Si distingue perché inizia piuttosto in alto e viene disperso intorno all'altezza naturale. Anche questo accorgimento ha l'effetto di allungare apparentemente la figura umana, astuzia di notevole utilità, considerando che la statura maschile in Sicilia era inferiore rispetto a quella di un nordeuropeo. La parte anteriore appare più lunga di quella posteriore, proprio per la tendenza a correre dietro e a scivolare diversamente; grande attenzione si presta nella prima fase di applicazione delle tele, che, quando presenti, sono molto leggere e tagliate leggermente in sbieco, sagomate con *pences* ed infine applicate ai davanti in modo da ottenere capacità interna senza che dall'esterno il lavoro appaia troppo voluminoso. Altra caratteristica ricorrente nella costruzione della giacca sono le *pences* anteriori lunghe fino al fondo, che riescono ad appiattire il davanti e dare imponenza asciugando allo stesso tempo l'ammontare di tessuto e, quindi, la figura. Inoltre, la sapiente manualità artigianale sarà posta nei dettagli: il taschino, non diritto ma *a barchetta*, sarà leggermente incurvato ed obliquo come lo scafo di una piccola barca. Sempre in tema di tasche, le si può trovare applicate sul davanti, delineate da forme curve dette *a pignata*, cioè come i fianchi curvi di una pentola. Anche la doppia impuntura accentua la tradizionale cucitura fatta a piccoli punti a mano lungo tutti i bordi del capo. Le asole, eseguite a mano, sono ravvicinate tra loro, in modo da far accavallare leggermente i bot-

toni in sequenza. Oltre alla famosa spalla naturale, va aggiunta un'ulteriore costruzione della spalla frequente nei capi più formali, la spalla detta *insellata*: qui il collo risale maggiormente accentuando il dislivello con la spalla, che viene coperto con un'iperbole concava. La forma è assicurata da una leggera imbottitura e da un rollino che pur mantenendo l'ampiezza naturale della spalla, dona una caduta più liscia all'attaccatura della manica.

7. Conclusioni

L'importanza che occupava la cultura dell'artigianato sartoriale nel Sud Italia è testimoniata dalla fondazione di confraternite di categoria, come la Confraternita dell'Arte dei Giubbonari e dei Cositori istituita a Napoli nel 1351. Il ruolo che il sarto assumeva era quello di un artigiano altamente qualificato, la stessa etimologia di *custureri*, o sarto in siciliano, termine che risale al dominio normanno da *couturier*, conferma che questa forma di artigianato era già ben strutturata tre secoli prima dell'arrivo della sartoria inglese sul territorio.

La relazione tra l'abbigliamento moderno inglese e il pubblico siciliano ha prodotto un effetto ben preciso sulla tradizione sartoriale siciliana: ha formato sì un gusto rilassato e comodo ma molto più equilibrato e meno esuberante rispetto ad altri contesti meridionali, come ad esempio a Napoli. Il pubblico dei nobili siciliani, infatti, amava sì coccolarsi nel lusso e nelle ricercatezze sartoriali, ma preferiva farlo in modo più discreto e raffinato, con una maggiore nonchalance, rispetto ai loro pari napoletani. Questo nuovo ambiente sociale fece arricchire e accrescere la credibilità della sartoria palermitana oltre ad aver formato un gusto più in linea con il *genius loci* della regione. Come si evince dai documenti e dalla bibliografia analizzata, ciò che per l'Inghilterra rappresenta l'abito moderno della classe borghese, in Sicilia assume aspetti interessanti per rivisitare un costume, quello dell'aristocrazia, legato a stili e modi di vestire che, ancora a metà Ottocento, sono ancora legati alle mode delle corti settecentesche.

L'incontro tra la sartoria inglese e il tessuto socioculturale del Sud Italia ha dato origine a un'interpretazione peculiare del modo di vestire maschile e della sartoria tradizionale. Interessante è l'aneddoto della coppola siciliana, come ricorda Alberto Bassi (2007) "come era accaduto in altri contesti geografici, sociali ed economici, il berretto floscio o *driving cup* o coppola - quest'ultimo nato come copricapo povero prodotto artigianalmente in Sicilia - diviene corredo dell'abbigliamento informale e sportivo" (p. 88). Due Isole, l'Inghilterra e la Sicilia, collegate dal filo sartoriale dei molti sarti che, appresa la tecnica a Londra e il *modo di fare* all'inglese per la produzione di abiti borghesi, rientrano in Sicilia per adattare quelle conoscenze manuali ad una

società fortemente legata ai suoi riti dominati dall'aristocrazia borbonica. Un *shift* di significati che impongono una modifica del modello estetico, un adattamento al pubblico che ne avrebbe usufruito in cui il messaggio di un medesimo capo di abbigliamento differiva in base a chi lo avrebbe decodificato.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ANTIGNANI, P. (2020, 5 ottobre). *Appunti di Stile: la giacca siciliana*. Eleganza del gusto. <https://www.eleganzadelgusto.com/appunti-di-stile-la-giacca-siciliana/>.
- BALZAC, H. (1992). *Trattato della vita elegante*. TEA.
- BARTHES, R. (2006). *Il senso della moda*. Einaudi.
- BASSI, A. (2007). *Design anonimo in Italia. Oggetti comuni e progetto incognito*. Electa.
- CORRENTI, S. (2003). *Storia di Sicilia. Come storia del popolo siciliano*. Brancato Editore.
- DAVIS, F. (1993). *Moda. Cultura, Identità, Linguaggio*. Baskerville.
- FOUCAULT, M. (1994). *Archivio Foucault. Interventi, colloqui, interviste*. (Volume 3). La Feltrinelli.
- Giornata di studi sull'arte sartoriale italiana*. (1962, 26 febbraio). Fondazione Maestrelli.
- HESSEMER, F. M. (1992). *Lettere dalla Sicilia*. Sellerio.
- LEVI PISETZKY, R. (1997). *Il costume e la moda nella società italiana* (1^a ed.). Einaudi.
- LOOS, A. (2016). *Come ci si veste*. Skira.
- MORINI, E. (2006). *Storia della moda. XVIII - XX secolo*. Skira.
- MUZZARELLI, M.G., & CAMPANINI, A. (a cura di) (2003). *Disciplinare il lusso. La legislazione suntuaria in Italia e in Europa tra Medioevo ed Età moderna*. Carossi.
- NALDINI, M. (2005). *Uomini e moda. Mezzo secolo di abbigliamento maschile nel racconto di Giuliano Angeli*. Baldini Castoldi Dalai editori.

NOTE

¹ Il costume dei quaccheri era proprio composto da una stretta e sobria giacca abbottonata, senza decori, realizzata in colori neutri.

² Per approfondimento si veda la raccolta della documentazione araldica tra il 1871 e il 1875 curata dal Barone di Raimone Vincenzo Palazzolo Gravina.

Geografie relazionali del design catalano tra gli anni cinquanta e sessanta

Dalla periferia al centro e ritorno

VINCENZO PAOLO BAGNATO

Politecnico di Bari

Orcid ID 0000-0001-6004-6690

A partire dal dopoguerra, in una condizione di duplice vincolo data dal persistere del regime franchista e dall'arretratezza economica e tecnologica rispetto agli altri paesi, la Catalogna affronta le sfide della modernità e della nascita della disciplina del disegno industriale attraverso una serie di esperienze che hanno come costante il continuo confronto con gli altri contesti europei: dai riverberi della Bauhaus fino alle influenze della Scuola di Ulm, dal dialogo con Alberto Sartoris e Gio Ponti fino al confronto con Tomás Maldonado, la cultura del design catalano alterna protagonismo e crisi rispetto al dibattito internazionale passando continuamente da una condizione di "centro" ad una di "periferia". In questo scenario, il contributo analizza le geografie relazionali nella costruzione della cultura del design catalano negli anni cinquanta e sessanta, dal dopoguerra fino al VII Congresso ICSID, raccontando le influenze, i dialoghi, le interferenze e le contaminazioni trasmesse e ricevute dalle altre culture europee.

PAROLE CHIAVE

Design di contesto

Design catalano

Barcelona

Cultura materiale

Prodotto

1. Il design catalano nel dopoguerra: verso un rinnovamento culturale

La situazione politico-economica della Spagna nel periodo post-bellico appare estremamente delicata a causa del perdurare della dittatura e dell'embargo dell'ONU, nonché delle regole di rigida autarchia che di fatto isolano il paese dal contesto internazionale per tutto il dopoguerra almeno fino alla metà degli anni cinquanta, non solo rendendo difficile la crescita economica del paese ma impedendone di fatto una vera emancipazione dal punto di vista produttivo e dello sviluppo tecnologico. Ciò si traduce in una condizione di sostanziale periferia e di estromissione dal dialogo con gli altri paesi europei che però non impedisce agli architetti e ai designer più attivi soprattutto a Barcelona di lavorare per un rinnovamento di carattere culturale dell'architettura e del design.

Nel periodo post-bellico la Spagna, quindi, seppur in maniera differenziata nei suoi diversi territori regionali, è attraversata da un forte impulso al rinnovamento culturale di cui le discipline del progetto, sotto la spinta di

una rinnovata sensibilità all'integrazione dei vari campi dell'arte e dell'arte applicata (dall'architettura alla scultura, dalla pittura all'artigianato artistico), si fanno principali protagoniste. Il progetto degli elementi d'arredo, embrione del futuro disegno industriale, è chiamato a proporre forme nuove per il rinnovamento degli oggetti quotidiani soprattutto in ambito domestico ed inizia a configurarsi prima come "tema", poi come "disciplina", acquisendo un ruolo sempre più trainante. A testimonianza di questa condizione valga come esempio l'articolo "L'art de la saviesa" apparso nel 1946 sulla rivista *Ariel* in cui lo scrittore e critico d'arte barcellonese Alexandre Cirici riflette sulla necessità di recuperare l'insegnamento della Bauhaus e invita ad estendere l'interesse della cultura artistica e progettuale dai grandi monumenti ai piccoli oggetti quotidiani come i giradischi, i lavabi, le forchette, i cappelli, le bottiglie (Cirici, 1946).

Nonostante la condizione di isolamento, a cavallo tra la fine degli anni quaranta e l'inizio dei cinquanta le spinte al rinnovamento culturale cominciano a disegnare nuove geografie relazionali che contribuiscono a portare la Spagna, ma soprattutto la Catalogna, ad un ruolo di sempre maggiore centralità, intesa non solo come partecipazione al dialogo culturale a livello internazionale ma anche come riferimento ed esempio per gli altri paesi. Tra queste, così come già era avvenuto negli anni della Repubblica, ci sono quelle costruite con un paese che più degli altri, vuoi per affinità elettive, vuoi perché ancora considerato "amico" dal Franchismo, si apre alla società degli architetti e dei (futuri) designer catalani: l'Italia.

2. Geografie relazionali "in entrata": l'influenza italiana

Il primo contatto documentabile tra l'Italia e la Catalogna è la presenza di Alberto Sartoris, in questo periodo professore all'Ecole d'Architecture di Losanna, a Barcelona nella primavera del 1949 in qualità di relatore ad un ciclo di incontri organizzato dal Colegio Oficial de Arquitectos de Cataluña y Baleares. Sartoris, figura senza dubbio più importante e carismatica tra quelle venute in quest'occasione dall'estero, tiene due conferenze che intitolano rispettivamente "Le fonti della nuova architettura" e "Orientamenti dell'architettura contemporanea".¹ Nella prima egli afferma che nessuna innovazione può separarsi completamente dal passato ma, al contrario, è nella tradizione che essa ritrova le ragioni per fondare i suoi futuri sviluppi; Sartoris continua prendendo le distanze dall'*International Style* e difendendo un'idea di modernità basata sul principio della continuità con il passato, la storia e la tradizione secondo un carattere evolutivo dell'architettura e, per estensione, del design; infine rivendica l'appartenenza dei concetti di "razionale" e "funzionale" all'alveo della mediterraneità e non, come erroneamente si credeva,

alla cultura costruttiva inglese dei secoli XVII e XVIII (Sartoris, 1950a, p. 40). Nella seconda relazione Sartoris invece avverte sulla necessità di ricostruire il rapporto tra tecnica, arte ed estetica per uscire dalla profonda crisi dell'architettura e in generale delle discipline progettuali, causata non solo dalla guerra ma anche dall'incapacità di essere adeguatamente comprese dagli amministratori pubblici e dalla società in generale (Sartoris, 1950b). Nello stesso anno Sartoris è presidente del Primo Congresso Internazionale d'Arte Moderna a Santillana del Mar (Cantabria) e viene invitato a pubblicare, sul n.96 di *Revista Nacional de Arquitectura*, edita a Madrid, un articolo dal titolo "La nueva arquitectura rural"², in cui ancora più esplicitamente difende l'origine mediterranea e latina dell'architettura e dell'arte moderna (Sartoris, 1949).

Certamente Sartoris esercita un'influenza notevole sui giovani architetti catalani ma non è l'unico architetto italiano che questi decidono di "ascoltare". La figura più incisiva che in questo periodo di fatto domina la cultura progettuale spagnola è Gio Ponti, dal 1948 nuovamente direttore di *Domus*. Invitato nella primavera del 1949 in qualità di commissario alla *V Asamblea Nacional de Arquitectos*³, un evento itinerante tra Barcelona, Palma de Mallorca e Valencia, Ponti traccia la sua idea di modernità in una conferenza all'interno della sessione "Tendencias de la Arquitectura moderna": riprendendo le riflessioni di Sartoris (anch'egli presente alla conferenza), Ponti avverte il pubblico spagnolo dei rischi dell'ingannevole fascinazione per le effimere conquiste tecniche foriere a suo dire di un'idea di modernità troppo "totalizzante", "falsa e assetata" e li invita invece a valorizzare la propria cultura locale e il proprio "spirito latino" (inteso come elemento capace di salvare moralmente e culturalmente la società), sottolineando al contempo la necessità di mettere sempre al centro l'uomo nella sua dimensione sociale, umana e artistica (Ponti, 1949a, p. 269).

3. Geografie relazionali "in uscita": il design spagnolo nel contesto internazionale

Le geografie relazionali in questo periodo storico non sono però soltanto "in entrata", ma anche e soprattutto "in uscita". La cultura spagnola infatti, e in special modo il contesto catalano, esercita una grande fascinazione per la qualità delle architetture e degli oggetti tradizionali della sua cultura popolare di cui proprio Gio Ponti si fa immediatamente ambasciatore: egli pubblica infatti sul n.240 di *Domus* un editoriale dal titolo "Dalla Spagna", una sorta di *reportage* del suo viaggio in cui racconta le "architetture senza architetto", cioè le architetture spontanee dell'isola di Ibiza, primitive ma dense di spiritualità e fatte per le persone, per la bellezza e non per le leggi

economiche (Ponti, 1949b). Esalta inoltre le architetture dei giovani architetti spagnoli, di grande qualità rispetto all'edilizia corrente, tra cui spiccano quelle del barcellonese José Antoni Coderch, mirabili esempi, a suo avviso, della capacità di unire tradizione popolare mediterranea e astrazione formale, morfologica e compositiva moderna.⁴

A Ponti fanno eco Luigi Figini, che sul n.8/1950 di *Continuità* pubblica "Architettura naturale a Ibiza" (Figini,1950), e Luigi Moretti che nel 1951 su *Spazio* pubblica "Tradizione muraria a Ibiza" (Moretti,1951), assieme ad altri articoli apparsi su *Edilizia Moderna* e *L'Architecture d'Aujourd'hui*. Queste pubblicazioni sono la testimonianza delle intense relazioni tra l'Italia e la Catalogna che da un lato confermano l'importanza per la regione spagnola delle esperienze italiane come guida per uscire dalla situazione di periferia culturale imposta dall'isolamento autarchico, dall'altro sanciscono il ruolo della cultura popolare catalana quale importante riferimento nel dibattito sulla costruzione dei nuovi paradigmi estetici e delle nuove idee di modernità da contrapporre allo Stile Internazionale. A queste geografie relazionali si aggiunge anche il contributo di Bruno Zevi che, nel 1950, durante un soggiorno a Barcelona, rilascia un'intervista in qualità di membro dell'APAO (Associazione per l'Architettura Organica): Zevi, il cui interesse da parte della comunità catalana non è tanto legato alla figura di Wright quanto a quella di Alvar Aalto, difende l'approccio organico post-funzionalista sottolineando come anche nella Bauhaus, in quanto principale centro culturale dell'epoca, confluivano di fatto tutte le correnti figurative di quel periodo, pur essendo spesso in netta contrapposizione l'una con l'altra.⁵ Ma soprattutto Zevi difende il principio della continuità con il passato, unica strada per poter costruire una cultura progettuale realmente moderna, e invita espressamente i catalani a ripartire dall'eredità di Gaudí e non dalla successiva esperienza neoclassica colpevole secondo lui di aver proposto e attuato la riproduzione acritica delle forme architettoniche di Mosca e di Washington (Zevi, 1950).

È interessante quanto sulle riviste catalane e nelle conferenze pubbliche le posizioni degli italiani siano esplicite, quasi a volersi fare portavoce dei colleghi spagnoli che a causa della situazione politica non possono esprimersi tanto liberamente: Alberto Sartoris, qualche anno più tardi, nel 1954, sulle pagine del n.17 di *Cuadernos de Arquitectura* sembra voler rispondere a Zevi quando difende l'atmosfera latina, le forme pure e razionali, la luce e la chiarezza dei volumi espressione della continuità e della reinterpretazione della cultura mediterranea, avvertendo dei pericoli dell'acquisizione di modelli sbaagliati quali quelli nordici e americani e in generale dell'effimera fascinazione per la "cosiddetta architettura organica" (Sartoris, 1954, p. 1).

4. Il design catalano negli anni cinquanta: dalla periferia al centro

Le reciproche influenze tra Barcellona e l'Italia si sublimano immediatamente anche attraverso l'intenso rapporto personale tra Gio Ponti e José A. Coderch che instaurano da subito un amichevole e continuativo dialogo e confronto sui temi dell'identità culturale e della modernità⁶, ma è con la partecipazione alle triennali di Milano che la cultura progettuale catalana arriva al centro del palcoscenico internazionale. La prima è quella del 1951 "Merce e Standard", in occasione della quale è proprio Coderch, incaricato da Gio Ponti come vice-commissario e responsabile dell'allestimento, a progettare il padiglione spagnolo. Il padiglione, che ospita fotografie delle architetture popolari ibizenchese, pitture dei primitivi catalani, oggetti di artigianato popolare assieme a sculture e ceramiche di artigiani e artisti contemporanei (tra cui Jorge Oteiza e Joan Miró), vince il Gran Premio e il premio per l'installazione. Subito dopo l'esposizione, Gio Ponti pubblica su *Domus* un articolo dal titolo "Spagna", in cui celebra sia le qualità del padiglione di Coderch che delle opere esposte, mettendo in evidenza il felice rapporto tra arte popolare e arte illustre, tra artefatti tradizionali e oggetti della cultura moderna, in definitiva esaltando il valore autoctono delle produzioni catalane, frutto di un atteggiamento non sedimentato in una prassi educativa ma sostanzialmente anonimo, inventivo e poetico (Ponti, 1951).

I catalani, dal canto loro, con la recensione sulla Triennale pubblicata da Oriol Bohigas su *Cuadernos de Arquitectura*, dichiarano l'Italia, a cui comunque rimproverano frequenti derive decorativistiche, e i paesi scandinavi, Svezia, Danimarca ma soprattutto Finlandia, quali contesti culturali di riferimento preferenziale perché ritenuti esemplari nel concretizzare, attraverso i progetti di architettura, arredamento e design, il principio della libertà espressiva e di sintetizzarla con un rigore compositivo capace di superare definitivamente da un lato l'estetica razionalista, dall'altro, e ciò vale soprattutto per l'Italia, l'arbitraria semplificazione delle forme classiche, dominante nei decenni precedenti (Bohigas, 1953).

La Spagna partecipa anche alla X Triennale "Prefabbricazione e Industrial design", nel 1954. Il padiglione espone varie sculture e opere di artigianato artistico, tra cui sculture di Eduardo Chillida e gioielli di Salvador Dalí, assieme a oggetti della tradizione popolare, vincendo nuovamente il Gran Premio e aggiudicandosi anche il Premio per la sezione "Architettura in movimento" con il treno Talgo, la Medaglia d'Argento con i tessuti Beltex e la Medaglia di Bronzo con i *porrones* in vetro, a conferma del valore attribuito agli oggetti della cultura materiale spagnola, sia tradizionali che moderni, da parte della comunità internazionale. Anche in questo caso *Domus* dedica un articolo al padiglione spagnolo "La Spagna alla Triennale", ammirato questa volta per

la grande capacità delle sue produzioni di unire la ricerca formale contemporanea alla tradizione e ai valori estetici storicamente consolidati (Ponti, 1954). La X Triennale contiene però già il germe di un'inversione di tendenza: viene infatti messo in evidenza come le opere esposte non sembrano garantire adeguata competitività nel contesto internazionale, in cui già si vanno affermando nuovi linguaggi estetico-formali. Questa preoccupazione diverrà però realtà solo molti anni più tardi perché la fascinazione per la cultura spagnola continua ad avere conferme, soprattutto in Italia, ad esempio con la partecipazione del paese iberico alla mostra "Omaggio alla Spagna" presso la Rinascente a Milano⁷, in cui vengono esposte opere di artigianato tradizionale (ceramiche, terrecotte, stoffe, tappeti, ecc.), considerate di valore perché autentiche, semplici ed essenziali rispetto ai bisogni reali dell'uomo.

La Spagna, anche in questo caso trainata dai catalani, partecipa infine alla XI Triennale 1957, "Eclettismo e Formalismo", esponendo oggetti d'uso quotidiano e utensili che piano piano prendono il posto delle opere d'arte e degli oggetti tradizionali. La volontà degli spagnoli è ora quella di dimostrare, soprattutto attraverso i prodotti di design, la capacità di riuscire a stare al passo con il progresso economico degli altri paesi. Ma non potendo competere sul piano tecnologico, essi cercano di spostare l'accento sulla dimensione culturale e sociale degli oggetti, riuscendo a vincere ben due medaglie d'oro (una per il Padiglione, l'altra per le ceramiche del ceramista catalano Antoni Cumella), oltre a varie medaglie d'argento assegnate a diversi oggetti, tra cui valige, tessuti, arazzi, mobili e sedie (Pibernat, 2018).

5. Le nuove geografie relazionali: dialoghi, influenze, interazioni

Dopo la partecipazione alle triennali di Milano, le geografie relazionali dei designer catalani si arricchiscono sempre più di occasioni di dibattito e confronto anche con altri paesi, distinte in tre diverse direzioni: partecipazione della Spagna a mostre internazionali⁸, partecipazione di singole personalità ad eventi congressuali⁹, organizzazione in Catalogna di mostre e convegni.¹⁰ Si delinea quindi un complesso sistema di rapporti che da un lato consolida la condizione di centralità del design catalano nello scenario europeo, dall'altro costruisce nuove reti relazionali non più a senso unico (in entrata o in uscita) bensì multidirezionali.

In questo quadro si sviluppa la cultura del design catalano che nasce proprio dall'unione tra recupero della tradizione artigianale popolare, rinnovamento estetico-formale dell'arte astratta contemporanea e reinterpretazione dei linguaggi affermantisi nei paesi stranieri.

Le più attive personalità che in questo periodo costituiscono i principali protagonisti del rinnovamento sono i membri del Gruppo R, un'associazione

fondata presso lo studio di Coderch nel 1951 e attiva fino al 1961, che da subito si propone di organizzare mostre, conferenze e attività per il rinnovamento delle discipline del progetto.¹¹

Tra le varie attività che segnano la storia del design barcellonese della prima metà degli anni cinquanta, centrato prevalentemente sui temi dell'abitare, vi sono il *I Salon del Hogar Moderno* nel 1951, l'istituzione del concorso *Pro Dignificación del Hogar Popular*, organizzato nel 1954 dal *Fomento de las Artes Decorativas*¹² (il cui primo premio viene vinto da Antoni de Moragas, membro del Gruppo R, con una lampada e una poltrona), ma soprattutto la seconda esposizione dei lavori del Gruppo R, nel 1954, intitolata *Industria y Arquitectura*.

La mostra del '54 da un lato sposta l'interesse del progetto degli oggetti d'uso quotidiano dagli aspetti estetico-morfologici a quelli ambientali, dall'altro avvia il dialogo con l'industria e getta le basi, sulla scia degli insegnamenti di Ponti, di un rinnovamento fondato sul ruolo dialogico (e non autoreferenziale) dell'architetto-designer e sull'integrazione tra architettura e arredamento, con un'attenzione particolare proprio agli elementi d'arredo considerati più a rischio di derive modaiole: per questi ultimi il gruppo propone di definire una sorta di "garanzia culturale" individuando criteri estetici ed etici condivisi, rescindendo il legame con la produzione artigianale¹³ e sposando una produzione in serie che non perdesse mai il senso umano delle cose (De Moragas, 1954). Nella seconda metà degli anni cinquanta il dialogo tra Barcelona e l'Italia si rinnova di occasioni di confronto e reciproche influenze, ancora grazie alla figura di Gio Ponti. In virtù dell'istituzione del premio Compasso d'Oro (1954), della fondazione della rivista *Stile Industria* (1954) e della fondazione dell'ADI - Associazione per il Disegno Industriale (1956), Ponti viene invitato a Barcelona da Antoni de Moragas per una conferenza in seno alle attività culturali del *Colegio de Arquitectos de Cataluña*, nel 1957.¹⁴ In questa occasione il Gruppo R consolida i suoi rapporti personali con Ponti e getta le basi per la fondazione, in diretta relazione con l'ADI italiano, dell'IDIB (*Instituto del Diseño Industrial de Barcelona*), avente lo scopo di intensificare il dialogo tra progettisti e mondo della produzione industriale (De Moragas, 1957).

Per ciò che riguarda infine il progetto e la produzione di artefatti, il design catalano degli anni cinquanta, certamente in pieno sviluppo sia quantitativo che qualitativo, non raggiunge ancora un'identità autonoma rispetto ai modelli stranieri, restando anche stilisticamente in bilico "tra un decorativismo all'italiana, un empirismo di matrice finlandese e un razionalismo di derivazione tedesca" (Cirici, 1959, p. 36), sebbene dimostri una maturità nella misura in cui consapevolmente sposta, a partire dai primi anni del decennio, il baricentro dei temi progettuali dai volumi alle superfici, dalle pareti opache

alla luce e alla fluidità dello spazio, nel quadro di una sempre maggiore ricerca di innovazione funzionale e semplificazione formale.

Tra le produzioni più importanti che possono essere considerate espressione di questo clima culturale di contaminazione vi sono la sedia Barceloneta disegnata per un appartamento dell'edificio La Marina di Coderch da Federico Correa e Alfonso Milá (1954), i mobili realizzati per l'appartamento all'ultimo piano dell'edificio La Pedrera di Gaudí da Francisco J. Barba Corsini (1955), le lampade Tia Nuria (1956) e TMC (1960) di Miguel Milá, la lampada Disa di José A. Coderch (1957), la sedia Loewe di Javier Carvajal (1959). A questi si aggiungono i mobili prodotti dall'azienda Casa ARM di Barcelona e il progetto di Antonio de Moragas per il *Concurso de Proyecto de Mobiliario* del FAD nel 1954, consistente in 48 pezzi normalizzati con cui gli utenti possono realizzare mobili a diversa e libera configurazione: quest'ultimo progetto, testimonianza della sensibilità per i temi dell'umanizzazione, dell'economia e della flessibilità, rappresenta un primo passo verso quella che sarà la caratteristica principale del design catalano nel decennio successivo: la dimensione sociale degli artefatti.

6. Il design catalano negli anni sessanta: cultura artigianale vs produzione in serie

All'inizio degli anni sessanta la difficile condizione di isolamento economico e culturale imposto dal Regime inizia piano piano ad attenuarsi: nel 1959 viene promulgato lo strumento economico-strategico del *Plan de Estabilización* che permette la fine del protezionismo autarchico e la possibilità di aprire alle importazioni dei prodotti dai mercati esteri. Questa nuova situazione, ampliata dai vari *Planes de Desarrollo* che vengono adottati nel corso di tutto il decennio e dall'incremento della spinta della domanda interna, determina un'enorme crescita economica che se da un lato non produce uno sviluppo tecnologico tale da riuscire a colmare il gap con gli altri paesi europei, dall'altro porta ad un forte aumento nel potere d'acquisto di risorse e prodotti del mercato internazionale.

Al boom economico e al cambio nei ritmi di produzione/vendita non corrisponde però un altrettanto veloce aumento del livello qualitativo degli artefatti prodotti in serie: questa condizione è resa ancora più difficile da un certo atteggiamento reazionario comune a molti designer catalani che, rifiutando di sposare in toto le logiche della produzione in serie e scegliendo di rimanere ancora legati al culto dell'artigianato artistico, di fatto creano un'ulteriore fattore di isolamento rispetto ai contesti internazionali che si tradurrà, nel corso del decennio, in un graduale passaggio dalla condizione di "centro" a quella di "periferia". Si delineano due diverse visioni del rapporto tra etica

del design e sviluppo economico, la cui contrapposizione è ben rappresentata dagli articoli pubblicati nel 1961 su *Cuadernos de Arquitectura* da Rafael Marquina e da Antoni de Moragas, rispettivamente dal titolo "Adaptaciones al diseño moderno de soluciones tradicionales" e "La artesanía ha muerto para dar paso al diseño": questi due testi rappresentano appunto da un lato l'idea di un design legato ai principi della produzione artigianale, al passato e alla tradizione locale (Marquina, 1961), dall'altro un design libero dal cordone ombelicale dell'artigianato e disponibile al dialogo con le possibilità offerte dai nuovi macchinari, la produzione in serie, le tecnologie avanzate e i nuovi linguaggi estetico-formali (De Moragas, 1961).

In posizione equidistante da queste due polarità si posiziona in primo luogo la condivisa propensione a svincolarsi dagli stilemi e dai linguaggi degli altri paesi costruendo (o ricostruendo) una propria identità culturale anche e soprattutto a livello regionale; in secondo luogo l'atteggiamento critico-realistico della parte più colta del design catalano, tra cui gli ex membri del Gruppo R (scioltosi nel 1961), che propone di operare una sintesi tra artigianato e produzione industriale/standardizzazione attraverso la ricerca di un nuovo rapporto tra forme tradizionali e forme plastiche, attraverso l'avvicinamento del design alle scienze umane ed economiche e attraverso la definizione di uno statuto metodologico per la trasmissione del sapere disciplinare in contesti formativi di livello universitario. Rappresentativi di questa *vision* sono gli articoli di Oriol Bohigas dal titolo "Diseñar para un público o contra un público" pubblicato sul n.45 di *Cuadernos de Arquitectura* (1961) e l'articolo di José A. Coderch pubblicato sul n.384 di *Domus* (1961), dal titolo "No son genios lo que necesitamos ahora"; in quest'ultimo, l'architetto e designer catalano parla di recuperare la tradizione costruttiva e morale intesa come entità viva e sottolinea la necessità di avere buone scuole e buoni maestri. Non solo: l'articolo costituisce anche un monito ai progettisti affinché rimangano legati alla terra in cui hanno radici e dichiara la necessità da un lato di consolidare i principi etici del progetto attraverso prassi metodologiche che vengano insegnate in istituzioni universitarie, dall'altro di opporsi culturalmente alle derive internazionaliste che compromettano la conservazione dei valori culturali del proprio contesto territoriale (Coderch, 1961).

7. La centralità come identità culturale

In tale scenario, sicuramente ricco di fermenti, l'evento che per il design catalano segna il transito al nuovo decennio è il riconoscimento, nel 1960, dell'IDIB come associazione; fino a questo momento l'Istituto non poteva essere autorizzato perché si configurava come associazione sindacale e in quanto tale vietata dal Regime: di qui la necessità di farlo confluire in un organismo

ufficiale e quindi di trasformarlo in ADI/FAD, cioè *Asociación para el Diseño Industrial* in seno al *Fomento y Artes Decorativas*. Da questo momento il design industriale viene formalmente riconosciuto e inizia il suo percorso come disciplina progettuale autonoma.

La prima attività dell'ADI/FAD è l'organizzazione nel 1961 della mostra *Hogarotel 1 (Hogar-Decoración)* all'interno del *Salon Internacional del Hogar, Decoración y Gastronomía e Internacional de Equipo Hotelero*, istituito l'anno prima, con lavori dei propri membri esposti nello stand della selezione *Delta de Oro*. La mostra mette subito in evidenza la capacità dei designer catalani di creare oggetti di una certa qualità pur avendo pochi mezzi a disposizione, lavorando correttamente sulla reinterpretazione creativa della tradizione culturale e allo stesso tempo dichiarando la volontà di conquistare un ruolo all'interno delle dinamiche economico-produttive del mercato europeo.

L'evento *Hogarotel*, che da subito diviene il palcoscenico della premiazione dei premi Delta (ispirati al Compasso d'Oro italiano) già dalla sua prima edizione presenta una nuova visione del design rispetto agli anni precedenti: dalla lettura degli atti delle commissioni del Premio si evince infatti come il design catalano tenda ora ad aprirsi di più ai problemi legati alla realizzabilità in serie rispetto a quanto avveniva negli anni cinquanta, ad affrontare questioni di carattere sociale e a mostrare i segni di un interesse per la dimensione del processo, cioè a porsi il problema del rapporto tra progetto e produzione, in maniera non più sequenziale ma integrata. Nel contempo, l'evento è anche importante occasione di dialogo con il contesto internazionale: dalla terza edizione, infatti, la giuria che attribuisce i premi non è più formata solo da designer catalani, ma anche da personalità della scena culturale europea. Nel 1963 *Hogarotel* ospita infatti, a fianco del catalano Oriol Bohigas, Enrico Peressutti¹⁵ e il finlandese Ilmari Tapiovaara, mentre nell'edizione dell'anno successivo la commissione è formata da Max Bill e Conde Bernardotte come esperti stranieri e da Javier Carvajal come membro interno. Quest'ultima commissione, in direzione diametralmente opposta a quella precedente che premiava progetti entrati totalmente nella produzione in serie e che potevano quindi essere più facilmente internazionalizzati, sceglie di valorizzare anche lavori che non hanno raggiunto la completa industrializzazione e produzione in serie: ciò per fare in modo che le limitazioni imposte dalle carenze del comparto produttivo industriale spagnolo non discriminino il buon design, i cui aspetti principali vengono ricercati più nella dimensione sociale che in quella tecnologica (Bill, 1955a).

Sebbene anche la giuria della V edizione, 1965, formata da Federico Correa, Franco Albini e dall'olandese Friso Kramer, riconosca il valore della dimensione sociale del progetto, allo stesso tempo avverte la necessità di prendere

le distanze da pericolosi passi indietro verso l'artigianato e di saldare rigidamente il design alla produzione in serie, sancendo il passaggio metodologico da un'idea di processo "progetto-oggetto" a quella di "oggetto-progetto", cioè di un design non più "creato" dal designer e poi prodotto dall'industria, ma frutto di una risposta progettuale (non necessariamente un nuovo prodotto ma anche una modifica tipologica ad un prodotto già presente sul mercato) ad uno specifico problema espresso dall'industria. Non solo: la commissione avverte anche sulla necessità di estendere la produzione del design all'ambito pubblico e di accrescere il ruolo del designer agendo sulla formazione, quindi istituendo corsi di livello universitario (Marquina, 1965b).

Altre importanti edizioni di *Hogarotel* sono l'VIII, con una giuria per l'attribuzione dei premi Delta formata da Rafael Moneo, Marco Zanuso e dal belga Walter Bresseleers, la IX, con André Ricard, Joe Colombo e Dieter Rams, e la X, i cui giurati sono Miguel Milá, Sergio Asti e l'inglese Misha Black. In particolare, la IX edizione segna una tappa importante perché per la prima volta la giuria decide di entrare in contatto diretto con i designer autori dei progetti preselezionati, mentre la X edizione è invece significativa perché premia lavori a cui viene riconosciuta una forte carica culturale e un significato semantico capaci di provocare stimoli culturali, emozioni e movimenti relazionali, contribuendo ad allontanare il progetto di design da un'idea di mero strumento diretto a problemi di tipo esclusivamente fisico-meccanico (Giralt-Miracle, 1971).

L'osservazione dei prodotti presentati ai premi ADI/FAD presenta uno scenario in cui le tipologie principali di prodotto industriale sono quelle che riguardano l'ambito delle costruzioni e delle residenze: oltre ai mobili vi sono elettrodomestici, macchinari per l'industria alberghiera, illuminazione pubblica, locomozione e addirittura dispositivi medicali; ma i prodotti più importanti, che possono essere considerati iconici di questo decennio sono la lampada Satodima di Tomás Diaz Magro (1961), la motocicletta Cota 247 di Leopoldo Milá (1962), il portacenere Copenaghen di André Ricard (1966), l'allestimento delle nuove sedi Olivetti in Spagna (Badalona, Palma de Mallorca, Tarrasa, Malaga, Cordoba, Leon, La Coruña, Pontevedra, Santiago, Vigo) disegnate dai catalani Federico Correa e Alfonso Milá nella seconda metà degli anni sessanta e l'allestimento dell'esposizione itinerante dei prodotti Olivetti realizzato da Gae Aulenti nel 1970.¹⁶

Le mostre dei progetti premiati con i premi Delta costituiscono importanti occasioni di dialogo con il contesto internazionale ma non sono le uniche attività che hanno luogo in questi anni: a queste si aggiungono infatti altri eventi come la mostra di oggetti senza fine d'utilità (creati o ricreati da un gruppo di artisti catalani) e la mostra sul design tedesco dal titolo *La buena forma indu-*

strial en Alemania.¹⁷ La prima è un evento importante in quanto costituisce un laboratorio per la creazione di forme nuove, tecniche e combinazioni di colori e di materiali utili poi ai designer per creare oggetti da produrre in serie industrialmente; la seconda mette in evidenza il grado di perfezione formale ed esecutiva degli artefatti tedeschi, l'impatto economico del loro buon design, soprattutto relativamente alle produzioni della Braun (De Moragas, 1961). Nel novembre dello stesso ha luogo a Barcelona un seminario sul design di prodotto organizzato dalla *Comisión Regional de Productividad de Cataluña* del *Ministerio de Industria*, con l'obiettivo di promuovere il progetto di design di qualità ma anche e soprattutto di avvicinare la nuova disciplina al mondo produttivo; il seminario è significativo non tanto perché sancisce principi teorici, ma perché contribuisce ad ufficializzare l'importanza del design come disciplina attraverso una riflessione e un confronto sugli aspetti metodologici dell'attività progettuale.

8. Nuovi orizzonti relazionali: il ruolo degli istituti e delle scuole di design

Accanto alle mostre, che sono comunque eventi isolati, già dall'inizio degli anni sessanta iniziano a sorgere a Barcelona iniziative che contribuiscono a diffondere la cultura del design in maniera più stabile e continuativa. Tra queste vi sono: la FEDI (*Fundación Estudios Diseño Industrial*)¹⁸, dedicata esclusivamente alla promozione e l'esecuzione di progetti di prodotti industriali su incarico diretto da parte delle aziende; il DICI (*Diseño Industrial Centro Informativo*)¹⁹, un centro informativo sul design che, sulla falsa riga di quelli già esistenti in USA, Inghilterra, Olanda, Belgio, Giappone, Svezia, assume la funzione di promuovere i contatti e i rapporti dei progettisti con il mondo dell'industria e di valorizzare l'immagine pubblica della disciplina del design; il *Formas*, uno spazio permanentemente dedicato al design all'interno del recinto della *Feria Oficial e Internacional de Muestras de Barcelona*, attivo dal 1968 al 1970.

Gli anni sessanta sono importanti anche per la creazione di istituti e delle scuole di design, attraverso le quali si concretizza il desiderio, avvertito già anni prima ma divenuto ora obiettivo imprescindibile, di strutturare la disciplina del disegno industriale attraverso regole formative condivise.

Il primo passaggio importante è l'ingresso dell'ADI/FAD nell'ICSID (1961) con la contestuale partecipazione al Congresso di Venezia. Il Congresso, articolato in una mostra e tre sessioni tematiche ("Ruolo del disegnatore industriale nella società", "La professione del disegnatore industriale", "La formazione del disegnatore industriale") è importante non solo perché consente ai designer spagnoli di accedere ad un importante palcoscenico internazionale, ma

soprattutto perché consente loro di partecipare ad un fondamentale dibattito sulla formazione dei futuri designer e di conoscere gli insegnamenti di un nuovo importante maestro: Tomás Maldonado.

Maldonado, presente al Congresso a cui interviene con una relazione dal titolo "Formazione e alternative professionali del disegnatore industriale", ha un impatto notevole sui designer catalani sia per ciò che riguarda il tema della definizione dei confini disciplinari del design sia, come abbiamo visto, per la definizione dei criteri della sua formazione (Marquina, 1962). A partire dal 1965 Maldonado darà conferenze nel *Colegio de Arquitectos*, nel DICI e nella scuola Elisava, influenzando sul piano teorico-concettuale studenti, professionisti, critici e professori, e producendo un impatto sicuramente superiore a quello esercitato da Max Bill, invitato a Barcelona come Direttore della Scuola di Ulm già nel 1955, ritenuto quest'ultimo sempre troppo legato al funzionalismo sebbene dichiaratamente a favore del connubio tra arte e tecnica in contrapposizione allo *streamline* internazionale (Bill, 1955a; Bill, 1955b).

Le prime scuole che sorgono a Barcelona sono l'*Escuela de Arte* del FAD (1959) e la scuola di design industriale e grafico Elisava (1961), nate entrambe con l'intenzione di raccogliere l'eredità del Bauhaus prima e della HfG di Ulm dopo e di filtrarle attraverso un approccio di matrice realista più vicino alla cultura mediterranea. Nel 1963 la *Escola de la Llotja* di Barcelona ottiene il riconoscimento di *Escuela Oficial de Artes Aplicadas* e attiva tre corsi di studio in design (disegno industriale, arredamento e design grafico)²⁰, mentre nello stesso anno nell'ambito della scuola municipale *Massana* viene creata la sezione *Diseño y Decoración* sotto la direzione di Santiago Pey e Rafael Marquina e poi, nel 1966, la scuola di disegno industriale e d'interni.²¹ Sempre nel 1966 viene fondata la *Escola de Disseny Tèxtil*, diretta da Ramon Folch, e l'anno successivo nasce la *Escuela Eina* per il disegno grafico, d'oggetti e d'interni, su iniziativa di alcuni ex docenti della Elisava diretti da Albert Ràfols. In linea generale le scuole intercettano le indicazioni pedagogiche dell'ICSID che, unendo la dimensione tecnico-scientifica a quella umana e sociale, si articolano in tre campi di studio fondamentali: Informazione, Formazione e Comunicazione. Nello specifico, però, se come già detto le scuole Elisava, più esplicitamente, ed Eina, più implicitamente, seguono la linea della scuola di Ulm basata sulla revisione della tradizione della Bauhaus, la scuola Massana tende invece ad allinearsi con la proposta americana che pone al centro le teorie sulla percezione visiva (Mañà, 1971). Il dato della Massana è particolarmente significativo se si considera che fino alla metà degli anni quaranta la Scuola aveva un'impostazione iper-tradizionalista la cui *mission* era quella combattere la crisi delle arti decorative difendendo l'artigianato contro la "tendenza industrialista moderna" (Quintana, 1944, p. 35).

9. Il design catalano negli anni sessanta: dal centro alla periferia

Con le scuole, gli istituti, le associazioni e i numerosi eventi organizzati nel corso di tutto il decennio, il design catalano cerca di conquistare un ruolo sempre più importante nel contesto internazionale. Ciò avviene, come abbiamo visto, con il costante coinvolgimento di personalità di spicco del panorama internazionale, ma le geografie relazionali si delineano anche in virtù degli ampi spazi che alla produzione catalana vengono dedicati dalle riviste straniere, tra cui *Domus*, che pubblica costantemente i progetti premiati annualmente dall'ADI/FAD, a testimonianza di quanto Gio Ponti si confermi anche in questi anni importante interlocutore, sia sul piano istituzionale sia sul piano privato grazie all'amicizia sempre più solida con Coderch.²² Ma nel corso del decennio le influenze esterne prima e le geografie relazionali poi cominciano ad assumere contorni più complessi e spesso difficili da delineare in maniera chiara, per lo meno per ciò che riguarda i loro riverberi sulla produzione progettuale; certamente, lo sguardo dei protagonisti del design catalano verso i modelli esteri non è più concentrato e unidirezionale, ma tende ad ampliarsi prendendo direzioni diverse a seconda degli eventi che vi via si succedono. In linea generale, si può affermare che a partire dalla metà degli anni sessanta lo sguardo sull'Italia tende a diventare più distaccato e ad essere sostituito da una fascinazione per la Germania che di fatto diviene il principale modello di riferimento, non solo in virtù dell'avanzamento tecnologico di cui i prodotti tedeschi sono l'immagine, ma anche per la qualità compositiva e formale dei progetti, espressione di una cultura e una sensibilità progettuale evidentemente consolidata nel tempo (Marquina, 1965a).

C'è però da fare una distinzione: se il consolidamento delle relazioni con la Germania, l'Italia o la Finlandia è l'espressione della volontà da parte dei gruppi di architetti e designer più attivi sul territorio (come gli ex membri del Gruppo R o dell'ADI) di costruire geografie relazionali con contesti ritenuti affini dal punto di vista culturale, in ambiti più "istituzionali" è più facile che si cerchi di dialogare con paesi come gli Stati Uniti o la Svezia che, sebbene non vantino grandi qualità nelle loro produzioni o particolari bravure nei loro designer, sono considerati modelli di funzionalità ed efficienza per le loro realtà produttive. Questa condizione dipende da un lato dall'incapacità dei nuovi prodotti locali di offrire con costanza contenuti originali e innovativi, dall'altro da un certo scetticismo da parte degli organismi pubblici, degli utenti finali e del mondo imprenditoriale ad assecondare le riflessioni teoriche dei gruppi (designer e associazioni) più colti, preferendo spesso girare lo sguardo verso quei paesi maggiormente capaci di presentare processi produttivi più rapidi ed efficienti e di offrire al mercato oggetti tipologicamente nuovi e formalmente più vari (Pey, 1961).

Anche fuori del territorio nazionale il ruolo dei più attivi architetti e designer catalani assume sempre maggior rilievo e protagonismo sebbene questa condizione di centralità celi l'avvio di un processo inverso che si traduce quasi subito in un ritorno ad una condizione di periferia rispetto al contesto europeo, causato proprio da questo allargarsi del sistema dei rapporti internazionali, che mette i catalani e in generale gli spagnoli di fronte ad una debolezza ed un'inferiorità sul piano tecnologico e produttivo rispetto agli altri paesi.

10. Verso la crisi: la periferia come resistenza culturale

Oltre alle attività in seno all'ICSID, i designer catalani partecipano anche ad altri importanti eventi che danno loro la possibilità di ampliare anche fuori dall'Europa le loro geografie relazionali: tra queste, la *Gran Exposición de España* in Messico organizzata da *Expansión Comercial* nel 1962, la partecipazione alla Fiera Internazionale di New York nel 1964 con un padiglione progettato da Javier Carvajal e da un team di designer coordinati da Carlos de Miguel che disegna tutti gli elementi in esso contenuti, dai mobili alle vetrine, dagli oggetti alle minuterie, dal materiale grafico-informativo alle divise delle hostess. Infine, ci sono la III Biennale del Disegno Industriale a Lubiana nell'aprile del 1968 e la conferenza internazionale sul disegno industriale ad Aspen (USA) nel giugno del 1968, quest'ultima patrocinata da IBM.

Il definitivo approdo del design catalano al connubio con la produzione industriale e il contestuale abbandono delle radici culturali con l'artigianato avviene con l'elezione di Antoni de Moragas a presidente del FAD nel 1969. A livello internazionale, l'ultimo atto che sancisce questo passaggio è il VII Convegno ICSID che ha luogo nel 1971 proprio in Catalogna tra Barcelona e Ibiza. L'evento, organizzato dall'ADI/FAD e patrocinato da Olivetti, se è vero che ufficializza definitivamente l'appartenenza del design catalano al sistema produttivo avanzato e lo inquadra nelle dinamiche del progresso tecnologico della produzione in serie, rappresenta anche il momento di presa di coscienza di una condizione di crisi: non è un caso, infatti, che esso abbia luogo a Ibiza, un luogo lontano dal cosmopolitismo delle città metropolitane e allo stesso tempo emblematico dello spirito mediterraneo, icona della concezione antropocentrica del mondo, ora divenuto quasi una dimensione verso cui evadere per tornare alle origini della cultura ed esorcizzare una crisi che in realtà non interessa solo la Catalogna bensì tutti i paesi europei perché da culturale si fa anche economica. Basti pensare che se da un lato al Congresso partecipano importanti personalità del mondo del design e della cultura come Gui Bonsiepe, Charles Eames, Roberto Segre, Ettore Sottsass, Tomás Maldonado, dall'altro si registra una scarsa partecipazione dei rappresentanti delle associazioni ufficiali, dell'industria del commercio e la navigazione. Eppure,

l'evento di Barcelona-Ibiza è concepito in maniera assolutamente innovativa a partire proprio dalla struttura dei lavori del Congresso: alla sua organizzazione tradizionale esso, infatti, sostituisce un sistema di riunioni più libero, aperto e integrato, in cui i contatti interumani divengono centrali e la comunicazione professionale è facilitata al massimo.

Il Congresso è in definitiva per i catalani il tentativo di tracciare le linee di un "nuovo design", più socialmente aperto, partecipativo e dialogico, sicuramente più critico rispetto ai modelli stranieri (soprattutto americani), più orgoglioso delle proprie radici culturali, ma che si rivela uno specchio in cui la società catalana vede ritratta l'immagine di un paese che non riuscendo a stare tecnologicamente ed economicamente al passo con il contesto internazionale e a competere con i paesi più avanzati come l'Italia e la Germania (sebbene anch'essi investiti dalla crisi economica), passa di nuovo da una condizione di centralità ad una di periferia, questa volta accettata come condizione di resistenza culturale rispetto ai modelli internazionali, da cui potrà uscire nuovamente solo dopo un lungo processo che non potrà iniziare se non dopo la morte di Franco e la ricostruzione dello Stato democratico.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- BILL, M. (1955a). Base y finalidad de la estética en la época del maquinismo. *Revista Nacional de Arquitectura*, 160, 5-14.
- BILL, M. (1955b). El arquitecto, la arquitectura y la sociedad. *Revista Nacional de Arquitectura*, 163, 1.
- BOHIGAS, O. (1953). 9 comentarios a la 9ª Triennale di Milano. *Cuadernos de Arquitectura*, 15-16, 45-50.
- BOHIGAS, O. (1961). Diseñar para un público o contra un público. *Cuadernos de Arquitectura*, 45, 37-40.
- CIRICI, A. (1946). L'art de la saviesa. *Ariel*, 32, 2.
- CIRICI, A. (1959). Gestión y tendencias del diseño industrial. *Cuadernos de Arquitectura*, 38, 33-36.
- CODERCH, J.A. (1961). No son genios lo que necesitamos ahora. *Domus*, 384, 59-60.
- DE MORAGAS, A. (1954). Exposición GR: Industria y arquitectura. *Cuadernos de Arquitectura*, 18, 18-21.
- DE MORAGAS, A. (1957). Manifiesto del Instituto de Diseño Industrial de Barcelona. *Revista de actualidades, artes y letras*, 274, 13-17.
- DE MORAGAS, A. (1961a). Carta al director. *Cuadernos de Arquitectura*, 43, 6.
- DE MORAGAS, A. (1961b). El culto al objeto. *Cuadernos de Arquitectura*, 46, 32.
- FIGINI, L. (1950). Architettura naturale a Ibiza. *Continuità*, 8, 40.
- GIRALT-MIRACLE, D. (1971). El Diseño Industrial en Cataluña. Historia cronológica del ADI/FAD. *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*, 82, 48-54.
- La V Asamblea Nacional de Arquitectos: Barcelona-Palma de Mallorca-Valencia. (1949). *Cuadernos de arquitectura*, 10, 2-5.
- MAÑÁ, J. (1971). La pedagogía del diseño en Barcelona. *Cuadernos de arquitectura y urbanismo*, 82, 58-61.
- MARQUINA, R. (1961). Adaptaciones al diseño moderno de soluciones tradicionales. *Cuadernos de Arquitectura*, 43, 33.
- MARQUINA, R. (1962). A propósito del I.C.S.I.D. *Cuadernos de Arquitectura*, 49, 50-53.
- MARQUINA, R. (1963). Arte y técnica en lugar de arte como técnica. *Cuadernos de Arquitectura*, 54, 33-34.
- MARQUINA, R. (1965a). De la inercia artesanal. *Cuadernos de Arquitectura*, 61, 47.
- MARQUINA, R. (1965b). Los premios ADI/FAD 1965. *Cuadernos de Arquitectura*, 62, 32-36.
- MORETTI, L. (1951). Tradizione muraria a Ibiza. *Spazio*, 5, 35-42.
- PAGANI, C. & ORTELLI, G. (1956). Exposición española en Milán. *Revista Nacional de Arquitectura*, 169, 33-34.
- PEY, S. (1961). Inquietude contemporáneas. *Cuadernos de Arquitectura*, 44, 40-42.
- PIBERNAT, O. (2018). *Atti del II Simposio della FHD Diseño y franquismo (22-23/02/2018): España en las Trienales de 1951, 1954 y 1957: diplomacia cultural e imagen de modernidad*. Fundación Historia del Diseño.
- PONTI, G. (1949a). El arquitecto Gio Ponti en la Asamblea. *Revista Nacional de Arquitectura*, 90, 269.
- PONTI, G. (1949b). Dalla Spagna. *Domus*, 240, 1.
- PONTI, G. (1951). Spagna. *Domus*, 260, 22-23.
- PONTI, G. (1954). La Spagna alla Triennale. *Domus*, 300.
- QUINTANA, F. (1944). La Exposición de la Escuela Municipal "Massana", de Artes suntuarias. *Cuadernos de Arquitectura*, 2, 35-38.
- SARTORIS, A. (1949). La nueva arquitectura rural. *Revista Nacional de Arquitectura*, 96, 513-520.
- SARTORIS, A. (1950a). Las fuentes de la nueva arquitectura. *Cuadernos de Arquitectura*, 11-12, 38-47.
- SARTORIS, A. (1950b). Orientaciones de la arquitectura contemporánea. *Cuadernos de Arquitectura*, 11-12, 48-55.
- SARTORIS, A. (1954). Espejuelo para cazar alondras. *Cuadernos de Arquitectura*, 17, 1-5.
- ZEVI, B. (1950). Bruno Zevi nos dice.... *Cuadernos de Arquitectura*, 13, 25-26.

NOTE

- ¹ I testi delle conferenze vengono pubblicati nel 1950 sul n. 11-12 di *Cuadernos de Arquitectura*, la rivista ufficiale del Colegio de Arquitectos de Cataluña e Baleares fondata già nel 1944, rispettivamente con i titoli "Las fuentes de la nueva arquitectura" (pp.38-47) e "Orientaciones de la arquitectura contemporánea" (pp. 48-55). Dello stesso anno è anche l'articolo "La nueva arquitectura rural".
- ² Questo saggio di Sartoris è particolarmente significativo dal punto di vista delle geografie relazionali perché, eccezion fatta per le seppur rare recensioni su architetture e/o architetti stranieri, sulla rivista nazionale non compaiono mai articoli a firma di architetti non spagnoli. Sartoris è quindi di fatto il primo e l'unico assieme, come vedremo, a Gio Ponti.
- ³ L'evento è organizzato dalla *Dirección General de Arquitectura* e dal *Consejo Superior de Colegios de Arquitectos*. Il racconto delle attività è pubblicato sul numero 10 di *Cuadernos de Arquitectura* (pp. 2-5).
- ⁴ Esempio paradigmatico è la Casa Garriga-Nogués a Sitges costruita nel 1947 e conosciuta da Ponti perché esposta alla *Exposición de Arquitectura Hispanoamericana* che ha luogo, in seno alla *V Asamblea*, presso il Palazzo Reale di Barcelona dal 9 al 20 maggio del 1949.
- ⁵ Bruno Zevi mette in evidenza la precarietà dell'equilibrio tra le diverse correnti di pensiero presenti alla Bauhaus, come testimoniato dalla contrapposizione a volte molto dura tra il neoplasticismo di Theo Van Doesburg e l'espressionismo di Walter Gropius.
- ⁶ Il rapporto tra Ponti e Coderch è ampiamente testimoniato dai documenti contenuti nell'Epistolario del *Gio Ponti Archive* di Milano e nell'*Archivo Coderch del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía* di Madrid.
- ⁷ L'evento, curato da Carlo Pagani e Gian Carlo Ortelli, viene recensito nel 1956 sul n. 169 di *Revista Nacional de Arquitectura*. (Pagani & Ortelli, 1956).
- ⁸ Partecipazione a quattro edizioni, dal 1956 al 1962, della Biennale di Arte Sacra di Salisburgo con la vittoria della Medaglia d'Oro nelle ultime due; partecipazione all'Esposizione Universale di Bruxelles "Expo 58" con opere di noti artisti e architetti tra cui Chillida, Miró e Gaudi, accanto a prodotti industriali e di artigianato artistico, con la vittoria della Medaglia d'Oro dell'Esposizione.
- ⁹ Antoni de Moragas e Joaquim Mascaró partecipano all'*Internationaler Kongress für Formgebung* a Darmstadt nel 1957, mentre André Ricard prende parte al primo Congresso e Assemblée Generale ICSID - *International Council of Societies of Industrial Design* a Stoccolma nel 1959, due anni dopo la sua fondazione. I congressi e le contestuali assemblee generali ICSID hanno luogo, a partire dal 1959, ogni due anni. Limitatamente al periodo storico analizzato dal presente saggio, le città che ne ospitano le attività sono nell'ordine: Stoccolma (1959), Venezia (1961), Parigi (1963), Vienna (1965), Montreal (1967), Londra (1969), Ibiza (1971).
- ¹⁰ Mostra sull'architettura finlandese presso l'antico ospedale della Santa Creu a Barcelona nel 1959. La mostra, organizzata dal *Colegio de Arquitectos de Cataluña e Baleares* in collaborazione con il *Suomen Rakennustaitteen Museum* di Helsinki, riveste particolare importanza per la storia del design catalano perché accanto ad opere d'architettura e urbanistica finlandesi sono esposte anche lampade, mobili e vari oggetti di design progettati da Alvar Aalto e prodotti dalla Artek AB di Helsinki, oltre ad un lavoro sperimentale sulla curvatura del legno anch'esso opera di Aalto.
- ¹¹ Al Gruppo R appartengono, oltre a José A. Coderch, gli architetti Josep M. Sostres, Antoni de Moragas, Josep Pratmarsó, Francisco J. Barba Corsini, Joaquim Gil, Manuel Valls, Oriol Bohigas, Josep Martorell, Manuel Ribas.
- ¹² Il *Fomento de las Artes Decorativas* (FAD), oggi *Fomento de las Artes y del Diseño*, è un'associazione finalizzata alla promozione della cultura del design che oggi integra 5 associazioni, tra cui, dal 1960, anche l'ADI - *Asociación de Diseñadores Industriales*. Fondata nel 1903 come associazione professionale di artigiani e artisti decoratori, essa fa propria l'eredità del *Centro de Artes Decorativas de Barcelona*, chiuso nel 1897, ed espandendosi sempre più soprattutto a partire dagli anni venti grazie alla partecipazione a importanti eventi come la *Exposición Internacional del Mueble y Decoración de Interiores* (Barcelona, 1923), la *Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas* (Parigi, 1925) e la *Exposición Internacional* (Barcelona, 1929).
- ¹³ Va specificato che, secondo i membri del Gruppo R, l'allontanamento dall'artigianato va attuato solo dal punto di vista produttivo e non progettuale, nel senso che un buon designer deve sempre operare metodologicamente seguendo l'approccio del bravo artigiano.
- ¹⁴ Molto influenti si rivelano poi anche i progetti realizzati da Ponti in questi anni, tra cui le sedie Leggera (1951) e Superleggera (1957), i piatti in ceramica smaltata per Franco Pozzi (1957), la finestra arredata e le pareti organizzate (1954).
- ¹⁵ Enrico Peressutti è membro dei BBPR che proprio in questi anni stanno realizzando a Barcelona l'edificio Hispano-Olivetti in Ronda Universitat e vinceranno, l'anno successivo, il *Premio FAD de Decoración* 1964 per l'allestimento del locale per l'esposizione e la vendita dei prodotti Olivetti ubicato al pianterreno dello stesso edificio.
- ¹⁶ Nella sede di Barcelona, il padiglione viene montato nei primi mesi del 1970 su iniziativa dell'ADI/FAD, all'interno del padiglione italiano della *Feria de Barcelona*.
- ¹⁷ La mostra è organizzata nel 1961 dall'ADI/FAD e dall'Istituto di Relazioni Internazionali di Stoccarda con il patrocinio dell'Istituto dell'Industria di Baden-Württemberg.
- ¹⁸ Del FEDI fanno parte importanti nomi del design catalano tra cui José A. Coderch, Oriol Bohigas, Alexandre Cirici, Federico Correa, Rafael Marquina, José M. Martorell, Antoni de Moragas, Alfons Milá e Miguel Milá.
- ¹⁹ Il DICI, attivo dal 1965 al 1970, oltre ad organizzare esposizioni temporanee di design (come quelle dedicate alla Thonet nel 1967 e alla Braun nel 1968) e conferenze con illustri personalità internazionali (tra cui quelle nel 1968 con Vittorio Gregotti ed Edoardo Vittoria), crea un'importante esposizione permanente sul disegno industriale nei locali a pianterreno del *Colegio Oficial de Arquitectos de Cataluña e Baleares*, completamente vetriati e affacciatisi sulla centralissima piazza della Cattedrale del centro storico di Barcelona, aperta visivamente e fisicamente alla città e ai cittadini.
- ²⁰ La *Escuela de Artes y Oficios de Barcelona*, conosciuta come *Llotja* perché situata nel *Palau de la Llotja de Mar*, è una scuola d'arte e design fondata nel 1775 con il nome di *Escuela gratuita de diseño*. Fondamentale per la formazione sullo stampaggio dei tessuti in seta e cotone (*indianas*) che a Barcelona hanno alla fine del XVIII secolo la maggior concentrazione europea di industrie manifatturiere, integra nei decenni successivi le discipline delle arti plastiche, dell'architettura e delle belle arti. Osteggiata dai Novcentisti agli inizi del XX secolo, la *Llotja* si rinnova ispirandosi alla Bauhaus e sancisce la sua importanza storica anche per aver ospitato importanti personalità dell'arte, tra cui Picasso. Pochi anni dopo il riconoscimento, nel 1970, la *Llotja* diventa *Escuela d'Arts Aplicades i Oficis Artistics*.

²¹ La *Escola Massana*, fondata nel 1929 su iniziativa del FAD, è una scuola pubblica comunale multidisciplinare per le arti visuali, arti applicate e design. Assieme all'*Exposició Internacional* di Barcelona, organizzata nello stesso anno della sua fondazione, la Massana diviene subito il più importante centro di formazione e punto di riferimento culturale per la nuova generazione dei designer catalani.

²² Numerose anche negli anni sessanta sono le pubblicazioni che *Revista Nacional de Arquitectura*, *Cuadernos de Arquitectura* e *Destino* dedicano a Ponti e al design italiano, soprattutto attraverso il racconto delle vicende legate al premio Compasso d'Oro. L'amicizia tra Ponti e Coderch, suggellata dal riconoscimento all'architetto e designer catalano da parte di Domus del Premio Obelisco nel 1963, è testimoniata ancora una volta da un epistolario che si fa più intenso che mai non solo rispetto a dialoghi, riflessioni e confronti sui temi, vicende ed eventi culturali legati all'architettura e al design, ma anche rispetto ai continui reciproci scambi di cortesie e favori come la segnalazione che nel 1966 Ponti fa a Coderch dell'apertura a Barcelona di una sede dell'azienda milanese Ceramiche JOO con cui vuole che egli collabori.

Dal sogno all'abbandono

Lina Bo e la cultura dell'abitare in Italia (1939-1946)

RAISSA D'UFFIZI

Università La Sapienza di Roma

Orcid ID 0000-0002-9674-2265

Il saggio indaga l'attività italiana di Lina Bo analizzando criticamente i suoi contributi letterari all'interno del panorama editoriale italiano. Il testo propone una rilettura critica degli scritti della Bo che, pubblicati su Domus, Stile, Grazia e A. Attualità, architettura, abitazione, arte tra il 1941 e il 1946, apportarono un contributo importante nella cultura abitativa in Italia. Il tessuto della narrazione percorre idealmente la biografia dell'architetto, a partire dal sogno, ovvero dalla sperata creazione di un moderno gusto dell'abitare, sino all'abbandono, che coincide con il trasferimento in Sud America. I principi teorici enunciati negli scritti italiani, connessi alla promozione di un paradigma abitativo nazionale, saranno riproposti e trasferiti in un contesto geografico diverso. Infatti, l'impegno didattico e sociale infuso dalla Bo nella divulgazione dell'abitare moderno, accompagnerà la sua attività in Brasile come testimonia-to dalla fondazione della rivista Habitat.

PAROLE CHIAVE

Cultura abitativa

Casa

Arredo

Italia

Attività editoriale

Lina Bo

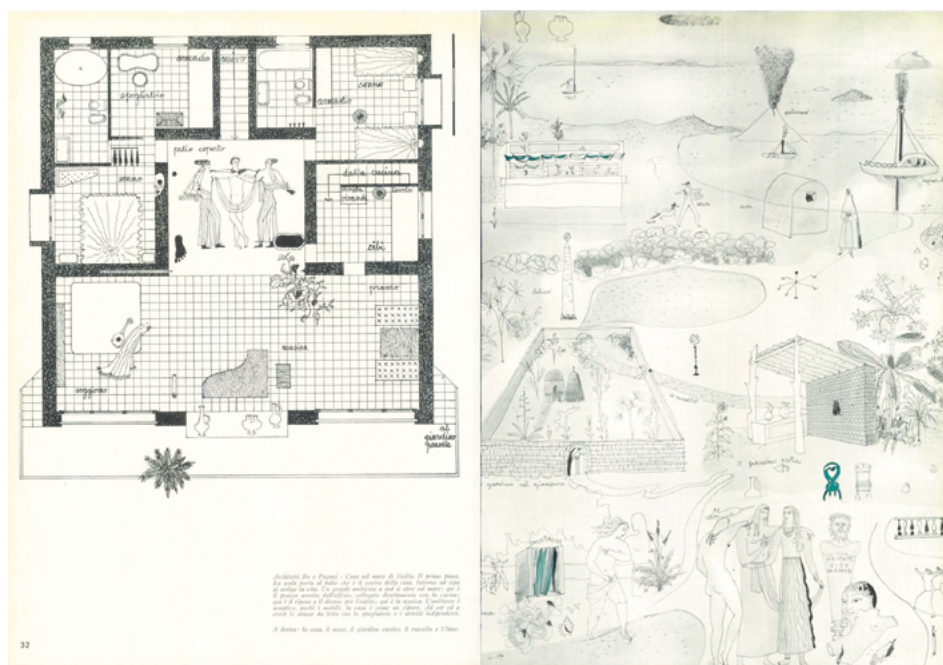
1. Introduzione

La storia dell'architettura e del disegno industriale nell'Italia del XX secolo è stata segnata da relazioni transgeografiche che, sotto forma di trasferimenti materiali e culturali, hanno arricchito il dibattito nazionale e internazionale sul progetto.

In questa rete, l'America Latina risulta essere un interlocutore privilegiato, come attestano i numerosi espatri di artisti, letterari, critici, e architetti o ingegneri, che lasciano la penisola per trascrivere nuovi percorsi internazionali. Tra questi la figura di Lina Bo Bardi spicca per il suo ruolo chiave nella promozione di una modernità che travalica i confini geografici e disciplinari dell'architettura, per coinvolgere altri ambiti applicativi come quello dell'abitare e, più in generale, del gusto. La sua battaglia per la modernità nasce durante gli anni successivi al periodo universitario a Roma, inserendosi in un dibattito dalla dimensione prevalentemente nazionale. La guerra al cattivo gusto nell'abitare italiano allude infatti ad una più ampia reazione alla classicità dell'Accademia, secondo la direzione sancita dalla *Tavola degli orrori*

che il futuro marito Pietro Maria Bardi (1900-1999) presenta alla Seconda Esposizione dell'Architettura Razionale di Roma nel 1931. Questo dibattito, che vede Lina Bo impegnata in prima fila nel sostenere la razionalità dell'abitare, assume un orizzonte più ampio in seguito al soggiorno a Milano, sino a raggiungere un afflato internazionale dopo il 1946, anno del suo trasferimento in Brasile. In questi anni il paese sudamericano è una fertile campo di sperimentazione architettonica, nonché sede di una enclave di architetti italiani come Giancarlo Piantoni (1906-1977), emigrato nel 1946, o Daniele Calabi (1906-1964) che, in fuga dalle leggi razziali, vi soggiorna tra il 1938 e 1948. In Brasile Lina Bo Bardi trasla la sua esperienza italiana applicandola al contesto sociale e culturale del paese, riproponendo la modernità del progetto che aveva affrontato negli anni italiani in una serie di articoli che il presente contributo si prefigge di presentare criticamente.

Fig. 1 — Lina Bo Bardi & Carlo Pagani; Casa sul mare di Sicilia, in *Domus*, n. 152, agosto 1940, pp. 32-33; Editoriale Domus; credits Domus, Archivio Privato.



2. Sognando la nuova cultura abitativa: tra pensiero e progetto

Milano, 6 Aprile 1940. La settimana Triennale di Milano è inaugurata poco prima che, il 10 giugno dello stesso anno, dal balcone di Palazzo Venezia a Roma, Benito Mussolini annuncia l'entrata in guerra dell'Italia. In Italia domina un clima rigido e ansioso, che inibisce la possibilità di approntare, durante l'esposizione, un dibattito fervido sulle tendenze architettoniche internazionali. Nello stesso anno, dopo il conseguimento della Laurea presso il Regio Istituto Superiore di Architettura di Roma, Lina Bo (1914-1992) raggiunge

Milano.¹ Milano e Roma, due realtà diverse ma vicine nella parentesi italiana di Lina Bo, fuggita dalla capitale e “dalle rovine dell’antichità recuperate dai fascisti” perché “Roma era una città ferma, là c’era il fascismo. Tutta l’Italia era abbastanza ferma. Ma Milano no” (Bo Bardi, 1994, p. 9). Roma rappresentava una classicità artefatta, legata alla nuova cultura fascista, che vedeva nell’architettura era uno strumento propagandistico e, nell’eloquenza delle antichità romane un “palcoscenico e giocattolo” per le ambizioni imperiali di Mussolini (Curtis, 2006, p. 360). Se lo sguardo alle antichità romane legava la capitale a un nostalgico recupero della classicità in chiave celebrativa, al contrario a Milano, “la città che sale”, l’architettura identificava un paesaggio dinamico, segnato dalla costruzione di nuovi quartieri, l’apertura di numerose esposizioni e la pubblicazione di riviste dedicate all’architettura e alle arti applicate (Criconia, 2017, p. 38). Dopo l’entrata in guerra dell’Italia nel 1940, anche a Milano l’architettura subisce una paralisi diventando un’“attività artistica astratta o un puro problema teoretico” (Cosentino, 2014, p. 52). Nonostante il periodo critico, Lina Bo apre uno studio a Milano, in via del Gesù 12, insieme a Carlo Pagani (1913-1999), sua conoscenza universitaria, con il quale instaura un legame bivalente di amicizia e lavoro. A causa della scarsità di commissioni, Pagani introduce Lina nel mondo delle numerose redazioni e riviste milanesi. Del resto, convertite a spazio astratto e temporaneo per discutere, narrare e teorizzare l’architettura moderna, le case editrici erano progressivamente divenute l’unica clientela stabile per gli architetti (Lima, 2013, p. 20). Negli stessi anni, Gio Ponti (1891-1979), fondatore di *Domus*, divulga una nuova modalità narrativa per l’architettura, e in particolare per la “casa all’italiana”, luogo prediletto dell’*otium* borghese, in cui “godere in vita nostra, con lieta possessione, le bellezze che le nostre terre e i nostri cieli ci regalano in lunghe stagioni” (Ponti, 1928, p. 7). Proprio la testata di Gio Ponti rappresenta per Lina Bo la prima occasione per cimentarsi all’interno del circuito editoriale milanese. Tra le pagine della rivista, Lina riesce a comunicare l’architettura, la casa e l’arredamento attraverso un linguaggio divertente e delicato, corredato da frequenti illustrazioni teso ad analizzare e guidare la cultura abitativa italiana.

La figura di Lina Bo risulta decisiva per tracciare l’evoluzione del gusto e della cultura abitativa italiana negli anni tra il 1940 e il 1946, durante i quali il tema degli interni residenziali diviene prevalente, alimentato dalla scarsa opportunità di costruire nuovi edifici, che aveva favorito il graduale transito dell’architettura verso un campo d’azione più teorico. Difatti, le teorie sulla casa moderna caratterizzano l’attività letteraria ed editoriale di Lina Bo, dagli esordi nelle redazioni di *Domus* e *Stile*, fino all’impegno come colonnista e illustratrice per *Grazia*. Quest’ultima testata presentava con un linguaggio

accattivante temi di architettura e arredamento ad un vasto pubblico non specializzato, costituito perlopiù da signore borghesi e casalinghe. Similmente, la riflessione sullo stile abitativo italiano caratterizza la vicedirezione, insieme a Carlo Pagani di *Domus* (1944) e la direzione della collana *Quaderni di Domus* (1945). Il tema dell'abitazione è addirittura esplicitato nel sottotitolo della rivista *A. Attualità, architettura, abitazione, arte*, che Lina Bo dirige con Carlo Pagani in parallelo a Bruno Zevi (1918-2000) nella redazione di Roma, presentando l'architettura come mezzo della rinascita culturale dell'Italia. In filigrana, gli interventi letterari di Lina Bo inseguono un sogno utopico: quello di riformulare il paradigma abitativo attraverso l'educazione del gusto di un pubblico, non necessariamente appartenente alla sfera culturale architettonica. Attraverso un'analisi degli scritti di Lina Bo sull'abitare, questo saggio propone un raffronto critico sulla cultura abitativa tra 1939 e 1946, in relazione al contemporaneo dibattito italiano sulla cultura del progetto.

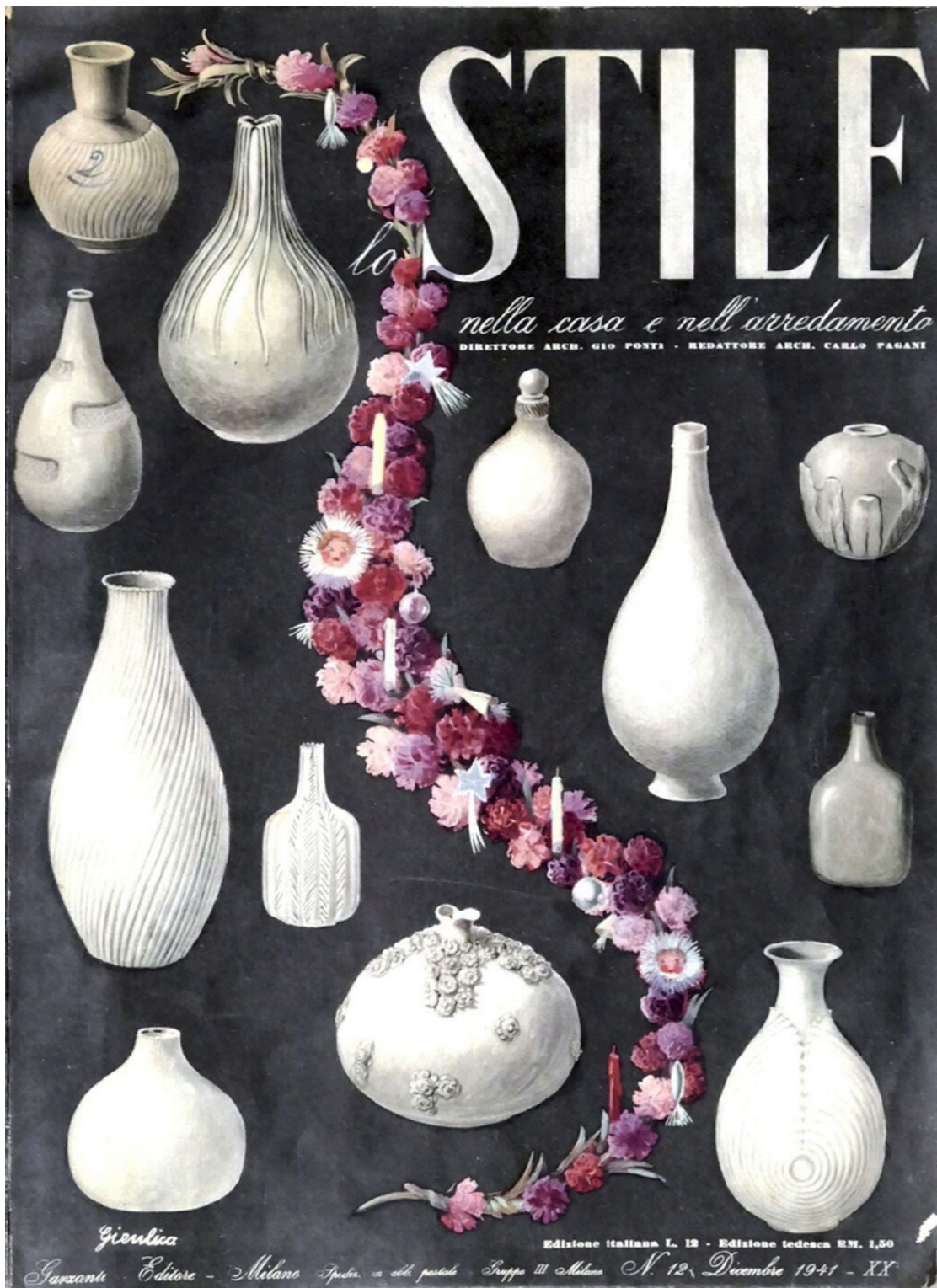
3. Plasmare lo stile del nuovo gusto italiano

Nel 1940 Lina Bo viene chiamata da Gio Ponti per collaborare alla sua nuova creatura editoriale, *Lo Stile nella casa e nell'arredamento*, rivista "di idee, di vita, d'avvenire, e soprattutto d'arte" edita da Garzanti (Ponti, 1944). La lettera che Lina Bo invia a Gio Ponti il 28 novembre 1940, per confermare la sua collaborazione alla rivista, evidenzia il ruolo sociale che ella attribuisce al gusto:

Voi sapete che mi avete avuto contro, quando io combattevo per un'idea che era lontana dalla vostra [...] Se talvolta vi ho criticato, fu perché Vi stimavo; e, ora, maturati i tempi, e assistito ai camaleontismi che i tempi determinano, penso che Voi dovrete dettare diverse leggi nel gusto italiano, soprattutto in rapporto al piano civile. Dico civile per dire che il gusto attinge alla realtà politica e morale. (Bo, 1940)

Prima dell'incarico per *Stile*, Lina Bo ha già collaborato con Ponti tra il 1939 e il 1940, sia nel suo studio professionale, che nella redazione di *Domus*, in cui sono emerse le rispettive diversità di opinione sull'architettura. Nel 1940 le divergenze appaiono ormai appianate e Bo riconosce a Ponti un ruolo chiave nella promozione del nuovo gusto italiano. Infatti, l'obiettivo dichiarato della nuova rivista, che attraversa con sessantanove numeri l'intero periodo bellico², è quello di recuperare il perduto rapporto tra arte e vita. Si tratta di un obiettivo dalla forte componente sociale, in quanto si basa "sulla coscienza dell'inevitabile partecipazione della nostra individualità a una storia collettiva, che tutte le attività risolve nell'unità dello spirito" (Bottai, 1941, p. 10).

Fig. 2 — Nella pagina seguente, *Gienlica*; copertina per *Lo Stile nella casa e nell'arredamento*, n. 12, dicembre 1941; credits *Stile*, Archivio Privato.



La rivista propone la diffusione di un nuovo *stile*, promosso attraverso la pubblicazione di opere di architettura, arredamento, arte, fotografia, e letteratura. Disegni tecnici e foto di edifici, così come oggetti di design e di arti applicate, ed ancora poesie, racconti e saggi contribuiscono alla riformulazione della vita moderna: “Nella casa, nell’arredamento, nell’abbigliamento deve riflettersi questa intelligenza dei fatti artistici, come di tutti i fatti della nostra civiltà: la modernità della casa è necessaria come quella del vestito o del parlare” (Bottai, 1941, p. 10). Il ruolo maestro degli architetti, degli artisti e degli scultori è, secondo la rivista, quello di tradurre le verità della civiltà moderna. Si tratta, in altre parole, di una denuncia del gusto borghese, che diffidente dei principi della modernità. Abbracciando l’intento programmatico della rivista, Bo e Pagani, responsabili del settore arredamento, collaborano alla rivista sino al luglio 1943, producendo scritti, schizzi e illustrazioni per le copertine.³ La grafica delle copertine è forse il segno più concreto di quel rapporto con l’arte invocato da Ponti: primo elemento nella comunicazione con il pubblico, ogni copertina è un capolavoro al confine tra arte e illustrazione. Le immagini di copertina anticipano con semplici iconografie il contenuto di ciascun numero, reinterpretato con uno stile che guarda alle sperimentazioni artistiche di Novecento e dei surrealisti. Tessuti variopinti appesi su uno sfondo materico di legno (n.11, novembre 1941); vasi fluttuanti in uno spazio indefinito, divisi da un festone di fiori (n.12, dicembre 1941); un tavolino apparecchiato la cui costruzione prospettica contraddice quella della stanza in cui è collocato (n.14, febbraio 1942); uno spaccato prospettico di un’abitazione in cui ogni ambiente è nominato da un cartellino parlante (n.17, maggio 1942), sono alcuni dei soggetti rappresentati sulle copertine del 1941 e 1942. Esse sono frutto della collaborazione di Gio Ponti, Carlo Pagani, Lina Bo ed Enrico Bo, pittore e padre di Lina.⁴ Il contributo di Bo e Pagani evidenzia il rapporto inscindibile tra arte, architettura e artigianato che, fortemente promosso da Ponti, rimarrà una costante del design italiano. Al contempo, gli articoli di *Stile* suggeriscono una riflessione sulla relazione tra l’essere umano e l’ambiente domestico, tracciando le linee guida per un’architettura del futuro, in un certo senso anticipatrice delle utopie domestiche del dopoguerra. Nel numero 24 del dicembre 1942, in un articolo sulle *Idee di mobili dal taccuino dell’architetto*, Bo e Pagani chiariscono la loro posizione rispetto al tema dell’arredo: gli arredi non sono più monumenti in miniatura da contemplare, ma oggetti correlati ad una funzionalità da soddisfare nella realtà domestica. In linea con i principi del modernismo internazionale, la funzionalità dell’arredo emerge nella purezza, chiarezza e bellezza del prodotto, caratterizzato da una linea “semplice e netta” (Bo & Pagani, 1942, dicembre, p. 31). Una dichiarazione d’intenti che avvicina l’Italia al funzionalismo d’oltralpe.

Fig. 3 — Nella pagina seguente, Lina Bo Bardi & Carlo Pagani; schizzi di idee preparatorie per l’articolo “Idee di mobili dal taccuino dell’architetto”, in *Lo Stile nella casa e nell’arredamento*, n. 24 dicembre 1942; foto di Henrique Luz; ©Istituto Lina Bo e Pietro Maria Bardi.





AVERE una casa raccolta, intima, dolce è il sogno di ogni donna; una casa « propria » dove si possa veramente vivere, dove si è circondate dalle cose che si amano, dove tutto parla dell'amore con il quale ogni più piccolo particolare è stato scelto e curato.

Non è necessario avere mobili e complementi costosi; avete mai notato la squallida freddezza dei tronfi mobili da magazzino, l'infantilità allontanante dei damaschi imitati e dei velluti, la malinconia delle stanze finto antico o stile « novecento »? La vostra casa deve essere « vostra », il vostro gusto deve affinarsi e sensibilizzarsi; imparerete a scegliere, sia pure con mezzi limitati, i mobili semplici e le stoffe gaie e leggere, i complementi modesti e di gusto; imparerete che una stoffa vivace, un vaso di fiori disposto con garbo, bastano, a volte, per dare all'ambiente più modesto una nota di piacevole freschezza e d'intimità.

L'arredamento che vi proponiamo è la sistemazione di un ambiente che può servire a più usi.

A volte è difficile avere una stanza da soggiorno e una da pranzo, a volte gli ambienti sono pochi, e il numero delle stanze da letto necessarie è grande;

UN MOBILE-PARETE CREA DUE AMBIENTI

ma come rinunciare ad un ambiente nel quale ci si possa riunire, un ambiente dove raccogliere gli oggetti più nostri e più cari?

Noi, vi insegniamo come con un solo ambiente se ne possono creare due: il pranzo-soggiorno e la cucina; a questo scopo serve il grande mobile parete in legno naturale che vi presentiamo, studiato in ogni particolare costruttivo.

Un'apertura al centro permette il passaggio della tavola che dopo esser preparata nell'ambiente-cucina viene spinta attraverso l'apertura nel pranzo-soggiorno.

Nell'ora del pranzo i due locali comunicano e la padrona di casa può, stando seduta, servirsi, prendendo e cambiando via via, i cibi e le stoviglie che sono state posti sui ripiani sopra l'apertura, i cui sportellini aperti mostrano il grazioso rivestimento dell'interno in cinz o cotone fiorato a vivaci colori.

Terminato il pranzo, il tavolo passa ancora nell'ambiente-cucina, l'apertura viene chiusa ed il mobile ritorna parete piena verso il pranzo-soggiorno.

Un vasetto di ferro bianco con un rampicante è fissato in alto a sinistra; in basso, presso il divanino, è una busta in cinz a fiori vivaci per riporre il lavoro. A destra la parete è movimentata da una nicchia per libri, da tre stampe con cornici di stoffa a quadri vivaci e da una mensola sulla quale sono semplici ma graziosi soprammobili di casa e giardino.

Verso la cucina il mobile ha più scomparti; a destra in alto le stoviglie, in basso la biancheria da tavola e da cucina, a sinistra, oltre l'apertura ed i ripiani centrali, tre lunghi sportelli racchiudono; il primo a sinistra le scope, le spazzole, la cera da pavimento; il secondo la batteria da cucina; il terzo che presenta sulla superficie di chiusura dei piccoli fori d'a-



razione, serve da dispensa ed ha in basso dei cassettini di metallo per la farina, i legumi e la pasta.

Il mobile si può fare di legno naturale, faggio, castagno, acero, o verniciato, secondo le possibilità; esso è scomponibile in due parti nelle quali sono montati i ripiani centrali.

Le stoffe fiorate, i libri, le stampe, le cornici colorate e gli oggetti danno verso il pranzo-soggiorno molta gaiezza al mobile; verso la cucina invece, gli scomparti che racchiudono gli oggetti in modo che nulla resti in vista, permettono una pulizia assoluta dell'insieme.

B. P.

Fig. 4 — Nella pagina precedente, Lina Bo Bardi & Carlo Pagani; "Un mobile-parete crea due ambienti" in *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, n. 123, 6 marzo 1941; credits Biblioteca di storia moderna e contemporanea Roma.

4. Prospettive per un arredamento popolare: *Grazia. Un'amica al vostro fianco*

Il settimanale *Grazia*, dal 1938 al 1948 accompagnato dal sottotitolo "Un'amica al vostro fianco" edito da Arnoldo Mondadori Editore, guarda invece ad un variegato pubblico femminile.⁵ La rivista, costituita da 32 pagine, trattava diversi argomenti legati all'universo femminile, dalla moda alla casa. Il numero 123 del 6 marzo 1941 segna l'inizio della collaborazione con Lina Bo, affiancata dapprima in modo più frequente, poi sporadicamente, da Carlo Pagani. I due architetti curano la sezione dedicata alla casa, proponendo soluzioni innovative e somministrando consigli per ogni ambiente domestico, spaziando dalla progettazione degli arredi, sino alla disposizione degli oggetti sulla tavola. Ogni articolo è accompagnato da vivaci illustrazioni che allietano la vista e agevolavano le lettrici nell'immaginare e disegnare nella mente le soluzioni descritte dai testi. Il tono comunicativo semplice e informale, di carattere pressoché didattico, è tuttavia corredato di disegni tecnici, come planimetrie, prospetti e sezioni, che presuppongono una conoscenza di base della rappresentazione architettonica. Allo stesso modo, i disegni tecnici quotati che affiancano i testi, che dovrebbero consentire alle lettrici di fabbricare personalmente gli arredi della propria abitazione, presuppongono delle abilità tecniche che difficilmente erano in possesso delle lettrici. In ogni caso, tale approccio "casalingo" all'architettura va inquadrato nel contesto di un'ampia produzione manualistica negli anni 30 e 40 del Novecento, da *L'arredamento Moderno* (1939) di Roberto Alois a *La casa che vorrei avere* (1933) di Lidia Morelli, per proseguire con i volumi di Mario Dal Fabbro sulla *Costruzione e funzionalità del mobile moderno* (1950). Ma analoghi riferimenti sono rintracciabili anche in *Domus*, sulle cui pagine sono presenti, fin dai primi numeri, schede con le istruzioni per l'autoprogettazione degli spazi e l'autocostruzione di arredi. La rubrica di Bo e Pagani critica lo stile *finto antico* e la freddezza dei mobili da magazzino, invitando le lettrici a creazione di un ambiente proprio che, seppur con mezzi limitati, sia abitato da oggetti costruiti, scelti con cura e amati (Bo & Pagani, 1941, 6 marzo, p. 30).

Così, mentre si analizzano le soluzioni d'arredo per i vari ambienti della casa, dal giardino alla cucina sino al balcone, sono proposti progetti di autocostruzione per un mobile-parete, un mobiletto da lavoro, o un letto pieghevole per bambini. Contemporaneamente, le lettrici ricevono suggerimenti su come, organizzare una piccola abitazione, definire i colori delle stanze, disporre i libri, selezionare porcellane antiche, scegliere tessuti e motivi per le tende o comporre i fiori sulla tavola. Si prospettano inoltre soluzioni per casistiche particolari, come una stanza per un neonato, una casa per sposi, per uno scapolo o una stanza per una sarta.

Il percorso di educazione allo stile moderno si delinea progressivamente nei diversi numeri della rivista. Nel numero 216 del 17 dicembre 1942 la Bo risponde alla domanda di una lettrice confusa sulla distinzione tra mobili moderni e arredi in stile Novecento. Nella risposta lo stile Novecento è definito come l'insieme di tutti i sottoprodotti della produzione artistica del XX secolo, opposto alla autentica linearità dello stile moderno "È *novecento*, tutto il falso moderno, tutto ciò che è strano, eccentrico, di pessimo gusto, realizzato oggi" (p. 27).

Il consiglio alla lettrice è quello di arricchire il suo gusto attraverso riviste di architettura e consigli di esperti, poiché il cattivo gusto irrompe nella quotidianità se non si esercita l'occhio alla bellezza della semplicità. Il fine didattico di *Grazia* va contestualizzato in un preciso momento della storia dell'Italia, in cui gli eventi bellici portano ad una progressiva migrazione dai grandi centri urbani alla campagna. Uno sfollamento che necessariamente richiedeva la necessità di ripensare, riadattare e rendere più confortevole il provvisorio ambiente domestico. L'articolo "Inverno in campagna in tema di sfollamento", incluso nel numero 218 del 31 dicembre 1942, argomenta il tema dello sfollamento e dell'insediamento provvisorio nelle campagne. Nell'articolo si propone una riconsiderazione dell'arredo della casa campagnola che si può modificare con mezzi di fortuna (p. 26). Diverse rubriche sono dedicate alle case degli sfollati, a partire dal numero 224 (11 febbraio 1943). Oltre a consigli generali, sono pubblicati progetti di mobili *ad hoc*, come un cassone, semplice da costruire (n. 223, 4 febbraio 1943, p. 26), una sedia-scaletta (n. 241, 10 giugno 1943, p. 11) o un tavolo da stiro pieghevole (n. 242, 17 giugno 1943, p. 26), che ben sintetizzano l'idea dell'economia applicata agli spazi della casa rurale.

Le rubriche di questi anni, che potrebbero essere raccolte in un ideale manuale di architettura d'interni per chi è stato costretto ad abbandonare la propria residenza cittadina, rientrano in un progetto ambizioso mirante a riscrivere il paradigma di una nuova cultura dell'abitazione moderna in Italia. In particolare, la rubrica pubblicata nel numero 201 del 3 settembre 1942 rappresenta un vero e proprio manifesto programmatico di questo progetto:

Grazia svolgerà per voi un interessante programma relativo alla casa moderna, non solo come arredamento fine a sé stesso, ma come complesso organizzativo di tutta la vita domestica. Vi proporrà le soluzioni per i diversi problemi riguardanti l'attrezzatura della casa, così da semplificare il vostro lavoro giornaliero e rendere, con un arredamento adeguato alle diverse esigenze, la casa veramente adatta ad accogliere serenamente la vita che vi si deve svolgere (p. 10).

Fig. 5 — Nella pagina seguente, Lina Bo Bardi; "Economia di spazio" in *Grazia*. *Un'amica al vostro fianco*, n. 241, 10 giugno 1943; credits Biblioteca di storia moderna e contemporanea Roma.

I disegni geometrici della scaletta e della sedia; dello stesso mobile, cioè, allorchè è chiuso o ribaltato.

Schizzi prospettici della sedia e della scaletta: come vedete il meccanismo di trasformazione è proprio molto semplice.

ECONOMIA DI SPAZIO

Vi offriamo il mezzo di avere in casa una scaletta, sempre così utile per arrivare un "po' più in alto", una scaletta che non ingombri troppo però, e questa non ingombra perché... è una sedia.

I disegni illustrano i movimenti della scaletta che da sedia diventa tale mediante un semplice ribaltamento.

I disegni che vi diamo sono sufficienti per la buona costruzione di quest'altro mobiletto per la casa campagnola.

ACHILLINA

I mobili che disegniamo, le fotografie di arredamenti che vi presentiamo, anche se non oggi realizzabili, servono alla formazione del vostro gusto per una semplice, chiara, bella e serena casa di domani.

Metro 0 5 10 20 30 40 50

Come evidenziato nel numero 208 del 22 ottobre 1942, l'accento rimane sempre sulla funzionalità degli spazi domestici: "la casa deve rispondere alla vita, al lavoro, al tempo in cui si vive" (p. 11). Sotto questo punto di vista, l'evoluzione della tipologia residenziale è vista in un'ottica positivista-darwiniana. Se le prime case-capanne attestavano uno stile di vita primitivo, le case romane erano espressione di una cultura dominatrice e raffinata, le abitazioni rinascimentali erano il prodotto di una civiltà rivolta verso l'arte, i palazzi ottocenteschi rappresentavano il trionfo della borghesia, la casa del Novecento l'abitazione deve essere riformulata rispetto alle inedite esigenze della vita e della civiltà contemporanea. In un rapporto univoco tra funzione ed espressione formale, Lina Bo rigetta le imitazioni malinconiche degli stili passati, mentre promuove la diffusione di un ambiente domestico semplice e pratico, che soddisfi i bisogni materiali e spirituali dei suoi abitanti senza ricorrere a inutili orpelli o retaggi del passato.

La rubrica del numero 188 del 4 giugno 1942 accusa quindi l'eccessivo decorativismo, eredità Ottocentesca, ancora viva nel "cuscino dipinto a mano, lo scialle sul pianoforte e quei terribili tavolinetti traballanti, quelle scatole e bomboniere di passate nozze" (Bo & Pagani, 1942, 4 giugno, p. 10). Allo stesso tempo è rigettato il freddo funzionalismo che, già dopo la Prima Guerra Mondiale, ha ridotto la progettazione della casa a rigide regole metriche. Questo approccio meramente funzionale, congiunto all'uso di materiali freddi come l'acciaio cromato, ha privato gli spazi domestici di intimità e personalità: "Oggi si tende all'equilibrio. La casa di oggi non ha l'intimità data dal binomio polvere-cattivo gusto, e non è più il trionfo del tubo cromato e delle nudità; ancora oggi si usa la parola intimo, ma ha un altro significato"; e ancora: "Intimo oggi equivale a sereno, limpido, accogliente senza esagerazioni e falsi. La casa di oggi deve essere soprattutto sincera" (Bo & Pagani, 1942, 4 giugno, p. 10).

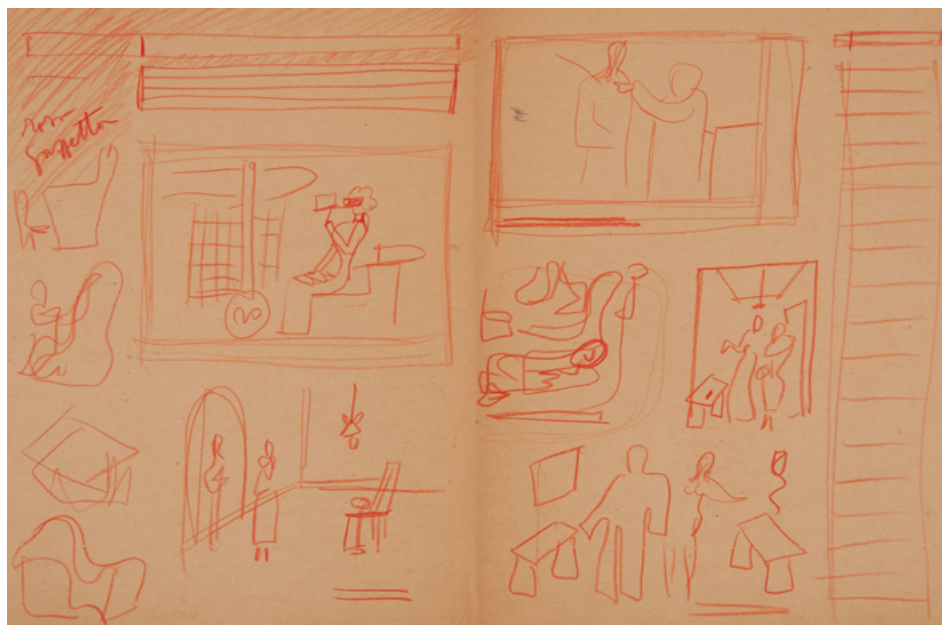
Le soluzioni proposte nelle rubriche sono funzionali e modeste, ma sono espressione di una certa intimità e artigianalità che si oppone alla nascente industrializzazione di mobili e arredi. Esse promuovono, al contrario, la produzione artigianale italiana, spesso limitata ad ambiti regionali e poco diffusa a livello nazionale:

Gli arredamenti che presentiamo sono realizzati modestamente ma raggiungono nel risultato un grado di civiltà veramente eccezionale. L'Italia, così ricca di prodotti artigiani e di produzioni regionali potrebbe essere alla testa degli altri paesi e la casa potrebbe valorizzare molti di questi prodotti, ancora agli stessi italiani sconosciuti; così le stoffe, i tappeti, le stoviglie, i soprammobili. (Bo, 1942, 17 dicembre, p. 27)

Dagli ambienti e dagli arredi si passa ad analizzare anche le attrezzature necessarie alla moderna vita domestica. L'articolo intitolato "Attrezzatura moderna", pubblicato nel numero 213 il 26 novembre 1942 argomenta funzionalità, costi e qualità degli oggetti per la cucina e la cura della casa, dagli apparecchi elettrici (aspirapolvere, lavapiatti) sino agli utensili più piccoli (grattugia per i formaggi, macchina per tagliare la pasta, vaporiera).

La selezione di un oggetto in base alla sua effettiva utilità, e non in base al suo prezzo di vendita, corrisponde alla vera economia della casa, frutto di "una mentalità ragionatrice e organizzativa" (Bo, 1942, 17 dicembre, p. 27). La critica è rivolta alle donne che comprano articoli per la casa superflui e insignificanti, rispetto ad oggetti più costosi ma che possono svolgere diverse mansioni. È questo il caso del tavolinetto-carrello, che può soddisfare più funzioni come il trasporto dei piatti, il servizio delle portate, e il supporto per l'apparecchiamento della tavola. Anche attraverso i dettagli è possibile educare il pubblico alla bellezza e al rifiuto del cattivo gusto nell'arredamento dell'abitazione.

Fig. 6 — Lina Bo Bardi & Carlo Pagani; schizzi di idee preparatorie per un layout di pagina, 1939-1945; foto di Henrique Luz; ©Istituto Lina Bo e Pietro Maria Bardi.



5. La vicedirezione a *Domus* e la collana *Quaderni di Domus*

Nel 1944 la devastazione della guerra dilaga in Italia, Lina è chiamata a dirigere *Domus* insieme a Carlo Pagani sotto la direzione ufficiale di Melchiorre Bega.⁶ Bo e Pagani organizzano l'uscita di dieci numeri tra marzo e dicembre dello stesso anno. Si affrontano tematiche già rilevate durante il periodo bellico, come la dicotomia tra la distruzione dell'abitazione e la sua ricostruzione



Fig. 7 — Federico Patellani; Lina Bo Bardi cammina tra le rovine di guerra a Campo Marzio, Roma, 8 agosto 1945; credits Federico Patellani ©Archivio Federico Patellani - Regione Lombardia / Museo di Fotografia Contemporanea, Milano-Cinisello Balsamo.

“senza vane velleità monumentali, con opere ben fatte e durevoli e soprattutto con rapidità ed il minimo costo” (Bo & Pagani, 1944, p. 11).

Nel numero 198 del giugno del 1944 Lina Bo scrive sulla “sistemazione degli interni” affermando che le esigenze della vita moderna hanno richiesto un superamento della pratica progettuale tradizionale a favore di un attento studio sulla funzionalità e flessibilità dell’organismo abitativo. Questa mutata situazione si traduce in una maggiore attenzione ai processi di produzione industriale, alla modularità e alla serialità degli elementi che costituiscono gli ambienti. Vengono condotte analisi sull’efficienza degli spazi interni, sulla progettazione di arredi funzionali e sulle *Existenzminimum*. L’attività di Lina Bo in *Domus* è stata ampiamente indagata nella letteratura (Lima, 2013, pp. 19-26; Cosentino, 2014, pp. 51-64); tuttavia si vuole sottolineare come anche l’attività su *Domus* sia inquadrabile all’interno di un più ampio progetto sociale di educazione allo stile moderno. In questo contesto va analizzata anche il percorso editoriale parallelo agli scritti su *Domus*.

Tra il 1944 e il 1945, infatti, Lina Bo e Carlo Pagani curano un progetto satellite legato alla rivista: la collana dei *Quaderni di Domus*. La serie è costituita da piccoli quaderni, fascicoli monografici, pubblicati a puntate che approfondiscono alcuni elementi fondamentali dello spazio abitativo. I quaderni forniscono una panoramica e una classificazione generale di ciascun tema, affidata di volta in volta a rinomati architetti. All’interno della titolazione di ciascun volume, il ricorrente utilizzo della preposizione *nella*, definisce idealmente la casa come un grande contenitore di cui sono esaminati gli elementi costitutivi. Nei singoli fascicoli, i temi sono presentati secondo una logica ricorrente dal generale al particolare: dapprima un’introduzione sullo sviluppo storico, le tipologie e le funzioni; in seguito, una selezione antologica di progetti internazionali, presentati sotto forma di disegni tecnici e fotografie.

Nel 1945 sono pubblicati *I libri nella casa* di Vito Latis, *Gli studi nella casa* di Vittorio Gandolfi, *Camini* di Marco Tevarotto, *La cucina* di Marco Zanuso. Il primo volume sui libri esplora le numerose possibilità di collocazione dei libri all’interno di un contesto domestico. Ripercorrendo la storia del libro e la sua diffusione nella società, dalla creazione fino alle moderne evoluzioni del prodotto editoriale, il volume riflette sulla componente fisica del libro come criterio di progettazione degli interni domestici. La moderna progettualità, che ha visto la lettura (quindi libri) spostarsi dagli spazi riservati dello studiolo-biblioteca per approdare agli altri ambienti della casa, ha stimolato gli architetti a ragionare sulla rilocalizzazione dei libri, un “preciso compito che si presenta oggi, quasi come regola generale, e che deve sempre essere previsto da chi si occupa d’arredamento” (Latis, 1945, p. 14).

Le soluzioni presentate sono tra le più diversificate, dal piccolo portalibri, per quantità ridotte, fino alla libreria che diviene un escamotage architettonico per dividere due ambienti.

Nel volume sugli studi si pone attenzione sul ruolo degli spazi per il lavoro, studi tecnici e atelier d'artista, indipendenti dall'abitazione o interni ad essa talvolta ridotti a uno scrittoio a ribalta nel soggiorno o nella camera per ridurre gli spazi. Il quaderno dedicato ai camini parte da una riesamina storico-antropologica della scoperta del fuoco nello sviluppo della civiltà seguita da una classificazione delle diverse tipologie di camini: in isola, appoggiati al muro, semi sporgenti, con e senza cappa, per l'interno e l'esterno.

Quello dedicato alla cucina ripercorre la considerevole trasformazione di questo ambiente della casa. Lo sviluppo di nuovi stili di vita moderna e l'avanzamento delle tecnologie hanno determinato l'orientamento pratico e funzionale degli arredi, ma anche l'avvicinamento a un processo di standardizzazione degli elementi che può consentire una "maggiore efficienza raggiungendo costi più bassi e quindi accessibili alla grande massa del pubblico" (Zanuso, 1945, p. 8). I quaderni, nella loro totalità, sono pensati da Lina Bo e Carlo Pagani come un manuale pratico per progettisti ma anche proprietari di case.⁷ La loro finalità è quella di attestare il passaggio dalla vecchia produzione artigianale a quella industriale, in vista di una più ampia distribuzione dei prodotti su scala nazionale e tra le classi sociali. Tale scenario diverrà presto, già a partire dagli anni '50, il terreno fertile per le sperimentazioni design italiano.

6. "A" come cultura della vita

Nel frattempo, l'Italia è cambiata. Gli ultimi anni della Seconda Guerra Mondiale e i bombardamenti alleati hanno lasciato ovunque macerie, e lo stesso studio di Lina Bo è distrutto nei bombardamenti di Milano. Nel suo curriculum letterario ricorderà:

Per la prima volta gli uomini si trovavano a dover ricostruire le case, tante case nel centro delle grandi città, lungo le strade di campagna, nei villaggi; e per la prima volta "l'Uomo pensa all'Uomo", ricostruisce per l'Uomo (Bo Bardi, 1994, p. 10).

In questo contesto di ricostruzione, si riscopre il ruolo centrale dell'abitazione e dei suoi elementi nella ricostruzione di quella dignità domestica strappata dalla guerra. Ecco che, allo sviluppo di un esistenzialismo umana, si affianca un'ontologia dell'oggetto domestico:

I mobili devono "servire", le sedie per sedersi, le tavole per mangiarci, le poltrone per leggerci e riposarci, i letti per dormirci, e la casa così non sarà un foco-

lare eterno e terribile, ma un'alleata dell'uomo, agile e utile, in grado di poter, come l'uomo, morire. (Bo Bardi, 1994, p. 10).

L'abitazione viene caricata dunque di valori trascendenti che la avvicinano all'arte. Il rapporto tra consapevolezza sociale, tematiche architettoniche, esigenze domestiche e istanze artistiche diviene tematica centrale di un nuovo giornale, che Bo e Pagani iniziano a pensare già durante gli anni dell'occupazione tedesca. Si pensa a una pubblicazione "che fosse alla portata di tutti e che battesse sugli errori tipici degli italiani" (Bo, 1945), la cui idea si concretizza dopo l'incontro con Bruno Zevi. Nel 1945 viene formata la redazione, divisa tra Milano, sotto la direzione di Bo e Pagani, e Roma, sotto la direzione di Zevi. La rivista è concepita dai direttori come un'avventura, per "scagliarsi" nella realtà della folla, indirizzandosi a quel pubblico rimasto orfano della massificazione fascista, educandolo a un rinnovamento culturale dalla marcata indole morale (Zevi, 1945). In particolare, per Lina Bo tra gli obiettivi della pubblicazione è quello di "Portare il problema dell'architettura alla portata di ognuno in modo che ognuno possa arrivare a rendersi conto della casa nella quale dovrà vivere, della fabbrica dove dovrà lavorare, delle strade dove dovrà camminare" (Bo, 1945).

Fig. 8 — Lina Bo Bardi & Carlo Pagani; collage preparatorio per il layout di pagine per la rivista *A cultura della vita*, 1946; foto di Henrique Luz; ©Istituto Lina Bo e Pietro Maria Bardi.



Il 15 febbraio 1946 esce così il primo numero del settimanale *A. Attualità, architettura, abitazione, arte*.⁸ Si tratta di "un giornale, cioè un settimanale, non una rivista in carta patinata, ma in carta semplice, per divulgare l'architettura

ra (Pagani, 2017, p. 96), ma allo stesso tempo un giornale “né di architettura, né di arte, né di abilitazione, né di attualità. È un giornale di cultura, di vita” (Zevi, 1945). Sulla copertina del primo numero compare un profilo di donna che osserva una rimessa degli attrezzi da giardinaggio disposti disordinatamente, mentre un cartiglio recita la domanda “Perché viviamo così male?” La risposta e la conseguente soluzione della domanda sono descritte nell'introduzione della rivista, che può essere letta come una vera e propria proclamazione d'intenti civici:

Noi dobbiamo ricominciare da capo, dalla lettera A, per organizzare una vita felice per tutti. Noi ci proponiamo di creare in ogni uomo ed in ogni donna la coscienza di ciò che è la casa, la città; occorre far conoscere a tutti i problemi della ricostruzione perché tutti, e non solo i tecnici, collaborino alla ricostruzione (A. *Attualità, architettura, abitazione, arte, 1*, 15 febbraio 1946).

L'articolo di apertura parte dalla drammatica esplosione della bomba atomica a Hiroshima per un ripensamento radicale della vita civile. Le ferite della guerra e l'impotenza verso le nuove armi di distruzione di massa, espressioni di un disinteresse collettivo per la vita e l'intero genere umano, possono essere gradualmente superate attraverso una riprogettazione totale, a partire dalla lettera A, della vita umana. Il nuovo giornale si propone appunto di guidare con nuovi principi civici la progettazione di “una nuova casa, una città migliore, un'abitazione per l'Uomo”, che ne risulterà di conseguenza migliore (Zevi, 1946a, p. 4).

In una concezione umanistica, l'essere umano costituisce il nucleo della rivista, che mediante materiale fotografico “di qualità preminentemente umana”, permette al lettore di calarsi nei paesaggi urbani e antropizzati d'Italia. Gli articoli si concentrano sui luoghi non in funzione di un'analisi formale, bensì in relazione alle persone che li vivono: persone reali che spostano il focus della teoria architettonica in una nuova direzione. Tutto questo si riflette anche nella casa, il luogo che costituisce la prima estensione della vita umana nello spazio: “Non si tratta più della casa, ma anzitutto degli uomini che vivono la casa” (Zevi, 1945). In quest'ottica, il giornale propone un dettagliato resoconto delle condizioni abitative dell'Italia del dopoguerra. Insieme al fotografo Federico Patellani, Lina Bo realizza un reportage sulla vita nelle zone maggiormente colpite dalla guerra. Dell'esperienza, ricorderà nella sua biografia di aver viaggiato “per tutta l'Italia, raccogliendo dati. Sentivamo che bisognava fare qualcosa per togliere l'architettura dal pantano” (Bo Bardi, 1994, p. 11).

Fig. 9 — Nella pagina seguente, A. *Cultura della vita*; n.7, 25 maggio 1946; Editoriale Domus; credits Fondazione Bruno Zevi; foto Raissa D'Uffizi.



La rivista è divisa varie sezioni, che affrontano un ampio ventaglio di temi legati alla vita umana: dalla sezione dedicata alla casa, corredata dalla descrizione di arredamenti economici e popolari, a quella sulla cultura della città, che affronta il problema delle abitazioni e dei nuovi quartieri; da quella di psicologia e educazione sessuale a quella "Uomo della settimana", che indaga le biografie di uomini illustri e comuni; dalla sezione "Attacchi", di critica politica e sociale, a quella meno impegnata dedicata alla cultura del vestiario sebbene più a carattere antropologico che di moda (Zevi, 1945). Alla varietà degli argomenti A associava un carattere estremamente interattivo, poiché nelle rubriche i lettori avevano la possibilità di esprimere la propria opinione e il proprio gusto. Ad esempio, la rubrica "Quale scegliereste? Esercitate il vostro gusto", invitava i lettori a individuare pregi e difetti di oggetti comuni tra bicchieri, orologi e lampade da tavolo, tavoli da pranzo, caraffe, teiere, cornici e poltrone. Nel terzo numero (15 marzo 1946) un concorso a puntate rivolto alle donne - poiché solo loro "vivono nella casa e ne conoscono le necessità" - metteva in palio "un arredamento gratis" in cambio di una raccolta

Fig. 10 — A. *Cultura della vita*; n.8, 10 giugno 1946; Editoriale Domus; credits Fondazione Bruno Zevi; foto Raissa D'Uffizi.



dati finalizzata a individuare le caratteristiche di un “un arredamento ideale”. Si trattava di una ricerca di mercato organizzata in collaborazione con la Riunione Italiana Mostre per l'Arredamento (RIMA) e Palazzo dell'Arte di Milano (A. *Attualità, architettura, abitazione, arte*, n. 3, 15 marzo 1946, p. 13).⁹ Inoltre, la rivista pubblica periodicamente formulari, da inviare alla redazione, su diversi beni di uso personale e casalingo, come vestiario, libri, ombrelli, macchine da cucire, biancheria da letto, tazze, etc., ma anche materiali e arredi per gli ambienti della casa.¹⁰

Il progetto culturale della rivista ha tuttavia vita breve. Dopo soli nove numeri la pubblicazione è interrotta dall'editore tra il giugno e il luglio del 1946. La decisione provoca il grande rammarico della redazione e, in particolare, di Bruno Zevi che la descriverà come una “notizia inaspettata” e un “grande errore” (Zevi, 1946b). Lina Bo, invece, aveva abbandonato la collaborazione con la rivista poco prima dell'interruzione ufficiale, decisa ormai ad intraprendere un nuovo percorso con in terra brasiliana con il critico e mercante d'arte Pietro Maria Bardi, che sposerà nell'agosto dello stesso anno.¹¹

7. Dal sogno all'abbandono

Gli anni trascorsi in Italia giocano un ruolo fondamentale nella formazione come intellettuale e progettista di Lina Bo e costituiscono senza dubbio un prezioso strumento per analizzare quella cultura italiana dell'abitare che tradotta in Brasile, sarà adattata dall'architetto alle contingenze locali (Catalano, 2014). In Italia l'attività letteraria di Bo è condotta su diversi fronti, in riviste che trattano dell'architettura da punti di vista differenziati: dalla più popolare *Grazia*, a riviste rivolte verso le arti visive e decorative come *Stile*, da pubblicazioni più specializzate sull'architettura come *Domus* e i suoi *Quaderni*, a quelle dal marcato dal carattere civico e politico come *A*.

La molteplicità dei linguaggi e dei mezzi di comunicazione di cui Lina Bo fa uso nei suoi scritti, riflette l'eccentricità della sua figura, come appare evidente dalla descrizione che Bruno Zevi ne fa tra le pagine di *Caramelo* (1992):

Lina è stata un'eretica in veste aristocratica, una stracciona elegante, un'eversiva aggirantesi in quartieri lussuosi. Il suo desiderio di cambiamento era incontenibile, si dichiarava continuamente insoddisfatta, alla ricerca irrequieta di alternative [...]. Lina, almeno quella che ho conosciuto, bruciava i valori. Perciò ne aveva tremendamente bisogno, li cercava freneticamente, li scopriva, li coltivava e li lacerava per arricchirli con alti valori. Come un poeta, era coinvolta nel mondo e se ne estraniava; nei momenti più felici, anziché agli altri, parlava a sé stessa (p. 41).

Nell'Italia a cavallo della Seconda Guerra Mondiale Lina Bo incarna la figura di un architetto visionario. La sua non è tuttavia l'utopia della città futurista, quanto un'utopia domestica che si basa sulla necessità, già sostenuta da William Morris (1834-1896), della diffusione del bello nella realtà quotidiana. Al contempo, le sue convinzioni sfuggono da uno sterile estetismo, suggerendo invece la costruzione di un dibattito culturale a livello nazionale– e dopo il trasferimento in Brasile anche a livello internazionale– volto alla diffusione di un moderno stile di vita, la cui espressione diretta risiede nell'abitazione. Questa sua visione del futuro, che rielabora l'abitazione come cellula sociale, delinea i margini di quella che sarà la moderna utopia abitativa in Italia. Questa utopia abitativa, che emergerà in maniera chiara nei progetti brasiliani, si concretizza negli anni italiani sotto forma di una profonda riflessione sulla casa e l'arredamento. Le tesi di Lina Bo sull'arredamento sono in linea con l'ambivalenza italiana, sospesa tra la ricerca di uno stile moderno e un legame ancora forte con la tradizione artigiana (Sparke, 1988, p. 8). È questa un'incertezza che si relaziona con il clima politico del regime, in cui la modernità non è ostacolata ma risulta “sottilmente in contrasto con il nazionalismo, la retorica, la pretesa di autarchia culturale, non meno che economica, del fascismo” (Argan, 1982, p. 15).

Il dopoguerra libera l'architettura dalla propaganda di regime e offre le nuove opportunità garantite dalla ricostruzione all'ormai affermata architettura moderna. Ma è proprio questa Italia delle opportunità che Lina Bo lascia nel 1946, sedotta dalle immagini dell'America latina circolate in Europa (Anelli, 2010, p. 99). Anche nella sua seconda vita brasiliana, un *file rouge* continuerà a legare l'attività professionale e quella editoriale sulla cultura dell'abitare: una forma di racconto espressivo dei principi della nuova abitazione moderna, concretizzati nella progettazione e realizzazione della Casa de Vidro di São Paulo e che si ritrovano applicati più in generale nei progetti residenziali brasiliani (Rubino & Grinove, 2009, p. 62). Proprio in Brasile, inizia un nuovo percorso editoriale che, forte dall'esperienza maturata in ambito italiano, dà vita a una rivista multidisciplinare come *Habitat*.

8. *Habitat*

Circa tre anni dopo l'arrivo in Sud America, insieme all'ormai marito Pietro Maria Bardi, Lina fonda nel 1950 la rivista *Habitat*, curandone la direzione per quindici numeri sino al 1953. Si tratta di un ambizioso progetto editoriale, che avrà un ruolo chiave nella costruzione della cultura moderna brasiliana. L'intento è quello di costruire un contenitore in grado di trattare la modernità nell'architettura, ma anche nel design, le arti plastiche, la danza e il cinema, settori che vengono messi in relazione ai cambiamenti sociali e cul-

turali in atto in Brasile a partire dagli anni quaranta. La Bo Bardi predispone il progetto editoriale sulla base dei principi intrapresi e sperimentati in Italia: un modello all'italiana che si rende perfettamente in linea con il suo modo di pensare e agire. In Brasile le riviste di architettura erano prettamente a carattere tecnico, mentre *Habitat* adoperava una comunicazione mista attraverso testi critici, disegni tecnici, fotografie, schizzi e riproduzioni di opere d'arte prediligendo un forte carattere sperimentale. *Habitat* diventa un progetto innovativo, uno spazio di sintesi delle arti, promotore di quella modernità tanto cara a Lina sin dagli anni romani. Nella rivista brasiliana si ritrova infatti l'approccio intellettuale che Lina ha maturato in Italia: educazione alla modernità, narrazione multidisciplinare, fiducia nel potere sociale della cultura, inclinazione al dibattito, problematica dell'abitazione e divario tra ceti sociali. Temi che faranno di Lina Bo Bardi una delle figure chiave al centro di una delle principali reti delle geografie relazionali nella storia dell'architettura dello scorso secolo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- A. *Attualità, architettura, abitazione, arte*, 1. (1946, 15 febbraio). Editoriale Domus.
- A. *Attualità, architettura, abitazione, arte*, 3. (1946, 15 marzo). Editoriale Domus.
- ALOI, R. (1939). *L'arredamento Moderno*. Hoepli.
- ANELLI, R. (2010, giugno). Ponderações sobre os relatos da trajetória de Lina Bo Bardi na Itália. *Pós*, 27, 86-101.
- ARGAN, G. C. (1982). Il Design degli italiani. In P. Sartogo (a cura di), *Italian re evolution: design in italian society in the eighties* (pp. 15-23). Nava.
- BARDI, B. L. (1994). Curriculum literário. In M. C. Ferraz (a cura di), *Lina Bo Bardi* (pp. 9-12). Charta, Instituto Lina Bo e P. M. Bardi.
- BO, L. (1940, 28 novembre). Lettera scritta a Gio Ponti. Archivio Gio Ponti, Milano. Epistolario, CAT GP 002. cit. in Rostagni, 2016, p. 24, n. 14.
- BO, L. (1942, 3 settembre). La casa moderna. Attrezzatura e arredamento. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVII, 201, 10.
- BO, L. (1942, 22 ottobre). Aderenza della casa alla vita. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVII, 208, 11.
- BO, L. (1942, 26 novembre). Attrezzatura domestica. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVII, 213, 26.
- BO, L. (1942, 17 dicembre). Problemi della casa moderna. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVII, 216, 27.
- BO, L. (1942, 31 dicembre). Inverno in campagna in tema di sfollamento. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVII, 218, 26.
- BO, L. (1943, 4 febbraio). Un cassettono per gli sfollati. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVIII, 223, 26.
- BO, L. (1943, 11 febbraio). Un mobile per bambini per chi costruisce la propria casa. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVIII, 224, 11.
- BO, L. (1943, 10 giugno). Economia di spazio. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVIII, 241, 11.
- BO, L. (1943, 17 giugno). Economia di spazio. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVIII, 242, 26.
- BO, L. (1944, giugno). Sistemazione degli interni. *Domus*, 198, 199-209.
- BO, L. (1945, 6 luglio). Lettera a Bruno Zevi. Archivio Bruno Zevi, Roma. Sottoserie 01. Riviste e collane 1945-1999. Busta 13. 06.01/02 "A attualità, architettura, abitazione, arte" poi "A cultura della vita" 6 luglio 1945-6 dicembre 1946.
- BO, L., & PAGANI, C. (1941, 6 marzo). Un mobile-parete crea due ambienti. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVI, 123, 30-32.
- BO, L., & PAGANI, C. (1942, 4 giugno). Cattivo gusto. *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, XVII, 188, 10.
- BO, L., & PAGANI, C. (1942, dicembre). Idee di mobili dal taccuino dell'architetto. *Lo stile nella casa e nell'arredamento*, XXI, 24, 31.
- BO, L., & PAGANI, C. (1944, marzo). *Domus*, 195, 11.
- BOTTAI, G. (1941, gennaio). *Lo stile nella casa e nell'arredamento*, XIX, 1, 9-10.
- CATALANO, S. (2014). Lina Bo Bardi in Italy. New research brings back Bo-Pagani's forgotten designs for the staging of two events in the city of Milan during World War II. *Risco Revista de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo*, 20, 65-73.
- COSENTINO, C., G. (2014). Early Years and Wartime: Lina Bo Bardi's Illustrations and Journalism in Italy (1940-1946). In A. Lepik & V. S. Bader (a cura di), *Lina Bo Bardi 100: Brazil's Alternative Path to Modernism* (pp. 51-64). Hatje Cantz.
- CRICONIA, A. (2017). Un'architetta romana in Brasile. In A. Criconia (a cura di), *Lina Bo Bardi: un'architettura tra Italia e Brasile* (pp. 31-45). FrancoAngeli.
- CURTIS, W. J. R. (2006). *L'architettura moderna dal 1900*. Phaidon.
- DAL FABBRO, M. (1950). *Costruzione e funzionalità del mobile moderno*. Hoepli.
- DE FUSCO, R. (2003). *Storia del design*. Laterza.
- GANDOLFI, V. (1945). *Gli studi nella casa*. Editoriale Domus.
- LATIS, V. (1945). *I libri nella casa*. Editoriale Domus.
- LIMA, Z. R. M. (2013). *Lina Bo Bardi*. Yale University Press.
- MORELLI, L. (1933). *La casa che vorrei avere: come ideare, disporre, arredare, abbellire, rimodernare la mia casa*. Hoepli.
- OLIVIERI, L. G. (1946). *L'illuminazione nella casa*. Editoriale Domus.
- PONTI, G. (1928, gennaio). *Domus*, 1(1), 7.

- PONTI, G. (1944, 20 aprile). Lettera a Ferruccio Mezzasoma, Ministro della Cultura Popolare. Archivio Gio Ponti, Milano. Epistolario, CAT GP 23. cit. in Rostagni, 2016, p. 24, n. 2.
- PAGANI, C. (2017). Considerazioni sul Curriculum Letterario di Lina Bo Bardi e altri ricordi. [Intervista di R. Anelli, febbraio 1998] In A. Cricconia (a cura di), *Lina Bo Bardi: un'architettura tra Italia e Brasile* (pp. 93-103). FrancoAngeli.
- ROSTAGNI, C. (2016). "Stile" di Gio Ponti. In C. Rostagni (a cura di), *Gio Ponti, stile di...* (pp. 7-27). Electa architettura.
- RUBINO, S. & Grinover, M. (2009). *Lina por escrito: textos escolhidos de Lina Bo Bardi, 1943 -1991*. Cosac Naify.
- SPARKE, P. (1988). *Italian design: 1870 to the present*. Thames and Hudson.
- TEVAROTTO, M. (1945). *Camini*. Editoriale Domus.
- ZANUSO, M. (1945). *La cucina*. Editoriale Domus.
- ZEVI, B. (1945, 29 ottobre). Lettera a Pietro Maria Bardi, Ortensio Gatti, Lina Bo e Carlo Pagani, 29 ottobre 1945. Archivio Bruno Zevi, Sottoserie 01. Riviste e collane 1945-1999. Busta 13. 06.01/02 "A attualità, architettura, abitazione, arte" poi "A cultura della vita" 6 luglio 1945-6 dicembre 1946.
- ZEVI, B. (1946a, 15 febbraio). Fossimo almeno pazzi. A. *Attualità, architettura, abitazione, arte*, 1, 4.
- ZEVI, B. (1946b, 26 giugno). Lettera a Carlo Pagani. Archivio Bruno Zevi, Sottoserie 01. Riviste e collane 1945-1999. Busta 13. 06.01/02 "A attualità, architettura, abitazione, arte" poi "A cultura della vita" 6 luglio 1945-6 dicembre 1946.
- ZEVI, B. (1992). Lina Bo' Bardi: un architetto in tragitto ansioso. *Caramelo, Cuaderno especial Lina Bo Bardi*, 4, 39-43.

NOTE

- ¹ Lina Bo si laurea il 25 novembre 1939 in Architettura a Roma con una tesi progettuale dal titolo Nucleo assistenziale di Maternità e Infanzia con voto 106/110.
- ² Gio Ponti rimase direttore di *Stile* fino al numero n. 5-6, maggio-giugno 1947. Dal n. 226 di gennaio-febbraio 1948 Ponti tornò direttore di *Domus*.
- ³ Dopo il 13 agosto 1943, a seguito del bombardamento del loro studio a Milano, Lina Bo e Carlo Pagani tornano a *Domus* nell'autunno 1943.
- ⁴ Le copertine di *Stile* dal n.12 del dicembre 1941 al n.24 del dicembre 1942 vengono firmate con *Gienlica*, acronimo formato dalle prime due lettere dei nomi di Gio Ponti, Enrico Bo, Lina Bo e Carlo Pagani.
- ⁵ *Grazia. Un'amica al vostro fianco* nasce dall'evoluzione della rivista *Sovrana* proseguendone i principi e la stessa numerazione degli anni. Il primo numero di *Grazia. Un'amica al vostro fianco*, è stato pubblicato il 10 novembre 1938 (n.13/1) fino al 1949 quando viene eliminato il sottotitolo "un'amica al vostro fianco".
- ⁶ Lina Bo collabora con *Domus* tra il 1940 e il 1943, con articoli e progetti insieme a Carlo Pagani. Dopo alcuni anni di sospensione, nella seconda metà del 1943, Lina Bo ricomincia la collaborazione e da marzo 1944 ne assume la vicedirezione insieme a Pagani sotto la direzione ufficiale di Melchiorre Bega, fino al dicembre 1944 quando la rivista viene sospesa. *Domus* riprenderà nel gennaio 1946 sotto la direzione di Ernesto Nathan Rogers.
- ⁷ La serie dei *Quaderni di Domus* continua fino al 1948 con la pubblicazione in ordine cronologico di *Tavoli e piani d'appoggio* di Luciano Canella e Renato Radici (1948), *L'elemento verde e l'abitazione* di Luigi Figini (1959), *Sedie, divani, poltrone* (1950) e *I letti di Vittorio Borachia e Carlo Pagani* (1951), *Le tende nella casa* (1952) di Cini Boeri e Carlo Pagani, e *I Soggiorni* (1954) di Vittorio Borachia e Carlo Pagani. Lina Bo Bardi lavora solo nei primi cinque volumi fino al 1946.
- ⁸ A partire dal n.7 del 25 maggio 1946, il giornale cambia nome in *A. Cultura della vita*, titolazione mantenuta fino al n.9, datato 8 giugno 1946, ultimo numero pubblicato della rivista.
- ⁹ RIMA fu un'associazione italiana nata nel 1946. L'associazione organizzò al Palazzo dell'Arte a Milano, poi divenuto Palazzo della Triennale, una mostra di arredi prototipali per abitazioni economiche, a prezzi bassi, semplici e componibili (De Fusco, 2002, p. 260).
- ¹⁰ I dati acquisiti dalla rivista tramite il referendum erano destinati ad un gruppo di progettisti per elaborare arredi per un soggiorno, una camera da letto matrimoniale con culla, per una cucina e per un ingresso. Il progetto era quello di esporre i prototipi durante *La Mostra per l'Arredamento della Casa*, che si svolse dalla primavera all'autunno del 1946 al Palazzo dell'Arte a Milano. Non è stato possibile verificare l'eventuale presenza di questi arredi durante la mostra, né se ci sia stata una vera e propria proclamazione della vincitrice, o se l'iniziativa sia stata troncata definitivamente a causa della chiusura di A dopo l'ultimo n.9 uscito nel giugno 1946.
- ¹¹ Dalla corrispondenza tra Bruno Zevi e Carlo Pagani, presente nell'archivio della Fondazione Bruno Zevi, si evince che le dimissioni di Lina Bo erano uno stato di fatto, non ancora ufficializzato all'editore, già nel giugno del 1946. Nella lettera del 26 giugno 1946 indirizzata a Carlo Pagani, Bruno Zevi scrive: "Per ciò che mi dici di Lina, non so cosa dire. Se lei non è soddisfatta per delle ragioni precise, poteva esporle ed esporle a me per iscritto. Se invece la sua insoddisfazione dipende da uno stato di sfiducia e di malessere psicologico, allora non ci arrabbiamo, che è inutile, ma non diamo troppa importanza a quello che dice. Vogliamole bene lo stesso". In ABZ, Sottoserie 01. Riviste e collane 1945-1999. Busta 13. 06.01/02 "A attualità, architettura, abitazione, arte" poi "A cultura della vita" 6 luglio 1945 - 6 dicembre 1946.

Politicizzare il Made in Italy milanese

Giorgio Correggiari e la moda transnazionale negli anni settanta e ottanta

DÉBORA RUSSI FRASQUETE

Università Luav di Venezia

Orcid ID 0000-0002-9786-9356

Giorgio Correggiari è stato un designer di moda partecipe del fenomeno noto come la “era degli stilisti”, che corrisponde al periodo compreso tra gli anni sessanta e ottanta del XX secolo. Si distinse per suo atteggiamento politico, che lo rese un insider critico del sistema della moda italiana. Dalle sue critiche emergono problemi legati alla globalizzazione della etichetta Made in Italy e il suo conflitto ideologico-culturale-etico-produttivo con gli Stati Uniti. Questo atteggiamento l’ha messo in relazione con un diverso panorama postcoloniale, definibile con il concetto di Global South, per le sue esperienze in India e in Brasile, che insieme alla collaborazione in Giappone, suggeriscono una critica alla relazione Italia-Stati Uniti, caratteristica del Made in Italy. Attraverso il suo archivio privato e l’intervista con il fratello e collega Lamberto Correggiari, il saggio ha lo scopo di analizzare le strategie di penetrazione nei mercati indiano, brasiliano e giapponese dello stilista e le possibili ragioni che lo hanno portato a preferire questi mercati a quello americano, proponendo le relazioni transnazionali del designer di moda come un modo di politicizzare l’etichetta Made in Italy.

PAROLE CHIAVE

Giorgio Correggiari

Moda transnazionale

Made in Italy

Global South

1. Introduzione

La moda¹ è sempre stata transnazionale, sostiene Djurdja Bartlett (2019). Secondo l’autrice solo un abito etnico, strettamente limitato a una piccola area geografica potrebbe rivendicare autenticità. Infatti, le culture sono sempre state ibridazioni, prodotti di migrazione, scambio e fertilizzazione incrociata. La complessità di pensare la moda in scala globale risiede nel fatto che allo stesso tempo, questa ha un ruolo da svolgere nella rappresentazione delle identità nazionali, così come delle identità individuali in relazione alle egemonie politiche. Questa complessità viene analizzata in chiave storiografica da Giorgio Riello (2010) che sottolinea due criticità nel considerare la moda in collegamento alla globalizzazione: la mancanza di integrazione, quando invece si caratterizza per differenza, e una visione eurocentrica, in cui l’Europa controlla il mondo. Partendo da queste considerazioni, un’alternativa ai pro-

blemi evidenziati da Riello (2010), viene qui proposta attraverso un approccio *transnazionale*. Con un'impronta transnazionale, la moda diventa uno scambio tra nazioni e agenti, allontanandosi dal concetto di moda globalizzata e identificandosi piuttosto nell'idea di moda globale.

La *transnational theory* è un campo di studio incentrato sullo spazio politico transfrontaliero, che sostiene che gli Stati non sono gli unici attori significativi. Questa teoria enfatizza le connessioni dirette attraverso i confini internazionali, dove almeno un attore non è statale, ossia imprese, organizzazioni non governative e individui che condividono gli stessi interessi (Vertovec, 2009). Questi collegamenti e pratiche vengono così definiti "transnazionali" e non "inter-nazionali", che indicherebbe invece le relazioni tra due o più stati-nazione (Vertovec, 2009). Gli attributi collettivi di queste connessioni, i loro processi di formazione e mantenimento e le loro implicazioni più ampie sono definiti in generale "transnazionalismo" (Vertovec, 2009).

Alla *transnational theory* gli studiosi di scienze politiche Robert Keohane e Joseph Nye (1971) hanno introdotto il concetto di *transnational relations* per includere contatti, coalizioni e interazioni attraverso i confini statali che non sono controllati dagli organi centrali di politica estera dei governi. Fanno parte di queste relazioni transnazionali il contributo delle interazioni transnazionali, o *transnational interactions*, che corrispondono al movimento di oggetti materiali o immateriali attraverso i confini dello Stato, quando almeno un attore non è un agente di un governo o di un'organizzazione intergovernativa (Keohane & Nye, 1971).

Questo contributo di Keohane e Nye (1971) conferma che le relazioni transnazionali aumentano la sensibilità reciproca delle società e risulta particolarmente interessante per il saggio, perché le relazioni transnazionali consentono di analizzare la figura dello stilista in relazione alle collaborazioni avute all'estero, mentre le interazioni transnazionali sono valide per pensare il movimento degli oggetti materiali e immateriali attraverso questi confini. La rilevanza di questa analisi è la convinzione che i valori assegnati a particolari oggetti e i contesti in cui sono stati forniti o vincolati portano informazioni importanti, offrendo rivelazioni sulla pratica della moda in un contesto globale (Lemire, 2016). Tale impronta aggiunge ancora nuove complessità ai processi continui e dinamici della formazione dell'identità nazionale e di un'idea di moda transnazionale.

Anche se i concetti di "transnazionalità", "relazioni transnazionali" e "interazioni transnazionali" sono stati affrontati, come in questo caso, in studi politici, possono essere utilmente impiegati anche in altri ambiti, come suggerisce questo saggio. Impiegare una prospettiva transnazionale significa spostare

l'unità del singolo verso un sistema globale. In questo modo le prospettive transnazionali forniscono una comprensione più profonda di una serie di processi sociali, economici e politici contingenti a livello globale, inclusa la moda. Un esempio di transnazionalità nella moda è la definizione e diffusione dell'etichetta Made in Italy, termine inglese che corrisponde ai prodotti realizzati in Italia. Il Made in Italy è alle sue origini una dimostrazione della relazione esistente tra Italia e Stati Uniti d'America, relazione che viene sviluppata all'inizio degli anni cinquanta (Vergani, 1992), sia nell'alta moda che nel prêt-à-porter femminile, che avevano già gli Stati Uniti come principale compratore. Nicola White (2000) argomenta che la relazione tra Italia e Stati Uniti d'America ha avuto mutui benefici e ha prodotto una collaborazione economicamente significativa per le rispettive industrie. Questa relazione è rilevante per analizzare il Made in Italy, e in particolare, il percorso transnazionale dello stilista Giorgio Correggiari, per l'avversione che questo mercato ha provocato alla sua figura.

Simona Segre Reinach (2014), autrice che ha esplorato in diversi articoli questo periodo storico e la rilevanza di Milano come nuova capitale della moda italiana, sottolinea che negli anni ottanta il Made in Italy si era consolidato internazionalmente come un "brand-name system" e quasi in modo impercettibile, la fase più innovativa e sperimentale della moda italiana ha ceduto il posto alle necessità di marketing e internazionalizzazione (Segre Reinach, 2014). Secondo l'autrice (2014) Giorgio Correggiari è tra gli stilisti che sono stati dimenticati perché non hanno voluto adattarsi al cambiamento. A lui potrebbe essere applicata la definizione di *Fatto in Italia*, elaborata da Paola Colaiacomo (2006) in opposizione al Made in Italy perché non riuscendo a forzare il blocco della produzione industriale, ha condotto progetti di ricerca più radicale e sperimentale che sono rimasti confinati nel limbo di un puro sperimentalismo progettuale, cosiddetto "d'avanguardia" (Colaiacomo, 2006). Il concetto proposto da Colaiacomo (2006) diventa fondamentale per l'analisi del percorso di Correggiari, perché ai margini dell'etichetta del Made in Italy, focalizzato principalmente sulla sperimentazione. L'approccio sperimentale perseguito da Giorgio Correggiari durante tutto il proprio percorso professionale può anche essere posto in relazione a un altro concetto: il *Laboratorio Italia*, presentato nel libro *Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy*, a cura di Malvina Borgherini, Sara Marini, Angela Mengoni, Annalisa Sacchi & Alessandra Vaccari (2018), che estende al design l'idea di Michael Hardt (1996) dell'Italia come laboratorio di sperimentazione politica. Il testo di Alessandra Vaccari, *Gli stilisti nel tempo della moda in Italia: 1966, 1977*, analizza la figura di Giorgio Correggiari in quanto esempio dell'emergere

della figura dello stilista nella cultura italiana, “come ‘laboratorio’ stesso del cambiamento che si esprime nella sperimentazione di un nuovo genere di moda, il *prêt-à-porter*; di una nuova identità professionale, lo stilista; nell’invenzione di una nuova capitale della moda, Milano” (Vaccari, 2018, p. 225). La storia del Made in Italy non è lineare, ma costituita da diverse piccole storie, incluso quelle poco esplorate dalla critica. La scelta di analizzare uno stilista che è stato progressivamente dimenticato dalle analisi storiche comporta la necessità di ricostruzione del suo percorso professionale. Per questo motivo il saggio trascorre cronologicamente le esperienze dello stilista, analizzando le problematiche del Made in Italy attraverso uno sguardo inverso, ovvero, per mezzo di una figura che è stata parte del fenomeno, ma che si è volutamente posizionata ai suoi margini. Questi margini non sono una parte residuale, ma una dimensione importante, anche se trascurata dalla storia sociale della moda.

Le esperienze di Giorgio Correggiari mettono in dialogo diverse regioni del mondo nei suoi confronti e contrasti e sono quindi rilevanti per le problematiche presentate, non perché sia l’unico designer a farlo, ma perché rappresenta una particolare voce critica rispetto all’etichetta Made in Italy, allo sviluppo economico di quelli anni e alla moda come veicolo di espressione culturale. La moda ha sempre fornito ricchi spazi visivi, materiali simbolici e narrativi all’interno dei quali articolare, negoziare e svolgere questioni politiche e vi è un’ampia ricerca storica che esamina i molti legami tra moda e politica. Gaugele & Titton (2019) descrivono la varietà di modi in cui la moda partecipa, modella e interviene negli sviluppi politici e sociali globali contemporanei, come la migrazione, il progresso tecnologico, la decolonizzazione, il neoliberalismo e la globalizzazione.

Inserita in questa capacità della moda, i designer hanno un ruolo importante nel promuovere e diffondere obiettivi politici, resistenza e dissenso su scala regionale, nazionale e globale. La moda può far parte del lessico della protesta e disimballare queste complesse sfaccettature umane partendo da un designer di moda dimostra la complessità di pensare la storia della moda italiana e l’etichetta Made in Italy. La relazione tra la figura di Giorgio Correggiari e la diffusione dell’immagine della moda italiana all’estero viene quindi analizzata, in questo saggio, attraverso le esperienze collaborative che ha avuto lo stilista al di fuori del territorio italiano poiché, in chiave transnazionale, si dimostrano come un modo per politicizzare il Made in Italy negli anni settanta e ottanta.

A causa della poca letteratura esistente su Giorgio Correggiari, questi aspetti vengono di seguito analizzati principalmente attraverso le sue interviste pubblicate dalla stampa. Come sottolinea Alessandra Vaccari (2018), nei “discorsi

della moda italiana, lo stilista, in quanto autore, è interprete di nuove esigenze estetiche, produttive e di consumo, ed è anche l'immagine della moda, la personificazione del successo e della grande crescita economica e culturale del Made in Italy". Partendo da questa considerazione, le testimonianze di Giorgio Correggiari sono materiale utile per indagare la sua idea di moda, poiché non esprime solo il punto di vista dello stilista, ma presenta anche il sistema della moda nel quale egli si colloca (Vaccari, 2018). Con un approccio metodologico consapevole dei limiti delle fonti utilizzate, si analizza con cautela storiografica i materiali italiani e stranieri sulle sue collaborazioni in India, Brasile e Giappone. Le dichiarazioni di Giorgio Correggiari presenti nei diversi *clipping* di giornali e riviste riscontrati nel suo archivio e sulla rivista *L'Uomo Vogue*² vengono messe in relazione all'intervista fatta con il fratello e collega Lamberto Correggiari, il 4 marzo 2019, a Milano. Il saggio propone una riflessione sulla relazione tra lo stilista, il Made in Italy e le questioni relative all'immagine della moda italiana all'estero.

2. Uno stilista ribelle

Giorgio Correggiari era un uomo politicizzato. Durante la sua carriera come stilista dichiarava di avere studiato³ Scienze politiche a Firenze agli inizi degli anni sessanta, cioè alcuni anni prima di addentrarsi nel mondo del design. Questo fascino che la facoltà di Scienze politiche esercitava su di lui ha inciso sui suoi discorsi e sulle sue opinioni. Così Correggiari si è presentato come uno stilista che affronta la relazione tra moda, politica e società. Nelle diverse interviste lo stilista cita Ludwig Feuerbach (Giorgio Correggiari e le sue scelte, 1975) e dichiara l'ammirazione per la figura di Che Guevara (Correggiari: un uomo politico, s.d.). Inoltre, Correggiari tiene appeso il ritratto del rivoluzionario argentino nel suo studio in via San Prospero nel centro di Milano (Giorgio Correggiari e le sue scelte, 1975).

Vogliamo essere polemici? Io dico Che Guevara. Ma no, detto sul vostro giornale non suona come provocazione, perché "*Lei*" è una rivista che si è 'inserita' pur restando fuori dal sistema, che sta distruggendo un certo tipo di miti. Mi chiedi cosa c'entra Che Guevara con la moda? Dici che tiro in ballo nomi troppo grossi? C'entra, c'entra. Io per moda intendo costume, e il costume non può prescindere dal contesto sociale. Perché ho scelto Che Guevara? Il senso è molto preciso. Questo è un momento di lotta e per me non è una questione di inserirsi nel sistema, perché se ci si inserisce vuol dire che se ne fa già parte. Invece per me l'inserimento va fatto tenendo presente che certe istituzioni ci sono ma standone al di fuori. Io penso a Che Guevara per la grossa carica costruttiva: credo che anche noi dobbiamo fare ricerca contro le istituzioni. Io tendo a dare qualco-

sa per il futuro, penso che anche noi, nel nostro campo, siamo tenuti a dare qualcosa alle persone che ci guardano. Come mai tiro fuori questi discorsi che pare non siano tanto alla moda adesso? Ma l'ideologia non è un fatto di moda. (Correggiari: un uomo politico, s.d.)

Questo atteggiamento verso la moda influenzerà l'immagine pubblica di Correggiari poiché la stampa italiana richiederà e pubblicherà le sue opinioni su diverse questioni. Nelle numerose interviste rilasciate da Giorgio Correggiari, il termine Made in Italy risulta quasi sempre presente perché la stampa sembra interessata alla sua opinione sul fenomeno che aveva esportato la moda italiana all'estero e che riguardava anche l'immagine dello stilista. L'opinione di Correggiari viene richiesta perché considerato un "ribelle", che esterna senza filtri il proprio pensiero (Un ribelle in Passerella, 1990). La sua critica tocca principalmente il successo del Made in Italy, poiché lo stilista difende una moda focalizzata verso il futuro, non al passato, come l'ispirazione rinascimentale legata al Made in Italy suggerisce (Belfanti, 2015). Il recupero del Rinascimento come attività immateriale nella promozione della moda italiana sul mercato internazionale diventa un fattore-chiave per il successo internazionale della moda italiana (Belfanti, 2015) e sarà criticato nei discorsi di Correggiari e nelle collaborazioni che svolge all'estero poiché lo stilista dimostra l'interesse per Paesi meno sviluppati, come India e Brasile, così come punterà al Giappone come principale alternativa al mercato nordamericano - un mercato importante per l'etichetta Made in Italy - rifiutato dallo stilista in quanto mercato focalizzato esclusivamente sul commercio (Clark, 1983).

3. Global South e moda transnazionale

Attraverso il concetto di transnazionalismo possiamo pensare la storia della moda italiana alla luce dei rapporti con le altre culture e delle influenze recepite all'estero (Iriye, 1989) e analizzare i fenomeni non solo attraverso uno sguardo italiano nei confronti all'estero, ma a un'idea di moda senza confini, che parte dall'Italia e si adatta, o è influenzata, da fattori o personaggi esterni all'Italia. È il caso delle esperienze di Giorgio Correggiari, che possono essere analizzate considerando il concetto critico di Global South, che è stato tradizionalmente usato per riferirsi a stati-nazione economicamente svantaggiati e, dopo la Guerra Fredda, come alternativa al concetto di "terzo mondo" (Garland Mahler, 2017), e che, deterritorializzato geograficamente tra nord e sud, viene a significare anche l'immaginario resistente di un soggetto politico transnazionale risultato da un'esperienza di sottomissione condivisa nel capitalismo globale contemporaneo (Garland Mahler, 2017).

È possibile pensare le esperienze di Correggiari all'interno di un panorama

postcoloniale del Global South, poiché Correggiari ha avuto un percorso professionale controcorrente in confronto ad altri stilisti italiani che hanno scelto di focalizzarsi sul mercato statunitense. Per Correggiari l'idea di moda globale si muoveva in direzioni diverse e le sue collaborazioni all'estero dimostrano come il Made in Italy non sia un concetto confinato al Global North (come, ad esempio, il rapporto Italia-Stati Uniti di Giorgio Armani), ma si espanda verso altre direzioni (Russi Frasuete, 2019). Le sue collaborazioni in India e Brasile ne sono un esempio. In India Giorgio Correggiari lavorerà come stilista per un'importante azienda di moda di New Delhi, agli albori del Made in Italy milanese, mentre in Brasile lancerà il suo brand *Giorgio Correggiari* sul mercato brasiliano, in un momento in cui l'etichetta Made in Italy viene messa in discussione. Due momenti diversi del suo percorso professionale che però insieme dimostrano la complessità di pensare politicamente la sua scelta per questi Paesi.

4. Produzione indiana, estetica europea

L'India incarnò negli anni sessanta la meta ideale di viaggio, reale e simbolico, per le nuove generazioni, inclusi i designer italiani (Colaiacono & Caratozzolo, 2015). Giorgio Correggiari arriva in India nel 1972 e la sua collaborazione nel Paese viene annunciata dalla rivista *Harper's Bazaar Italia* (1972). I fratelli Correggiari, che allora lavoravano insieme, sono stati "incaricati di creare collezioni di modelli per la più importante azienda di tessuti e confezioni in India, la Fancy di New Delhi" (*Harper's Bazaar*, 1972). Come chiarisce Lamberto Correggiari nel corso dell'intervista (2019), questa è stata la prima volta che entrambi gli stilisti andavano in India dove la diversità culturale e di costume ha prodotto grande stupore nei giovani fratelli. Tra le sue memorie Lamberto Correggiari (2019) racconta di aver notato profonde differenze fin dal loro arrivo in aeroporto. Era evidente la precarietà della vita umana, visibile anche dentro l'industria. Racconta Lamberto Correggiari (2019) che nel processo di confezione degli abiti i fratelli hanno dovuto adattare la loro collezione perché gli indiani hanno riscontrato difficoltà produttive. Una di queste era rappresentata dalla difficoltà della manodopera locale di realizzare le simmetrie dei capi progettati dai fratelli, che hanno dovuto adattare all'asimmetria tutta la collezione. Lamberto Correggiari (2019) racconta che entrambi i fratelli sono stati toccati dalla povertà di quel popolo. Jonathan Rigg (2007) nelle sue riflessioni sul Global South sottolinea la difficoltà di iniziare il processo di riflessione sul concetto senza collegarlo necessariamente alle sfide del progresso e al contrasto alla povertà (Rigg, 2007). Il racconto di Lamberto Correggiari, quindi, dimostra un'idea di Global South che si fonda sulla divisione tra North/South, ma che presenta una forma di scambio tra italiani e indiani (Rigg,

2007), mettendo in evidenza l'idea di transnazionalità della moda.

Secondo Lamberto Correggiari (2019) i fratelli sono stati invitati da parte del governo italiano a sviluppare una collezione europea prodotta in India. I fratelli tuttavia hanno deciso per conto loro di progettare una collezione di sari, reinterpretando l'abito tradizionale indiano, come poi faranno anche diversi altri stilisti italiani (Colaiacono & Caratozzolo, 2015). I fratelli Correggiari hanno così comprato un sari scoprendo le sue molteplici modalità di utilizzo al fine di sviluppare una collezione di sari che potesse rappresentare, secondo Lamberto Correggiari (2019), un modo per onorare le tradizioni indiane essendo però destinata anche al mercato europeo, motivo per cui la collezione ha mantenuto alcuni stereotipi. Infatti, Giorgio Correggiari nelle diverse dichiarazioni che ha dato alla stampa indiana si dimostra molto collegato a uno dei pilastri del potere coloniale in India (accanto alla iuta e all'indaco): il tessuto (Sircar, 2019), *leitmotiv* della sua carriera, affermando che si trovava in India per usare completamente tessuti e disegni indiani ma inserendo il tipico styling europeo (Fashion's High Priest, 1972). Dal punto di vista della stampa indiana, Correggiari era uno stilista che portava le sue conoscenze europee per applicarle all'industria indiana, creando prodotti che poi ritornavano al mercato europeo.

Questo processo progettuale che i fratelli hanno sviluppato in India dimostra l'idea di moda transnazionale poiché i disegni erano realizzati da stilisti italiani, la produzione dagli indiani, per poi essere presentati a Parigi, e destinati al commercio all'interno del mercato europeo (Jackson et al., 2007). La collaborazione di Correggiari in India sembra avere lo scopo personale di creare una moda fatta in India ma caratterizzata da un'estetica europea, esplorando la relazione tra l'estetica dell'abbigliamento indiano e la moda italiana che insieme ad altri designer italiani (Colaiacono & Caratozzolo, 2015), ha contribuito alla diluizione dei confini tra i due Paesi e a ripensare l'etichetta Made in Italy.

5. Made in Brasil

Dieci anni dopo la sua prima visita in India, Giorgio Correggiari è arrivato per la prima volta in Brasile. Una collaborazione in modalità di licenza che ha permesso allo stilista di promuovere e presentare il proprio brand al mercato brasiliano. Dalla sua presenza in Brasile, attraverso le review della sfilata e delle sue dichiarazioni alla stampa brasiliana emerge l'idea di una moda *Giorgio Correggiari "Made in" Brasile*, aspetto che ci permette di analizzare sia l'idea di moda transnazionale presente in questa collaborazione, sia il modo in cui viene interpretata l'etichetta Made in Italy nel Paese sudamericano. Giorgio Correggiari presenta la sua prima collezione al mercato brasiliano in

una sfilata a São Paulo il 20 luglio 1982. Lo stilista dichiara alla stampa brasiliana di aver voluto trasmettere con la sua moda in Brasile la stessa filosofia di lavoro adottata a Milano e in altri Paesi, ma essendo un grande ammiratore della donna brasiliana aveva deciso che tutte le sue modelle per la sfilata fossero brasiliane (Correggiari. *Uma moda*, 1982). Lo stilista inoltre dichiara: “Amo il sole e i colori luminosi, e anche non conoscendolo so che in Brasile c’è tutto questo” (Machado, 1982). Questa dichiarazione si inserisce nella costruzione culturale del tropicalismo, un concetto analogo all’orientalismo di Edward Said (2007), che descritto da David Arnold (2005) riguarda la concettualizzazione e rappresentazione dei tropici nell’immaginario e nelle esperienze occidentali (Karentzos, 2019). Le ipotesi di Correggiari su cosa ci sia in Brasile pur non conoscendo il paese sono visibili nei capi sfilati, che dimostrano aspetti legati all’esotismo e all’immaginario della natura (Karentzos, 2019), come ad esempio l’evocazione delle scaglie dei pesci nei pantaloni, o l’uso di colori quali il verde smeraldo e l’arancione, che diventa anche il colore dell’abito da sposa (Machado, 1982). Anche se ciò conferma una mistificazione del Sudamerica, nata già nel suo periodo coloniale, l’atteggiamento dello stilista dimostra la sua volontà di adattarsi a quello che riteneva essere il Brasile, dimostrabile anche dalla sua selezione dei tessuti (cotone, batista di lino e di seta) che, secondo la stampa locale, erano adattabili al calore brasiliano e molto rari da trovare in Brasile (*Moda. Um lançamento*, 1982). La rassegna stampa brasiliana dimostra come lo stilista avesse introdotto nuovi tessuti nel mercato brasiliano, confermando così l’idea di moda transnazionale presente in questa collaborazione.

Dopo la prima visita, Giorgio Correggiari ritorna nel Paese a distanza di sei mesi per lanciare la sua linea maschile e dichiara:

Non sono qui in Brasile solo per commercializzare la mia etichetta perché l’aspetto commerciale, onestamente, non mi interessa. Mi prendo cura della mia immagine. La mia immagine è la mia testa, è ciò che creo. *Correggiari* è qui a San Paolo da sei mesi, e questa è la seconda volta che vengo di persona. Non mando nessuno a vedere le mie cose, per controllare se procedono bene. Dato che sono stato io a crearle, sono venuto io stesso a dare gli ultimi ritocchi, ecc. ecc. Inoltre vedo costantemente in Italia i collaboratori brasiliani di *Correggiari*, almeno una volta al mese, perché lo staff del Brasile lavora con me in Italia. Lavoriamo come una squadra. Scegliamo i tessuti insieme, selezioniamo ciò che ci interessa, eliminiamo ciò che non funziona. Non mi interessa solo vendere il mio nome e restare... dall’altra parte dell’Atlantico. [...]

Si deve conoscere la storia di un Paese. Io, per esempio, posso dirti che a livello

di colore, cambio i colori per il Brasile, perché le persone qui dovrebbero vestirsi con i colori solari! Non posso pretendere che in una natura brasiliana le persone si vestano con i colori di Milano! Se faccio un colore per l'Italia è perché c'è un altro modo di vivere. Un colore usato in Europa diventa necessariamente un colore diverso qui. Non è che io faccia la differenza in termini commerciali, lo faccio perché il brasiliano ha la sua storia legata al suo Paese, ovvio. (Clark, 1983)

Questa dichiarazione dello stilista alla stampa brasiliana dimostra la sua consapevolezza riguardo a una moda che parte dall'Italia ma che si adatta a, o è influenzata da, fattori o personaggi esterni all'Italia, quindi come risultato di una relazione transnazionale. Questo viene visto dalla stampa brasiliana come se lo stilista fosse *Made in Brasil*, grazie anche agli accordi che aveva firmato con alcuni confezionisti brasiliani (Moda. A conexão, 1982). L'uso di questo termine *Made in Brasil* da parte della stampa brasiliana dimostra un'idea di scambio tra i due Paesi, perché fa riferimento al Made in Italy (dimostrando la rilevanza dell'espressione a livello internazionale e la sua complessità) ma allo stesso tempo, l'uso della parola "Brasil", che non viene tradotta all'inglese ma rimane in portoghese, dimostra l'interscambio. L'espressione passa a rappresentare una moda che non era italiana, ma nemmeno soltanto brasiliana, o internazionale come il Made in Italy suggeriva.

Mentre lo stilista era in Brasile, la stampa brasiliana gli chiedeva perché il brand *Giorgio Correggiari* non fosse ancora presente negli Stati Uniti. Si pubblica che "per capriccio o per visione aziendale, Correggiari non volesse concedere le licenze della sua etichetta agli Stati Uniti" (A sofisticação, 1982) o ancora che lo stilista conservasse un timore reverenziale verso il Paese nordamericano (Kostakis, 1982). La reazione dei brasiliani rispetto all'assenza di uno stilista così affermato negli Stati Uniti era legittima, visto che era un luogo tanto esplorato da altri stilisti di successo, come ad esempio Giorgio Armani e Gianni Versace. Tuttavia, Giorgio Correggiari risponde alla stampa brasiliana affermando di non voler commercializzare il suo marchio negli Stati Uniti perché era un Paese interessato soltanto all'aspetto commerciale (Correggiari. Uma moda, 1982). La assenza dello stilista italiano in quel mercato non era casuale. La sua figura "rivoluzionaria" ci permette di comprendere il suo rifiuto per gli Stati Uniti, ipotizzabile come una opposizione al cosiddetto imperialismo americano. Correggiari dichiara: "Sono una persona a cui i soldi non interessano assolutamente. Non mi importano, credimi. Mi interessa la mia ideologia" (Clark, 1983).

Infatti, nel suo percorso Correggiari cerca di esprimere un concetto di moda molto focalizzata sull'individuo, contraria a un'idea di massificazione, un tema ricorrente a una delle sue figure di riferimento: Ernesto Che Guevara, che

diventa simbolo del suo conflitto ideologico-culturale-etico-produttivo con gli Stati Uniti. Correggiari nei suoi discorsi dimostra la consapevolezza di un panorama postcoloniale del Global South, una relazione colonizzati/colonizzatori che includeva anche l'elemento moda. Questa sua presa di posizione è presente in diverse dichiarazioni, come quando viene chiesto sulla nuova 'ondata' di stilisti americani, e risponde: "Guarda, come sono nati moriranno! In America c'è solo commercio, non un'idea. Lì come idea eccezionale è nato solo il Jeans. Nulla di più" (Clark, 1983). Questo rifiuto agli Stati Uniti presente nell'analisi della rassegna stampa brasiliana viene evidenziato nella sua relazione con il Giappone, Paese dove ha intrapreso diversi decenni di collaborazione e che diventa per lo stilista la principale alternativa al mercato statunitense.

6. Giappone come critica al legame Italia e Stati Uniti?

La rivoluzione giapponese nel sistema produttivo e tecnologico del filato compiuta negli anni settanta ha incentivato e accelerato le collaborazioni tra l'industria nipponica e i designers internazionali. La capacità di pianificazione, produzione e distribuzione ha permesso al Giappone di diventare internazionalmente competitivo nell'ambito tessile-abbigliamento. Per questo motivo in Giappone negli anni settanta - quando si inizia a considerare l'idea di Tokyo come un nuovo centro della moda (Kawamura, 2010) - Correggiari firma una delle più importanti collaborazioni del suo percorso come stilista. Il Giappone diventa non solo teatro di una collaborazione lavorativa, ma soprattutto un'ispirazione creativa e un luogo di apertura alla sperimentazione. Nel 1972, la rivista Gap Italia annuncia una collaborazione dei fratelli Correggiari con la Casa Sorbon Inc. del Gruppo Charmante di Tokyo (Harper's Bazaar, 1972). Questa collaborazione è la prima diffusa dai media e potrebbe suggerire l'inizio del rapporto tra lo stilista italiano e l'industria giapponese, che si sviluppa e si trasforma, al punto che Correggiari, dalle attività di designer di moda, passerà negli anni ottanta anche a quelle di consulente e designer tessile.

Il Giappone si dimostra una valida alternativa al mercato statunitense, almeno fino alla fine degli anni ottanta. Nei suoi discorsi Correggiari operava spesso il confronto tra Giappone e Stati Uniti. In un'intervista lo stilista dichiara:

Adoro il Giappone perché è un Paese assolutamente ordinato che ha una grande sensibilità e una grande storia alle spalle. Inoltre, i giapponesi vogliono sempre imparare di più, mentre gli americani vogliono sempre essere padroni, sapere tutto e alla fine non fanno nulla. Conosco molto bene il Giappone, ci lavoro da anni. Adoro il Giappone! (Clark, 1983)

Il parallelo tra i giapponesi e gli americani, indicando i primi come aperti all'apprendimento e alla sperimentazione, diventa una critica agli Stati Uniti. Dalle dichiarazioni di Correggiari, quindi, possiamo considerare il Giappone non solo come un'alternativa agli Stati Uniti, ma principalmente come una scelta strategica, una critica al legame del Paese nordamericano con l'Italia, rappresentato dall'etichetta Made in Italy. Il Giappone sarà per Correggiari un rappresentante del futuro della moda. Nel 1982, quando gli è stato chiesto se fosse ottimista o pessimista sul futuro del Made in Italy, Giorgio Correggiari ha risposto:

[...] non vedo molte ragioni d'ottimismo. Abbiamo avuto un vero e proprio boom, come tutti sanno. Lo stile italiano si è imposto nel mondo. Le ragioni del successo stavano nella nostra fantasia, nella nostra creatività, nel sapore di nuovo che portavamo in un ambiente che si era adagiato su sé stesso. Ma non abbiamo saputo sfruttare il successo. [...] Dico che non ci siamo coalizzati, cioè non abbiamo fatto, come stilisti, una politica comune in un'ottica a lungo termine. Dico che non abbiamo saputo imporci col ministero del Commercio con l'estero. E così, oggi, la moda italiana subisce i contraccolpi non solo di quella francese, che è passata all'offensiva, ma deve anche fronteggiare il fenomeno giapponese, che non scherza davvero. Pensi solo che con la mia consociata in Giappone ho realizzato un fatturato annuale di 399 miliardi. Io dico che il futuro di tutto si gioca sulle coste del Pacifico. (Giorgio Correggiari, 1982)

Inserendosi nel fenomeno giapponese Correggiari dimostra la sua critica al sistema della moda italiana e come il Giappone diventi una risposta ai problemi affrontati dall'etichetta Made in Italy. L'idea di produrre fuori dal Paese di appartenenza è un aspetto che negli anni settanta e ottanta diventa più comune tra i marchi di moda. La ricerca e la sperimentazione sui materiali e sui metodi di lavorazione, per poi adattarli ai nuovi mercati in evoluzione, sono state favorite dal rapporto con il Giappone negli anni settanta e ottanta. Aniché esportare prodotti realizzati in Italia, quello era un momento in cui si preferiva offrire "il lay-out e riceverne royalties, vendere prototipi o cartoni e dare licenze" (Carrozzini, 1982). Il mercato della moda si espandeva e cercava modi di commercializzare prodotti a prezzi più bassi. Il Made in Italy, che a livello normativo denominava le merci prodotte in territorio italiano, viene messo in discussione. Attraverso le dichiarazioni di Giorgio Correggiari riusciamo a comprendere quanto la sua relazione con il Giappone sia stata una scelta professionale e come la sua consociata nel Paese diventi per lui addirittura uno strumento con cui rispondere ai problemi di politiche nazionali, legati alla moda italiana, riflettendo sulla sua internazionalizzazione:

In Giappone poi ho appena rinnovato un contratto con la World che mi terrà impegnato per tre anni. Anche per loro disegno una collezione uomo (Dolce), anche a loro ho dato la licenza per le mie linee. D'accordo: esportare il *know how* è un nuovo modo di esportare la moda, ma non è anche un modo di depauperare la nostra industria? Forse. Queste così dette "licenze" non vengono concesse tanto per denaro: la ragione vera è quella di raggiungere tipi di mercati che ci verrebbero forse preclusi facendo confezionare qui in Italia, sia perché sono al di là della portata dei nostri industriali, sia perché ce li siamo alienati con consegne mal eseguite.

Altra ragione determinante dal mio punto di vista, è quella del prezzo che, per i prodotti confezionati direttamente all'estero, viene decurtato. Un vestito realizzato in Italia, una volta esportato costa due-tre volte tanto. Come è possibile impostare una politica corretta su queste basi? È impossibile: ecco il perché delle licenze. Facendo produrre in Spagna, in Giappone, negli Stati Uniti si può impostare un discorso di immagine, di stile, di etichetta e naturalmente di costi decisamente più valido. (Morisetti, 1980)

Le licenze, ossia l'accordo tra il designer (licenziante) e le industrie (i licenziatari), sono state una pratica abituale usata da molti stilisti (Foglio, 2017). Per Correggiari queste collaborazioni, quando si sviluppavano all'estero, erano giustificate dallo svantaggio delle politiche italiane di esportazione rispetto a quelle straniere. L'idea di esportare il *know how* come un nuovo modo di esportare la moda dimostra che, per Correggiari, la moda era il risultato del *know how* dello stilista. Anche se le licenze hanno rappresentato un depauperamento dell'industria italiana, da parte dei designer la vera ragione di questa scelta è stata rappresentata dalla volontà di superare la stessa industria, che forse non si era preparata adeguatamente per raggiungere altri tipi di mercati. Questa idea di *know how* esportato, presentata da Correggiari, non ha però generato una moda giapponese creata da uno stilista italiano, ma un Made in Italy prodotto in Giappone, perché con la sua collaborazione nel Paese Correggiari approda a un'idea di moda globale.

Le industrie tessili e di abbigliamento sono state le prime a migliorare questo tipo di commercio; l'abbigliamento passa quindi ad essere sempre più globale, principalmente a causa della diffusione degli stili che è stata facilitata dal commercio mondiale e dalla presenza pervasiva dei marchi (Maynard, 2010). In questo contesto, l'immagine dello stilista e il suo *know how*, al quale attribuisce importanza Correggiari, possono rappresentare un pezzo del puzzle per capire la definizione della moda italiana all'estero. Dall'immagine di Correggiari e dal suo *know how* si sviluppano gli aspetti che rendono i prodotti,

creati da Correggiari in Giappone, caratteristici del Made in Italy. Lo stilista dichiara di essere il responsabile della produzione controllando che i capi siano nello standard voluto. Ciò vale anche per la loro immagine finale e le loro presentazioni. Aspetti come qualità, buon gusto, e attenzione ai dettagli, che caratterizzano il Made in Italy (Belfanti, 2015), sarebbero stati quindi gestiti dallo stilista.

La rilevanza del *know how* nel *prêt-à-porter* italiano rimane ancora oggi. Un esempio è attualmente il brand Giorgio Armani, che in alcuni prodotti aggiunge un'etichetta che lo afferma nello specifico: "Fabbricato secondo *know how stilistico* della Giorgio Armani SPA Milano". Anche se l'espressione può indicare che la Giorgio Armani s.p.a. ha concesso il permesso a un produttore terzo di produrre un determinato oggetto, questo dimostra comunque che il *know how*, inizialmente collegato alla figura dello stilista, passa a comprendere anche l'azienda che porta il suo nome. Il *know how* si dimostra così un discorso, un bene immateriale, un modo per garantire l'originalità e l'autenticità di stile ai prodotti creati sotto il nome dello stilista.

Come dimostrano le dichiarazioni di Giorgio Correggiari, il Giappone rappresenta per lo stilista una via di uscita ai limiti imposti dall'industria italiana, che critica aperta. Alla fine degli anni settanta lo stilista, in un'intervista alla rivista *L'Uomo Vogue*, ha dichiarato che in Italia:

Non hanno mai fatto ricerche, mai fatto cambiamenti e adesso non sanno dove sbattere la testa. Come tecnologia sono indietro di almeno 10 anni e come mentalità anche. Non è certo con lo stilista che si possono risolvere questi problemi. Bisogna che prima cambino la mentalità, accettino un confronto e una diversa concezione della moda e della realizzazione del modello che non passa necessariamente attraverso tutte le fasi tradizionali della lavorazione. (Enriquez, 1978)

Nel 1978, anno in cui rilascia l'intervista, Correggiari aveva già intrapreso una collaborazione con un'importante azienda d'abbigliamento giapponese, la World Co. Ltd., che aveva (e ancora ha) la propria sede a Kobe e uffici a Tokyo. Lo stilista dichiara alla stampa italiana che il futuro della moda non sarebbe più stato in Italia ma sulla *Pacific coast* (Piazzi, 1986), criticando l'industria della moda italiana. Anche i tessuti giapponesi rappresentavano una critica dallo stilista alla mancanza di una visione sperimentale da parte dell'industria tessile italiana. Questo emerge anche da una dichiarazione dello stilista nel 1988 sulla sua relazione con il Giappone, quando afferma che lì la lavorazione dei tessuti era "molto sofisticata e all'avanguardia" e che quando ha "proposto delle idee nuove", ha "trovato i giapponesi sempre disposti a investire tempo e denaro per realizzarle", mentre in Italia questo

non succedeva (Rabuffi, 1988). Infatti, sono diverse le creazioni tessili di Correggiari in collaborazione con l'industria giapponese. Per Correggiari il Giappone diventa negli anni una sorta di laboratorio sperimentale nell'ambito tessile, giacché lo stilista riusciva ad avere libertà creativa, creando nuovi tessuti considerati d'avanguardia (Castagno, s.d.).

I materiali sulla prima collezione nipponica con la World Co. conferma anche come questa collaborazione sia stata significativa dal punto di vista produttivo, poiché tutti i capi sono stati confezionati in Giappone permettendo una produzione più economica in confronto a quella italiana.⁴ La strategia di Correggiari con la World Co. sembra aver funzionato, poiché negli anni successivi lo stilista ha ottenuto notevole successo. La stampa italiana sottolinea il successo di Giorgio Correggiari in questo Paese "come affermazione del Made in Italy in Giappone" (*News Giorgio Correggiari*, 1985). Successo supportato dai numeri, dato che nel 1986 il fatturato ottenuto nel mercato giapponese aveva raggiunto i 470 miliardi di lire annui.⁵ In un'intervista, lo stilista riflette sul motivo di questo successo e ritiene che sia derivato dai suoi continui viaggi a Tokyo (dal 1975, sei volte all'anno) e dalla sua capacità di aver compreso i giapponesi (Pignatelli, 1988).

Parte di questo successo sottolineato dalla stampa italiana era il suo lavoro con il tessile, ritenuto all'avanguardia grazie alle sue sperimentazioni nel Paese (Castagno, s.d.). Alcuni risultati di questa collaborazione, come i tessuti di carta, i tessuti di ceramica, i tessuti camaleonti e il tessuto estensibile, hanno suscitato la domanda che pone il giornalista Mauro Castagno: "Come è arrivato Giorgio Correggiari a livelli così alti di innovazione?". Secondo il giornalista il merito era dovuto agli studi e alle ricerche compiute in Giappone, dove lo stilista lavorava da molti anni e dove i suoi prodotti venivano distribuiti con grande successo, "perché in Giappone di tecnologia avanzata e di business se ne intendevano" (Castagno, s.d.). L'impronta quasi pubblicitaria di questo articolo dimostra il suo contributo alla promozione di un'immagine di Correggiari come sperimentatore, in collaborazione con l'industria giapponese. Lo stesso vale per un altro articolo, in cui un nuovo filato creato da Correggiari viene presentato: "È il filo avveniristico presentato da Giorgio Correggiari nella sua collezione autunno-inverno ed è stato, naturalmente, inventato in Giappone, Paese in cui lo stilista lavora da quindici anni" (*Tecnologie: Correggiari*, s.d.).

Gli articoli contribuiscono a diffondere l'idea che la sperimentazione fosse intrinseca nel percorso professionale di Correggiari, possibile grazie alla collaborazione con il Giappone e all'attenzione dello stilista al contesto sociale in cui il suo prodotto sarebbe stato inserito (Tondini, 1976). Per lui l'innovazione nella moda veniva principalmente dal tessile, che poteva rappresentare

uno strumento con cui creare una moda accessibile, considerando il contesto storico e un'idea di democratizzazione della moda. Con questa premessa, Correggiari ha creato filati e tessuti che rispondevano alle esigenze di una vita moderna, ibridando tecnologie giapponesi e *know how* italiano.

Questo processo transnazionale si estende però oltre le tecnologie tessili giapponesi applicate alla moda italiana e poteva comprendere altri aspetti come l'estetica, i colori, le silhouette e le differenze di fisicità dei nuovi clienti giapponesi. L'adattamento della linea produttiva al mercato giapponese era una questione che riguardava più in generale la politica del Made in Italy. Correggiari non era l'unico stilista a puntare sulla moda giapponese, ma è stato tra i primi a farlo (Carrozzini, 1982), con attenzione alle domande dei nuovi clienti. Tra gli stilisti che lavoravano in Giappone per il mercato d'abbigliamento locale c'era chi si adeguava studiando le nuove taglie e chi, potendo contare sul fascino del proprio nome, imponeva la taglia europea; infine c'era chi faceva entrambe le cose per soddisfare sia chi voleva un abito su misura, sia chi voleva un look italiano anche a costo di qualche approssimazione (Carrozzini, 1982). Su questa diversità di approcci Correggiari si è espresso così:

In Giappone c'è un'impostazione delle taglie completamente diversa dalla nostra, le misure europee non sono misure giapponesi: hanno le braccia corte, la vita molto stretta, il corpo ha delle gambe cortissime, per cui quando si vende loro il nostro prodotto confezionato qui su basi fondamentalmente nostre, l'abito va rifatto completamente. [...] Anche se li vediamo vestiti all'occidentale, quando vanno a casa si mettono il kimono, dormono in un letto giapponese, hanno dei bagni giapponesi, una cucina giapponese, e anche se esteriormente possono sembrare simili a noi, la loro filosofia e la loro cultura rimarranno sempre prettamente orientali. [...] Io credo che nella nostra azienda esattamente tra un anno e mezzo saremo pronti a esportare il nostro prodotto, confezionato in Giappone, in qualsiasi parte del mondo con qualsiasi impostazione di modellistica, sia occidentale che orientale. (Carrozzini, 1982)

Nel discorso di Correggiari troviamo due diverse opzioni: la prima è una moda da lui creata con l'impostazione modellistica europea e l'altra con misure considerate "orientali". Entrambe, però, venivano confezionate in Giappone. Questa idea di produrre in Giappone con diverse impostazioni modellistiche, per riuscire ad avere più ampiezza di mercato ed esportare in qualsiasi parte del mondo, rafforza l'idea di una moda senza confini, ossia di una moda globale. I prodotti *Giorgio Correggiari*, anche se ottenuti dalla collaborazione produttiva e distributiva dei capi, dei tessuti e dei filati con il Giappone, conti-

nuavano a essere definiti Made in Italy. Questo dimostra come la figura dello stilista intervenisse nelle problematiche dell'immagine della moda italiana all'estero (Carrozzini, 1982).

Nella prospettiva della transnazionalità, lo stilista sottolinea cosa aveva appreso dai giapponesi:

Io - come molti italiani - per natura sono vulcanico, ho sempre tantissime idee per la testa che vanno e vengono. I giapponesi mi hanno insegnato a svilupparle e a perfezionarle una alla volta, con rigore, mettendo nel cassetto tutte le altre finché la prima non è realizzata. In una parola, mi hanno insegnato a non strafare. (Pignatelli, 1988)

Nel 1988, quando ha rilasciato questa intervista, Giorgio Correggiari collaborava già con un'altra industria giapponese, il gruppo D'Urban, intraprendendo un altro tipo di sperimentazione, ovvero l'espansione commerciale verso un mercato in cui il marchio dello stilista italiano non era ancora arrivato: gli Stati Uniti d'America (Pignatelli, 1988). Questo spostamento verso la D'Urban inizia nel 1985 quando lo stilista decide di lasciare la World Co. e firmare con l'altro gruppo giapponese, dichiarando che la World Co. non era più in grado di supportare l'espansione commerciale del marchio e che aveva voglia di lavorare insieme a una società con interessi anche in altri Paesi. Lo stilista racconta che con la D'Urban si era radicato ancora maggiormente nel mercato giapponese e che, con la creazione di un'altra struttura nel 1987, l'International Division of D'Urban (IDD Italia), con sede a Biella, il gruppo passava a coprire i mercati nordamericano e europeo (Pignatelli, 1988). Chiaramente l'obiettivo di Correggiari nella sua collaborazione con la World Co. era maggiormente rivolto alla sperimentazione tessile e di moda, mentre il lavoro compiuto con la D'Urban era principalmente una sperimentazione sul mercato, finalizzato alla distribuzione fuori dal Giappone, in particolare verso gli Stati Uniti, andando contro alle sue convinzioni iniziali. La collaborazione tra Correggiari e la IDD non è durata a lungo. Nell'inizio degli anni novanta, lo stilista abbandona le sfilate rispondendo al sistema moda con una conferenza stampa in cui spiega che la moda italiana era diventata solo finanza e non più creatività e ricerca (Crisalide Press, 2011). Il suo abbandono può suggerire, quindi, come lo stilista avesse sofferto la scelta di modificare le proprie convinzioni, lavorando per alcuni anni per il mercato statunitense. L'insuccesso dalla sua collaborazione a lungo termine con gli Stati Uniti dimostra come le sue idee verso questo Paese, forse, non fossero totalmente errate.

7. Conclusione

Le collaborazioni in India, Brasile e Giappone, anche se diverse tra loro, dimostrano la sensibilità politica di Correggiari verso un'idea di moda globale, in una ipotizzabile opposizione al cosiddetto imperialismo americano. L'analisi ha rivelato come Giorgio Correggiari sia stato un personaggio polemico rispetto alle dinamiche del sistema della moda italiana, ai processi di modernizzazione, alle mobilità sociali e territoriali e alle sue diverse contraddizioni. Ha dimostrato inoltre come egli abbia dato un'impronta politica al proprio lavoro, sia negli aspetti autoriali, sia nelle motivazioni a sostegno delle sperimentazioni svolte, e anche negli scambi culturali tra l'Italia e i diversi Paesi in cui ha lavorato. L'approccio per analizzare la moda italiana nella prospettiva della Global South e della transnazionalità ha dimostrato che le questioni relative alla figura dello stilista e al Made in Italy non si sono limitate al Global North, come suggeriscono le vicende di altri stilisti, ma si sono espanse verso altre direzioni, in un percorso meno lineare, che fa di Giorgio Correggiari un agente politicamente coinvolto nel cambiamento della concezione del design della moda del periodo in analisi.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- A sofisticção de Correggiari. (1982, 25 luglio). *Cidade de Santos*. Giorgio Correggiari.
- ARNOLD, D. (2005). *The Tropics and the Traveling Gaze: India, Landscape and Science, 1800-1856*. University of Washington Press.
- BARTLETT, D. (2019). Can Fashion Be Defended? In D. Bartlett (a cura di), *Fashion and Politics*. Yale University Press.
- BELFANTI, C. M. (2015). Renaissance and 'Made in Italy': Marketing Italian fashion through history (1949-1952). *Journal of Modern Italian Studies*, 20(1), 53-66.
- BORGHERINI, M., MARINI, S., MENGONI, A., SACCHI, A. & VACCARI, A. (2018). *Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy*. Mimesis.
- BREWARD, C. (2003). *Fashion*. Oxford University Press.
- CARROZZINI, V. (1982, gennaio). Black notes. In Giappone siamo i primi. *Linea Italiana*.
- CASTAGNO, M. (s.d.). *Termostatici, camaleonte per il made in Italy ecco s'avanza uno strano tessuto*. Archivio Giorgio Correggiari.
- CLARK, K. (1983, giugno). Giorgio Correggiari: Hoje as pessoas não se vestem mais, só se fantasiam. *Revista Interview*, 61.
- COCCHIONI, C. (2003). *Conoscenza dei modelli e modelli di conoscenza: Quali strategie per l'innovazione: Contributo alla cultura tecnologica della progettazione*. Alinea.
- COLAIACOMO, P. (2006). Introduzione. In P. Colaiacomo (a cura di), *Fatto in Italia. La cultura del Made in Italy (1960-2000)*. Meltemi.
- COLAIACOMO, P. & CARATTOZZOLO, V. (2015). The impact of traditional Indian clothing on Italian fashion design from Germana Marucelli to Gianni Versace. *Fashion Theory*, 14(2), 183-213.
- CORREGGIARI, L. (2019). Intervista di Débora Russi Frasquete a Lamberto Correggiari (Milano, 4 marzo 2019).
- Correggiari. Una moda (elegantemente) despojada. (1982, agosto 15). *Toda Moda professional*.
- Archivio Giorgio Correggiari.
- Correggiari: Un uomo politico, Che Guevara. (s.d.). *Rivista Lei*.
- Crisalide Press. (2011, 25 giugno). È mancato lo stilista Giorgio Correggiari. Chi è Chi News. <http://archivio.crisalidepress.it/?p=40285#more-40285>.
- ENRIQUEZ, R. (1978, aprile). L'industria deve aggiornarsi. *L'Uomo Vogue*.
- Fashion's High Priest. (1972, 31 dicembre). *The Economic Times*.
- FOGLIO, A. (2017). *Il marketing della moda. Politiche e strategie di fashion marketing*. FrancoAngeli.
- GARLAND MAHLER, A. (2017). Global South. In E. O'Brien (a cura di), *Oxford Bibliographies in Literary and Critical Theory*. Oxford University Press.
- GAUGELE, E. & TITTON, M. (2019). Letter from the Editors: Fashion as Politics: Dressing Dissent. *Fashion Theory*, 23(6), 615-618. DOI: 10.1080/1362704X.2019.1657257.
- Giorgio Correggiari. (1982, marzo). *Linea Italiana*.
- Giorgio Correggiari e le sue scelte. (1975, gennaio). *L'Uomo Vogue*, 42/43.
- HARDT, M. (1996). Introduction: Laboratory Italy. In M. Hardt e P. Virno (a cura di), *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*. University of California Press.
- Harper's Bazaar. (1972, dicembre). PAM PAM! Buonissimo 1973 A Lamberto e Giorgio che varcano gli oceani. *Harper's Bazaar Italia*.
- HOSKINS, T. E. (2014). *Stitched up: the anti-capitalist book of fashion*. Pluto.
- IRIYE, A. (1989). The internationalization of History. *The American Historical Review*, 94(1), 1-10.
- JACKSON, P., THOMAS, N. & DWYER, C. (2007). Consuming transnational fashion in London and Mumbai. *Geoforum*, 38, 908-924. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2007.01.015>
- KARENTZOS, A. (2019). Traveling fashion: Exoticism and Tropicalism. In E. Gaugele & M. Titton (a cura di), *Fashion and Postcolonial Critique*. Sternberg Press.
- KAWAMURA, Y. (2010). The Fashion Industry. In *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion* (Vol. 10). Berg.

- KEOHANE, R. & NYE, J. (1971). Transnational Relations and World Politics: An Introduction. *International Organization*, 25(3), 329-249.
- KOSTAKIS, A. (1982, 15 luglio). Chegando ao Brasil. *Folha da tarde*.
- LEMIRE, B. (2016). Introduction Fashion and Practice of History: A political legacy. In B. Lemire (a cura di), *The force of fashion in politics and society. Global perspectives from early modern to contemporary times*. Routledge.
- MACHADO, H. (1982, 22 luglio). Triângulos formam a festa de Giorgio Correggiari. *Folha de São Paulo*.
- MAYNARD, M. (2010). Globalization and Dress. In J. B. Eicher (a cura di), *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion. Global Perspectives*. (Vol. 10). Berg.
- Moda. A conexão Correggiari. (1982, 28 luglio). *Revista Istoé*.
- Moda. Um lançamento diferente. (1982, 1 agosto). *Jornal de S. Catarina*.
- MORISSETTI, M. (1980, aprile). A colloquio con Giorgio Correggiari. *L'uomo Vogue*, 268.
- News Giorgio Correggiari*. (1985). Archivio Giorgio Correggiari.
- PIAZZI, B. (1986, 7 dicembre). Giorgio Correggiari. Il manager dello stile pensa ancora alla passerella. *Il Sole 24 Ore*.
- PIGNATELLI, P. (1988, 18 luglio). Giorgio Correggiari è lo stilista che ha portato il Made in Italy a Tokyo. *Italia Oggi*.
- RABUFFI, F. (1988, 6 ottobre). Idee in cerca di moda: Giorgio Correggiari. La lezione che arriva da Tokyo. *Il Popolo*.
- RIELLO, G. (2010). La moda che verrà: verso una storia globale della moda. In M.G. Muzzareli, G. Riello & E. Tosi Branzi (a cura di), *Moda. Storia e Storie*. Mondadori.
- RUSSI FRASQUETE, D. (2019). Global South e moda transnazionale: Il percorso dello stilista italiano Giorgio Correggiari negli anni settanta e ottanta. *ZoneModa Journal*, 9(2), 221-232. <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/10309>.
- SAID, E. W. (2007). *Orientalismo: L'immagine europea dell'Oriente* (1978). Feltrinelli.
- SEGRE REINACH, S. (2014). The Italian Fashion Revolution in Milan. In S. Stanfill (a cura di), *The Glamour of Italian Fashion since 1945*. V&A Publishing.
- SIRCAR, R. (2019). Rewriting, Adapting, and Fashioning National Styles in India. In E. Gaugele & M. Titton (a cura di), *Fashion and Postcolonial Critique*, (Vol. 22). Sternberg Press.
- Tecnologie: Correggiari: Il filo delle meraviglie*. (s.d.). Archivio Giorgio Correggiari.
- TONDINI, A. (1976). *Intervista con Giorgio Correggiari lo stilista più "sfacciato" del mondo*. 20.
- Un ribelle in Passerella*. (1990, gennaio). Archivio Giorgio Correggiari.
- VACCARI, A. (2018). Per un'autobiografia della moda italiana. In M. L. Frisa, S. Tonchi, & G. Monti (a cura di), *Italiana: L'Italia vista dalla moda 1971-2001*. Marsilio.
- VACCARI, A. (2018). Gli stilisti nel tempo della moda in Italia: 1966, 1977. In M. Borgherini, S. Marini, A. Mengoni, A. Sacchi & A. Vaccari (a cura di), *Laboratorio Italia. Canoni e contraddizioni del Made in Italy*. Mimesis.
- VERGANI, G. (1992). *La Sala bianca: nascita della moda italiana*. Electa.
- VERTOVEC, S. (2009). *Transnationalism*. Routledge.
- WHITE, N. (2000). *Reconstructing Italian Fashion: America and the Development of the Italian Fashion Industry*. Berg.

NOTE

- ¹ La moda è un concetto di complessa definizione, perciò ci limitiamo a considerarla come un importante canale per l'espressione dell'identità sociale, delle idee politiche e del gusto estetico, un modello di interpretazione che, come evidenzia Breward, ha probabilmente influito sulla rivalutazione di tutte le pratiche creative, inclusa l'arte (Breward, 2003, p. 19).
- ² L'importanza della rivista *L'Uomo Vogue* deriva dal fatto di essere nata nel 1967, anno in cui Albini viene per la prima volta definito stilista da *Vogue Italia*, dando avvio al fenomeno degli stilisti. La rilevanza di Correggiari nell'ambito della moda maschile è un altro aspetto considerato per la scelta di questa rivista. Il suo nome è presente nelle pagine de *L'Uomo Vogue* sin dall'inizio della sua carriera, quando ancora era stilista per la boutique Pam Pam.
- ³ La ricerca sulle banche dati dell'Università degli Studi di Firenze, dove lo stilista dichiara di aver studiato Scienze politiche, ha dimostrato l'assenza di una immatricolazione sotto il nome di Giorgio Correggiari. Anche le banche dati dell'Università di Bologna, che alcuni articoli nella stampa italiana dichiarano essere stata l'università dove aveva studiato lo stilista, dimostrano che Giorgio Correggiari non si fosse mai immatricolato. Questo può segnare la sua presenza al corso come editore, giacché lo stesso stilista aveva dichiarato di non aver mai ultimato gli studi. Il fascino però che la facoltà di Scienze politiche ha esercitato su di lui diventa una parte importante nella costruzione di un'immagine pubblica, nell'ambito della quale questi studi potrebbero giustificare l'impronta intellettuale che cerca di dare Correggiari alla sua figura di stilista.
- ⁴ Quaderno in manoscritto. Programma di massima per la prima uscita collezione Giorgio Correggiari in Giappone per la ditta World Co. LTD. Archivio Giorgio Correggiari.
- ⁵ Cifra corrispondente a circa 570 milioni di euro. La conversione del valore in lire a euro è stata realizzata usando il sito di conversione: <https://inflationhistory.com>, il giorno 19 novembre 2019. News Giorgio Correggiari, 1985. Archivio Giorgio Correggiari.

Coesistenza, appropriazione, identità

Design giapponese tra anni trenta e sessanta: trend globali e cultura locale negli eventi internazionali

CLAUDIA TRANTI
Politecnico di Milano

La ricerca intende descrivere e analizzare criticamente il design della comunicazione giapponese tra modernismo internazionalista e cultura locale nell'ambito di alcuni eventi di portata globale. Il periodo in esame spazia dagli anni trenta, apice del colonialismo e del panasiatismo dell'Impero, agli anni sessanta, con la rinascita post-bellica e l'ascesa del Giappone a potenza internazionale e protagonista nell'ambito del design.

I momenti chiave presi in esame sono le Olimpiadi fantasma di Tokyo e Sapporo 1940, la World Design Conference di Tokyo 1960, le Olimpiadi di Tokyo 1964: dall'analisi approfondita di tali eventi è possibile individuare alcuni importanti punti di contatto fra design giapponese e occidentale.

La ricerca è arricchita, oltre che dall'analisi di testi critici sul tema dell'identità nazionale e del design olimpico, dalla consultazione di documenti rari e originali concernenti gli eventi presi in esame, conservati nella biblioteca della Musashino Art University (Tokyo) e negli archivi fisici e digitali dell'Olympic Studies Centre (Losanna).

PAROLE CHIAVE

Giappone
Communication design
Internazionalismo
Nazionalismo
Post-colonialismo

1. Il Giappone tra occidentalizzazione e identità nazionale

Il Giappone è stato il primo paese dell'Asia orientale ad accogliere la disciplina del design per come essa è concepita in occidente: sebbene i progetti citati nei più celebri manuali anglofoni di storia del design risalgano principalmente agli anni sessanta e settanta del Novecento (Hollis, 1994; Meggs & Purvis, 2012), gli studiosi locali ritengono che la presenza in Giappone del concetto di design si possa rintracciare sin dalla seconda metà dell'Ottocento (Kikuchi, 2011). Tale datazione è legata al peculiare percorso di occidentalizzazione avvenuto nella storia recente del Paese: il lungo isolamento politico e commerciale del periodo Edo (1603-1868) si concluse con una guerra civile tra i sostenitori dello shogun (detentore del potere militare) e quelli dell'imperatore (detentore del potere politico ma di fatto oscurato dallo shogun). La vittoria di quest'ultima fazione, dovuta all'impiego della scienza militare francese e prussiana (Anderson, 2006), aprì il periodo Meiji (1868-1912), che vide il Giappone prota-

gonista di un rapidissimo processo di modernizzazione e occidentalizzazione. L'aggressività del colonialismo giapponese prese dunque ispirazione dal modello occidentale, ma allo stesso tempo proiettò la rigida gerarchia sociale del periodo Edo nell'ambito delle relazioni internazionali. Lo storico Maruyama afferma a tal proposito che l'Impero giapponese concepiva i rapporti con gli altri paesi secondo un rigido binomio: conquistare o essere conquistati (citato in Anderson, 2006, p. 97).

Tale colonialismo panasianista raggiunse il suo apice in concomitanza con la Seconda Guerra Mondiale, tuttavia la sconfitta ribaltò la condizione del Giappone da potenza colonizzatrice a Paese occupato: gli Stati Uniti d'America assunsero infatti il controllo dell'arcipelago dal 1945 al 1952. Tale periodo fu segnato da ristrettezze economiche e cambiamenti radicali come la ristestura della costituzione, la riforma della scuola e della scrittura, il disarmo forzato del paese (che fu de facto aggirato a partire dal decennio successivo), un processo di democratizzazione che ridusse il potere dell'imperatore e l'abolizione dello shintoismo come religione di stato. La fine dell'occupazione Alleata fu dunque un momento di rinascita simbolica e di riconquista della sovranità: da quel momento l'economia giapponese tornò a crescere, anche col favore degli stessi Stati Uniti, che desideravano mantenere un baluardo anticomunista in Asia orientale.

Sia il periodo Meiji che il secondo dopoguerra portarono un paese isolato da secoli a problematizzare la propria identità nazionale: da un lato per comunicarla agli stranieri, dall'altro per adeguare la propria cultura e strategia politica ad una complessa rete di relazioni internazionali.

Rispetto a un'espressione problematizzata dell'identità nazionale, il design della comunicazione offre una serie di output intesi come soluzioni, ma che di fatto evidenziano le criticità, le rotture e i punti di continuità della storia del Giappone. Tali artefatti e progetti risultano particolarmente significativi nel contesto di eventi internazionali come le Olimpiadi, in cui vi è un inevitabile confronto tra diverse culture.

Dagli anni trenta agli anni sessanta il Giappone vinse due volte la candidatura ai Giochi: una volta per quelli del 1940 (mai celebrati), l'altra per quelli del 1964. Tali date corrispondono all'evoluzione del Giappone da Impero colonizzatore a Nazione pacifica. È particolarmente interessante osservare il modo in cui i giochi Olimpici, nati dall'internazionalismo europeo di fine Ottocento (Chatziefstathiou, 2005, p. 367), siano stati accolti in Asia: "While most Western Olympic host cities underscore their modernity and development to promote themselves as world-class cities, Asian host cities distinguish themselves in their deliberate evocation of their modern hybridity: the co-existence of modern development with ancient cultural traditions" (Collins, 2008, p. 186).

Per quanto riguarda l'ambito del design, risulta di estremo interesse una conferenza che si frapponesse ai due Giochi Olimpici presi in esame: la World Design Conference di Tokyo 1960. Essa viene considerata una pietra miliare nello sviluppo della disciplina in Giappone, poiché fu uno dei primi eventi giapponesi dotato di una propria identità visiva, ma anche perché ha predisposto un terreno comune per il dibattito tra designer giapponesi e internazionali.



Fig. 1 — Hiromoto, T., sigillo vincitore per le Olimpiadi di Tokyo 1940 (in alto a sinistra). Autori sconosciuti, sigilli e pamphlet, 1937, copyright Tokyo 1940 OCOG.

2. Tokyo e Sapporo 1940, comunicazione visiva tra classicismo e modernismo

L'assegnazione della XII Olimpiade Estiva alla città di Tokyo avvenne nel 1936 a Berlino, durante il congresso del Comitato Olimpico Internazionale (CIO). Nel dicembre dello stesso anno nacque il Comitato Organizzatore, grazie al supporto di Comitato Olimpico Nazionale (CNO) giapponese, Ministeri dell'Educazione, degli Affari Esteri e della Guerra, Camera del Commercio e dell'Industria del Giappone, Città di Tokyo ed altri enti. L'organizzazione avanzò spedita fino all'invasione giapponese della Manciuria nel 1931. Nel 1932 nacque lo stato fantoccio di Manchukuo.

La Cina si appellò alla Società delle Nazioni per chiedere giustizia, ma ottenne come unico risultato il ritiro del Giappone dall'organizzazione. La situazione precipitò nel 1937 con l'Incidente del Ponte di Marco Polo: l'inizio di una guerra de facto, non dichiarata ufficialmente fino al 1941, poiché la

Cina attese la discesa in campo del Giappone a fianco dell'Asse. A causa di tale conflitto, il governo giapponese, dopo alcune rassicuranti dichiarazioni rilasciate al CIO, rinunciò ad ospitare le Olimpiadi nel 1938.

Il Giappone fu il primo paese asiatico ad ospitare i Giochi, la prima vera occasione per il Movimento Olimpico di esperire un incontro con una cultura radicalmente differente. Nel 1937 fu lo stesso ideatore delle Olimpiadi moderne, Pierre de Coubertin, a scrivere:

The task of celebrating the XIIth Olympic Games will be the greatest ever given to a country, for it does not mean merely to pursue the Olympic Torch through the universe and to unite the whole of Asia with the Modern Olympism in a most cordial manner, but also to combine Hellenism, the most precious civilization of ancient Europe, with the refined culture and art of Asia. (Tokyo OCOG, 1938, p. 13)



Fig. 2 — Akabane, K., Arakawa K., Ihara, U., Kato, K., Kuroda, N., Wada, S., Wakita, K., Yamana, F., poster in concorso per le Olimpiadi di Tokyo e Sapporo 1940, 1937, copyright Tokyo 1940 OCOG.

L'avanzamento della preparazione dei Giochi di Tokyo e Sapporo 1940 è documentato nel relativo report ufficiale: insieme alla lista degli sport, alle informazioni sulle infrastrutture da costruire e alle iniziative da promuovere vi è anche un capitolo dedicato alla "propaganda". Essa consisteva in diverse operazioni: la pubblicazione in varie lingue della rivista internazionale *Olympic News*; la stampa di pamphlet pubblicitari; l'accoglienza di delegati stranieri e l'invio di personalità giapponesi in altri Paesi; l'organizzazione di mostre; il disegno di poster, marchio, sigilli ed altri piccoli artefatti promozionali.

Dall'analisi di tali artefatti emerge l'assenza di qualsiasi tipo di coordinazione stilistica. I concorsi per poster e marchio furono infatti svolti senza la supervisione di un design director e nonostante il Comitato Organizzatore intendesse istituire un team addetto alla comunicazione, la decisione di abbandonare le Olimpiadi lasciò questo processo incompleto.

Emergono nei poster le ispirazioni tratte dall'arte occidentale: alcuni presentano uno stile essenziale accostabile all'art deco, altri sono invece retoricamente vicini ai poster propagandistici dei regimi dittatoriali contemporanei. In questi ultimi spicca una rappresentazione del corpo dai tratti classicheggianti ed eroicizzati, simili alle immagini realizzate per le Olimpiadi di Berlino 1936, ed una generale commistione con lo stile tradizionale giapponese e i suoi soggetti più caratteristici. Il poster vincitore del concorso rappresenta ad esempio Jimmu Tenno, il primo imperatore del Sol Levante: nel 1940, oltre alle Olimpiadi, ricorrevano infatti i 2.600 anni dalla fondazione mitica del Giappone (Traganou, 2016, p. 63).

Alcuni dei soggetti rappresentati nei poster e nei sigilli possono ricadere nella pratica definita *self-orientalism*: l'abuso di simboli che i colonizzatori occidentali percepiscono come tipicamente giapponesi (fiori di ciliegio, monte Fuji,

geisha), atto ad attirare un pubblico straniero e riconfermare delle narrazioni pre-esistenti (Traganou, 2016).

L'emulazione dell'occidente non si limitò tuttavia solo allo pseudo-classicismo delle dittature europee e al self-orientalism, ma coinvolse anche il modernismo. La fama raggiunta dall'identità visiva di Tokyo 1964 ha portato alcuni critici a vedere quell'occasione come il primo incontro tra Giappone e modernismo, segno della rottura col passato militarista (Traganou, 2016, p. 64). Tuttavia da una ricerca più approfondita si evince che il modernismo venne accolto nel paese ben prima della guerra.



Fig. 3 — Yamana, A., copertina di *Nippon* 5, 1935, copyright Nippon Kobo.

3. *Nippon e Front*: un modernismo di regime

La stretta collaborazione tra aziende e governo giapponese precedente alla Seconda Guerra Mondiale riversò i messaggi nazionalistici nella pubblicità commerciale. In tale contesto, il linguaggio modernista era per i progettisti uno strumento semplice e immediato per alludere allo stile di vita occidentale (Weisenfeld, 2009). Questi nuovi ideali, la sinergia tra Stato e aziende e la crescita economica e territoriale del Giappone trovarono espressione in riviste come *Nippon* e *Front*, caratterizzate da layout curati e innovativi (Morioka, 2012).

Nippon venne fondato nel 1934 dal fotografo Younosuke Natori, il quale si ispirò all'editoria tedesca sia per la qualità del design che per i contenuti dall'alto profilo culturale. La copertina fu affidata a Takashi Kono, designer che avrebbe in seguito raggiunto una grande popolarità e che realizzò anche un poster non ufficiale per Tokyo 1940, nettamente diverso dagli altri per spiccata essenzialità e assenza di retorica filo-germanica. Natori scelse il titolo *Nippon* con l'intento di presentare la cultura giapponese ad un pubblico internazionale; per la stessa ragione il testo era scritto in inglese, francese, tedesco e spagnolo. Shingo Tsuda, capo dell'importante azienda Kanebo, colse subito l'opportunità di finanziare la rivista, intuendo che la promozione internazionale della cultura giapponese avrebbe certamente incrementato le vendite dei prodotti all'estero. Per gli stranieri il Giappone era il paese delle geisha e del monte Fuji: mostrare la parte moderna e industrializzata del Paese avrebbe avvantaggiato il commercio.

Natori coinvolse inoltre altri enti nel suo progetto: il ministero degli esteri e l'esercito. Quest'ultimo risultò particolarmente interessato: dopo i primi tre numeri il progetto passò infatti alla Società per la Promozione delle Relazioni Culturali Internazionali (Kokusai Bunka Shinkoukai): in seguito all'Incidente Sino-Giapponese e all'uscita del Giappone dalle Nazioni Unite l'Impero doveva riscattare la propria immagine. La rivista cessò di essere pubblicata nel 1945, quando il Giappone perse la guerra.

Del design della rivista si occupò anche Yusaku Kamekura, che avrebbe in seguito disegnato marchio e poster di Tokyo 1964. Lo stile era fortemente ispirato a modernismo e Bauhaus, con impaginati sperimentali e tecniche figurative innovative come quella del collage. Il linguaggio modernista, che in Europa era visto in opposizione ai regimi totalitari, veniva invece impiegato in Giappone per esprimere un sentimento nazionalista. Si sconfinava addirittura nel razzismo: tra le pagine di *Nippon*, alcuni articoli illustrano come la conformazione fisica dei nuotatori giapponesi li abbia fatti trionfare alle Olimpiadi del 1932; numerosi scritti e immagini raffigurano la donna giapponese in modo esotico e sensuale, a uso e consumo di un pubblico internazionale ed esterofilo. Vennero promosse anche le Olimpiadi, con aggiornamenti passo per passo della preparazione per l'evento, fino alla rinuncia nel 1938: negli articoli dedicati a Tokyo 1940 non sono presenti tracce dei poster e del marchio ufficiale. Il marchio del Movimento Olimpico, se presente, veniva rappresentato senza tener conto di particolari linee guida. Questi dettagli dimostrano come la comunicazione delle Olimpiadi, così come il design giapponese, fossero ancora acerbi, privi di coordinazione visiva e dipendenti da modelli preesistenti.

Fig. 4 — Yamana, A., doppia pagina da *Nippon* 5, 1935, copyright Nippon Kobo.

Fig. 5 — Kumada, G., doppia pagina da *Nippon* 13, 1937, copyright Nippon Kobo.



Front nacque invece come magazine di propaganda pubblicato da Touhou, azienda connessa all'esercito giapponese e di cui faceva parte anche Yonosuke Natori. L'art director era Hiromu Hara, coinvolto successivamente nel progetto per Tokyo 1964. La rivista conta dieci uscite, pubblicate dal 1942 al 1945, ciascuna delle quali tratta un singolo argomento: marina, fanteria, Manciuuria, paracadutisti, aeronautica, industria pesante, conquista del Kahoku (Cina del nord), Filippine, India, Tokyo in tempi di guerra. Quest'ultimo numero non venne pubblicato a causa dei bombardamenti sulla capitale del 10 marzo. L'ispirazione per la rivista arrivò da alcune pubblica-

zioni straniere: *USSR* (Unione Sovietica, anni trenta), *Life* (Stati Uniti, nato nel 1936). Il layout e i testi giapponesi erano curati da Sou Obata, tuttavia il magazine usciva in cinese, inglese, francese, tedesco, russo, olandese, birmano, spagnolo, portoghese, thailandese, vietnamita, indonesiano/malese, mongolo, hindu pali. Del primo numero vennero stampate 69.000 copie in lingua straniera. Degna di nota una ristampa in Giappone dal titolo “Le fotografie delle conquiste del Grande Est”, che contò 50.000 copie.

Esaminando gli argomenti trattati, i testi della rivista e le imponenti fotografie si può notare come la propaganda passasse attraverso l'esibizione della potenza bellica e della tecnologia, mostrando gli altri paesi asiatici come territori a cui il Giappone aveva restituito la libertà dopo la cattività coloniale.

Fig. 6 — Hara, H., doppia pagina da *Front* 5-6, 1935, copyright Tohosya.



4. Anni trenta e quaranta: rielaborazione e sperimentazione come cifra distintiva

La convivenza di uno stile pseudo-classicista e di linguaggi modernisti (binomio quasi ossimorico per l'occidente) trova in Giappone la sua dimensione per servire come strumento di propaganda del potere centrale. Le riviste *Nippon* e *Front* e la comunicazione delle Olimpiadi di Tokyo 1940 sono visivamente contrastanti, ma ideologicamente allineate.

La fioritura del design giapponese sarebbe avvenuta negli anni sessanta grazie ad alcuni dei progettisti attivi tra anni trenta e quaranta: in particolare

Hiromu Hara, Yusaku Kamekura, Takashi Kono. Le due riviste funsero dunque da banco di prova per la generazione di designer al centro dei progetti per le Olimpiadi di Tokyo 1964 e Sapporo 1972. L'ispirazione ai modelli occidentali modernisti divenne dunque il seme per lo sviluppo dello stile internazionale in Giappone, senza escludere elementi di originalità. La storica dell'arte Maki Kaneko afferma infatti che la guerra in Giappone fu vista dagli artisti non come una condizione di controllo sul proprio lavoro, ma come un modo per sperimentare nuove forme espressive (citato in Traganou, 2016, p. 63). Più in generale, le grandi guerre del Novecento hanno accelerato lo sviluppo della grafica moderna, in particolar modo per quanto riguarda i poster, il trattamento delle immagini e il type design. I regimi dittatoriali (in particolare il nazismo) hanno precorso i canoni della corporate identity (Heller, 2008). La fotografia e il fotoritocco vennero sviluppati e impiegati sia a scopo propagandistico che come forma di protesta (Hollis, 1994, p. 36). La rielaborazione originale di stili occidentali in Giappone si sarebbe poi riproposta negli anni a venire, secondo modalità di volta in volta diverse. Il teorico del design Kenya Hara nota infatti come il Giappone abbia un atteggiamento livellante nei confronti delle influenze culturali straniere. Egli paragona quindi il continente Eurasiatico al *pachinko* (gioco giapponese simile a un flipper con numerose palline): non importa da dove le influenze culturali (palline) provengano, quanta strada abbiano fatto e quale percorso abbiano seguito, una volta arrivate in Giappone (sul vassoio) ricoprono tutte la stessa importanza e possono assumere un nuovo significato. Vi è una sorta di "purificazione" ed è forse questa la cifra stilistica del Giappone (Bos & Bos, 2007-2008, p. 690).

5. Una faticosa scalata verso il riconoscimento internazionale

Alle Olimpiadi di Londra 1948, gli atleti tedeschi e giapponesi non furono invitati. Il presidente del CIO Brundage dichiarò in una lettera privata che la loro partecipazione sarebbe stata rischiosa a causa del risentimento che il Mondo ancora nutriva verso le potenze dell'Asse (Droubie, 2009, p. 24).

Verso la fine degli anni quaranta l'opinione pubblica si ammorbidì nei confronti del Giappone, il Paese entrò nel fondo monetario internazionale nel 1952 e tornò ad essere membro delle Nazioni Unite nel 1956. Partecipare nuovamente alle Olimpiadi significava rientrare nella comunità internazionale agli occhi del grande pubblico: grazie anche alla mediazione degli statunitensi, il CNO giapponese venne riammesso dal CIO nel 1951.

Negli anni cinquanta e sessanta il Giappone si impegnò in una vera e propria rieducazione patriottica della popolazione e lo sport si rivelò un importante mezzo per comunicare l'identità nazionale senza l'aggressività del mili-

tarismo. Da qui la candidatura della città di Tokyo per le Olimpiadi del 1960. Essa fallì tuttavia perché la ricostruzione post-bellica di Tokyo era ancora incompleta e perché le Olimpiadi del 1956 si sarebbero tenute a Melbourne: i costi di viaggio sarebbero stati troppo alti per gli atleti (prevalentemente Europei e Statunitensi) nel caso di due Olimpiadi consecutive in altri continenti. Il Giappone non si arrese e grazie ad una raffinata strategia diplomatica (non scevra di scorrettezze) nei confronti CIO si aggiudicò nel 1959 il diritto di ospitare le Olimpiadi di Tokyo 1964 (Droubie, 2009, p. 22).

Fig. 7 — Hara, H., Hosoya, G., Sugiura, K., Tanaka, I., materiale comunicativo per la promozione della World Design Conference Tokyo 1960 (il marchio è stato disegnato lo stesso anno da Takashi Kono), 1960, copyright The World Design Conference Organisation.



6. World Design Conference Tokyo 1960: il design come strumento di riscatto

Il desiderio di rivalsa passò anche attraverso il design, strumento necessario per una comunicazione efficace a livello internazionale. Nacquero alcune associazioni di settore come la Nihon Dezaïn Gakkai o Japan Society for the Science of Design (JSSD), fondata nel 1954 e la Ishō Gakkai o Japan Society of Design (JSD), nata nel 1959. Di quegli anni anche le riviste *Idea Magazine* (1953), *Graphic Design* (1955) e *Dezaïn Riron* (1962). Tale spirito portò anche alla celebrazione della World Design Conference (WoDeCo) a Tokyo nel 1960. La conferenza si rivelò un'occasione di sviluppo per due fondamentali ragioni: il contributo teorico di designer giapponesi e internazionali, i quali poterono giovare di un terreno comune per il dibattito; il progetto per la

comunicazione dell'evento, che fu uno dei primi esempi di corporate identity applicata agli eventi in Giappone nonché un ottimo esercizio di design in vista delle Olimpiadi.

Il clima di cooperazione internazionale e l'entusiasmo per lo sviluppo economico degli anni post-bellici sono efficacemente riassunti nelle parole espresse dal ministro degli esteri giapponese in apertura della WoDeCo: "I am convinced that this Conference, through the common word of 'design', will contribute to formulating a basis for strong mutual confidence and cooperation, and will also brilliantly serve as a guidance for humanity in the coming age" (The World Design Conference Organisation, 1960, p. 12).

Il tema dibattuto era *Total Image of the 20th Century*: in quegli anni si sviluppò infatti la concezione del design come linguaggio universale, uno strumento di comunicazione atto a superare le incomprensioni e le differenze culturali. Non più dunque una semplice arte applicata, ma una disciplina scientifica, i cui principi dovevano essere condivisi a livello globale. Il design doveva inoltre essere totale in quanto soluzione pratica di problemi sociali di diversa scala, molti dei quali sorti in seguito alle due Guerre Mondiali. A tal proposito Kunio Maekawa, presidente della Japan Architects' Association, affermò: "Every aspect beginning from human life, politics, economics to science has made rapid change thus bringing extended sphere activities to the field of design" (The World Design Conference Organisation, 1960, p. 14).

La tensione tra culture locali e universalismo nel campo del design fu un tema centrale di quel periodo, tant'è che fra i sottotemi della WoDeCo compaiono esplicitamente i termini regionalità e universalità.

Sul primo argomento, l'intervento dell'architetto indiano Balkrishna Vithaldas Doshi appare quasi profetico se si pensa alla commistione tra tradizione locale e universalismo di Tokyo 1964. Egli denota come il "funzionalismo industriale" abbia sostituito l'espressione regionale tipica dei diversi popoli, ed invita i designer a conciliare tradizione e innovazione. Ritene che vi siano delle norme universali per realizzare un buon progetto, ma che l'ideatore sia sempre influenzato dalla propria cultura e dalle proprie condizioni: "The creative mind always succeeds in adopting the most diverse elements to the immediacy of the local circumstances. This process whether conscious or not is clearly a recognition of the natural significance of regionalità" (The World Design Conference Organisation, 1960, p. 62).

Per quanto riguarda la reciproca influenza fra Giappone ed occidente, Isamu Kenmochi commenta:

Today the stems and forms in Japanese everyday life seem, rather than being correctly understood in the West, to be attaining a certain popularity as a

certain fashionable style there. We Japanese designers have a nickname for these phenomena which we call 'Japonica style'. It even seems to me that this is seeking, by means of commercialism, to lure the way of life of the Japanese into anachronistic patterns and into an addiction to bad tastes. [...] Another concern is that this country, which was modernized all too rapidly, will be simultaneously Westernized in an extremely superficial manner and will lose both our old traditions as well as the wisdom which it should be absorbing from the West correctly. (The World Design Conference Organisation, 1960, p. 89)

Se da una parte lo stile giapponese non veniva correttamente compreso all'estero, ma reinterpretato superficialmente in ottica orientalista, dall'altra anche il Giappone imitava gli stili occidentali senza coglierne il vero significato, reimpiegandolo acriticamente.

La conferenza fu arricchita inoltre dai contributi di alcuni designer coinvolti successivamente in Tokyo 1964: l'art director Masaru Katsumi come moderatore; l'architetto Kenzo Tange e i designer Sori Yanagi, Kohei Sugiura, Takashi Kono, Yusaku Kamekura come ospiti.

Di fondamentale importanza per comprendere lo spirito dietro al design giapponese dell'epoca è la dissertazione di Yusaku Kamekura sul concetto di katachi. La traduzione letterale di tale parola è "forma", essa detiene tuttavia un significato più profondo, radicato nella cultura locale. Katachi è la cristallizzazione ideale di forme bidimensionali, tridimensionali e in movimento, il raggiungimento della forma più pura in relazione alla sua funzione, scevra da sentimentalismi e dalla "debolezza umana". Kamekura afferma che il concetto di katachi sia nato dalla dialettica tra shintoismo e buddismo, il primo più essenziale nei suoi oggetti rituali, il secondo più decorativo.

In merito al rapporto con la tradizione locale, Kamekura dichiara:

One of the problems which have been imposed upon us Japanese designers is the probe of tradition. Tradition is a burden for the designer, but one which he cannot reject. We have the duty to take our tradition apart, and then put it together in a new way. (The World Design Conference Organisation, 1960, p. 33)

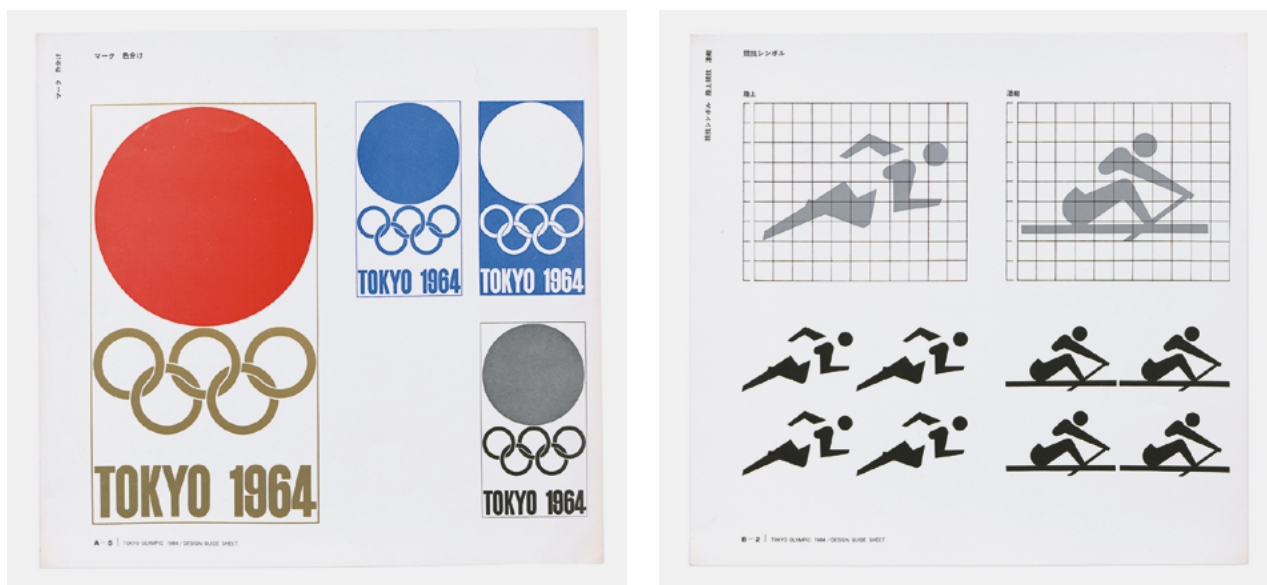
Emerge in questo contesto una nuova consapevolezza del design giapponese e dei complessi legami tra tradizione orientale, tradizione occidentale e un modernismo dall'aspirazione universalista. Kamekura demarca gli aspetti della tradizione giapponese caratterizzati da rigore e purezza formali, ovvero quelli più in linea col modernismo: gli stemmi familiari (mon), i movimenti strettamente codificati del teatro No e Kabuki, la cerimonia del tè con i vari strumenti ad essa necessaria. Tali esempi possono essere considerati come

Fig. 8 — Kamekura, Y., marchio delle Olimpiadi di Tokyo (immagine tratta dal design guide sheet), 1960, copyright Tokyo 1964 OCOG.

Fig. 9 — Yamashita, Y., pittogrammi per le Olimpiadi di Tokyo (immagine tratta dal design guide sheet), 1964, copyright Tokyo 1964 OCOG.

una scelta strategica atta ad evidenziare gli elementi di affinità tra Giappone e occidente.

Per Traganou il passaggio dalle forme geometriche della tradizione locale a quelle del modernismo occidentale non fu tuttavia graduale: la cancellazione della tradizione impose in modo brusco la modernità, ad alcune forme nuove venne relegata l'etichetta di "tradizionale" e il transito culturale verso il modernismo si rivelò ricco di profonde incomprensioni (2016, p. 92).



7. Tokyo 1964: design policy e design direction

Nella comunicazione per Tokyo 1964 si riscontra un'inedita sintesi di design occidentale e tradizione giapponese, configurando un vero e proprio campo di incontro/scontro con l'occidente. L'evento segnò inoltre un'evoluzione nell'organizzazione del lavoro e nello sviluppo del metodo progettuale.

Nonostante le difficoltà organizzative ed economiche (The National Museum of Modern Art, Tokyo, 2013, p. 117) il progetto di comunicazione si rivelò un vero e proprio biglietto da visita per il pubblico internazionale di esperti e non, permettendo anche ai giapponesi stessi di immergersi nello spirito olimpico. Uno dei maggiori elementi di complessità del progetto fu l'enorme quantità e varietà di artefatti da realizzare: dai biglietti per l'accesso agli stadi, alla segnaletica, all'architettura. Ciascuno di questi compiti richiese competenze specifiche nonché un diverso grado di libertà espressiva da parte del progettista. Tale situazione rese necessaria una figura direttiva in grado di garantire la coerenza tra i vari artefatti.

Nel caso di Tokyo 1964 tale funzione venne ricoperta da Masaru Katsumi.

Egli stesso affermò:

There can be no such thing as an omnipotent designer. The designer himself will also feel more and more intensely the need for a design director, whose role is to lay down the conditions, to criticize, and also to give assistance in technical matters. John Gloag once called the designer a 'missing link'. Today, however, it seems that the missing link is the design director, whose job is to supervise and promote design activities. (1965, p. 82)

Il primo passo verso l'identità visiva di Tokyo 1964 fu il concorso di selezione per il marchio. Nel 1960 un comitato di critici, art director e designer convocò diversi progettisti giapponesi al fine di ricevere proposte. Venne scelto il marchio di Yusaku Kamekura, con tanto di celebrazione ufficiale nello stadio nazionale. Masaru Katsumi venne quindi posto a capo del design committee. Vennero sin da subito stabiliti tre punti fondamentali per creare un design efficace e d'impatto:

- usare il marchio in modo coerente;
- usare i colori dei cinque cerchi olimpici per veicolare significato;
- uniformare i caratteri per la stampa.

Subito dopo Kamekura venne incaricato di produrre il primo poster ufficiale (in seguito ne avrebbe realizzati altri tre, caratterizzati da un uso innovativo e dinamico della fotografia). Venne poi stabilito che Takashi Kono avrebbe dovuto informare il Comitato Organizzatore riguardo all'uso dei colori, mentre Hiromu Hara sarebbe stato il referente per l'unificazione dei caratteri da stampa. In accordo con tale spirito di organizzazione e coordinazione, sarebbe stata in seguito istituita anche una squadra di specialisti che, in assenza di linee guida specifiche da parte del CIO, avrebbe individuato i colori esatti per la stampa dei cerchi olimpici, mantenendone la coerenza con diverse tecniche di stampa e su svariati supporti (The Japanese Olympic Committee, Report on Proposed Standards of Colours of the Olympic Five Rings - Documento consultato presso gli archivi storici dell'Olympic World Library, Losanna).

Nell'autunno 1963 venne creato un nuovo gruppo di designer col compito di seguire i lavori delle infrastrutture e cooperare con il precedente comitato di designer. Masaru Katsumi si ritrovò a coordinare il progetto nella sua interezza. Fu solo nella primavera del 1964 che il design committee ottenne una sede ufficiale presso l'Asakusa Palace di Tokyo. Dati i tempi ristretti e la complessità del lavoro da svolgere, Katsumi individuò tre funzioni principali per i designer.

La prima era quella di conservare un certo grado di libertà per gli artefatti più importanti o monumentali, che erano stati assegnati ai designer prima dell'istituzione del gruppo di coordinamento. In tali casi bisognava rispettare esclusivamente delle linee guida di base, con la possibilità di comunicare, insieme alla coerenza e alla funzionalità, anche un'identità nazionale.

La seconda funzione era quella di affrontare la progettazione degli innumerevoli volantini, pieghevoli, adesivi, etichette, cartelli ed esposizioni che di giorno in giorno venivano richiesti. Per svolgere al meglio questo compito venne redatto il design guide sheet, il primo esempio di manuale di identità relativo a un'edizione dei Giochi Olimpici.

La terza funzione dei designer era quella di collaborare con il Governo Metropolitano e le altre entità sul territorio, cercando di far rispettare al meglio i principi basilari stabiliti per la comunicazione di Tokyo 1964.

I tre compiti venivano svolti contemporaneamente e non senza difficoltà. Sebbene l'intenzione iniziale dei progettisti fosse quella di stabilire delle linee guida da seguire per la progettazione di ciascun artefatto, la mole e l'urgenza del lavoro posero delle questioni inaspettate. Il design guide sheet venne dunque modificato più volte, fino a trasformarsi in una sorta di raccolta dei lavori svolti. A tal proposito di ciò Masaru Katsumi affermò:

However, I suppose that this also was meaningful in its way. It is to be expected that increasing recognition will be given to design policy in the future, and I feel that our present experiences will have been of value if they serve as a starting point for similar efforts in the future. At any rate, it was extremely gratifying to see so many designers of the younger generation working together so actively and with full awareness of their parts in the organization as a whole. This was no doubt the first time that this has happened since the World Design Conference several years ago. This in itself was a truly memorable event. Most of the unassuming but important work making up the basis of the design policy of the Tokyo Olympics - the compilation of the design guide sheet, the plans for the signs in the vicinities of the athletic facilities, the plans for mass production of the structures supporting the signs, and the creation of the events symbols and the facilities symbols - was accomplished thanks to the teamwork of these young people. Furthermore, their teamwork extended over various special fields including graphic design, product design, and city planning; this fact further enhanced its significance. I am confident that these experiences will undoubtedly be of great benefit to the Japanese design movement of the future. The age of the star system is already on the way out, and it is clear that we are about to enter an age of teamwork and anonymity of design (this does not mean anonymity of designers). (Katsumi, 1964, p. 82)

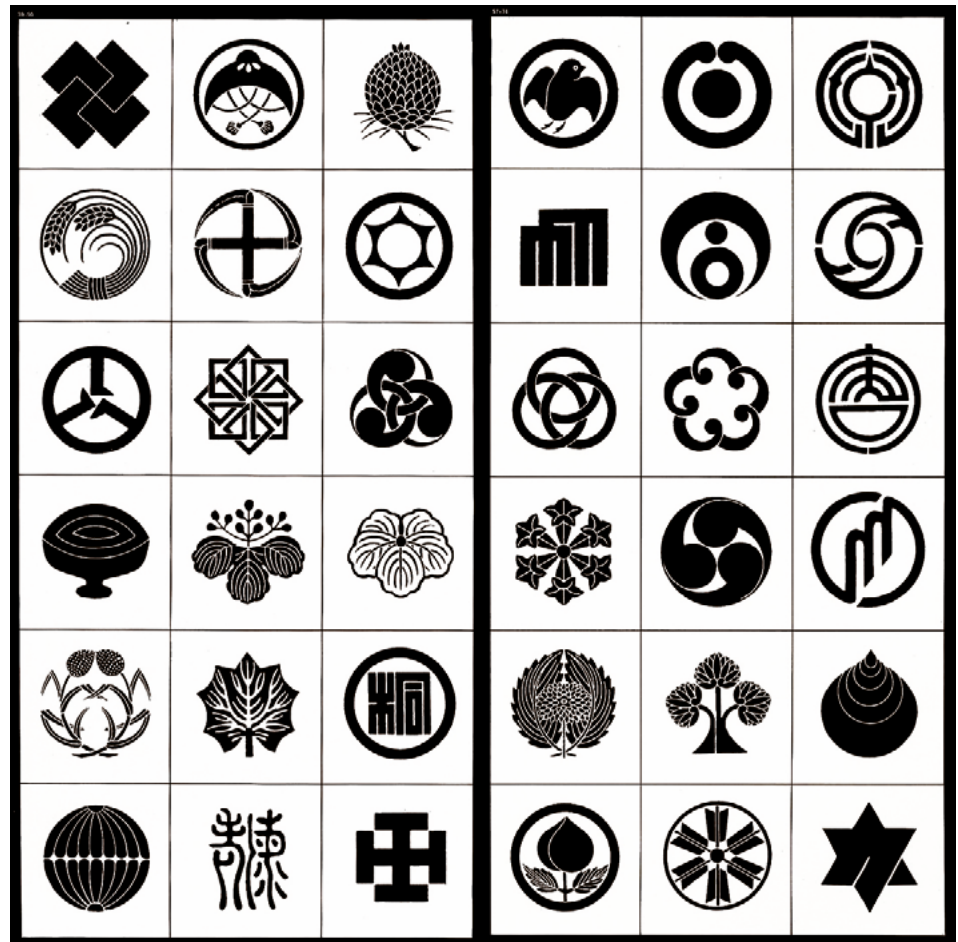
8. Universalismo e tradizione nei pittogrammi e nel marchio di Tokyo 1964

Nella prima Olimpiade asiatica, il Giappone desiderava dunque mostrare il valore e le capacità del proprio popolo in modo rinnovato e pacifico, attraverso forme di comunicazione semplici che abbattessero le barriere culturali che la lingua giapponese avrebbe inevitabilmente posto: da qui il design di un sistema di pittogrammi. Nelle Olimpiadi precedenti al 1964 vi furono diversi tentativi di identificare visivamente i vari sport, ma non è possibile parlare di pittogrammi in quanto la complessità e l'uso non sistematico che veniva fatto di queste immagini le rendeva più simili a delle illustrazioni (CEO, p. 5). Negli anni sessanta, invece, le esigenze di un mondo sempre più interconnesso spinsero i designer ad auspicare la creazione di un linguaggio visivo universale: tale tema fu infatti anche al centro del primo congresso ICOGRADA. Si mirò dunque a creare un vero e proprio codice, stabilendo l'uso semantico dei diversi colori e disegnando dei simboli per indicare i vari sport e le infrastrutture.

Nacquero a tale scopo i pittogrammi (all'epoca definiti *symbols*), disegnati al fine di ottenere la massima riconoscibilità. Al di là dell'ispirazione tratta dal lavoro di Otto Neurath, questo intento universalista incontrò uno specifico particolarismo: i mon giapponesi. I mon (stemmi familiari) rappresentano in Giappone una tradizione secolare e sono caratterizzati dalla semplificazione e geometrizzazione delle forme naturali e dal formato quadrato in cui possono essere racchiusi. Questi principi figurativi sono felicemente accostabili a quelli del design modernista: i pittogrammi per Tokyo 1964 marcano dunque l'uso di un modello occidentale con una nuova consapevolezza critica. Di fatti, a dispetto della loro radice storica, i pittogrammi di Tokyo 1964 non vennero ideati per rafforzare l'identità visiva dello specifico evento, bensì come eredità da lasciare al CIO per i Giochi futuri, da perfezionare e rimodellare in base all'evenienza (Katsumi, 1964, p. 82), incarnando perfettamente lo spirito universalista dell'epoca. Gli stessi pittogrammi vennero in seguito usati per altri eventi internazionali e sebbene si possano ammirare anche oggi in molti luoghi pubblici giapponesi, i cambiamenti nella concezione della corporate identity e del branding avrebbero favorito dei design distintivi per le Olimpiadi successive.

L'utilizzo di simboli della tradizione giapponese emerge anche e soprattutto nel marchio. Il cerchio rosso, formalmente coerente con gli anelli Olimpici e al contempo emblema dell'identità giapponese, aveva giocato un importante ruolo nella creazione della design policy grazie alla sua versatilità. Masaru Katsumi dichiarò:

Fig. 10 — *Mon*, stemmi familiari tradizionali giapponesi (immagine tratta da *Graphis*, 1968).



One saving grace in all of this was the fact that the mark for the Tokyo Olympics had already been determined, and it was possible to make consistent use of it. I understand that one sports writer complained that the design of the Tokyo Olympics was too standardized. If, indeed, this is true, it means that the design policy of the Tokyo Olympics has been an effective one. In such a vast undertaking as this, if any consistency in design at all—no matter whether it is regarded as standardization or anything else—is noticeable, the design policy must then be rated as having been an overwhelming success. [...] In my own opinion, Kamekura made a far greater contribution with his symbol mark. If it had not been for this highly dignified, powerful mark, the design policy of the Tokyo Olympics would undoubtedly have been much weaker. (1964, p. 83)

Dal canto suo, Kamekura affermò di essersi dimenticato della competizione per il logo fino al giorno della consegna, in cui ricevette una chiamata che

gli ricordava di inviare la sua proposta. Insieme al suo staff, cercò dunque di mettere insieme il design nel tempo di circa due ore:

In realtà ho realizzato lo schizzo in 5 o 6 minuti. Tuttavia avevo una chiara idea del significato filosofico delle Olimpiadi. Fin dal momento in cui discutevamo riguardo all'ospitare le Olimpiadi in Giappone, avevo già in mente l'immagine di cosa siano le Olimpiadi. (The National Museum of Modern Art, Tokyo, 2013, p. 18. Traduzione dal giapponese dell'autrice)

Nonostante l'affrettata realizzazione, il progettista affermò di aver riflettuto a lungo sul significato delle Olimpiadi prima di realizzarlo:

Realizzare un design semplice che trasmetta il senso del Giappone e delle Olimpiadi non è stato un compito facile, ma ho creato questo emblema senza eccessive sofisticazioni né preoccupazioni. Volevo esprimere l'idea del Giappone in modo chiaro e pulito, e allo stesso tempo incorporare il senso del movimento e della sportività connesso alle Olimpiadi. (Kamekura, 1960, p. 18. Traduzione dal giapponese dell'autrice)

Il marcato riferimento alla tradizione rispecchia la tensione tra apertura e orgoglio nazionale caratteristico del dopoguerra. Christian Tagsold ritiene infatti che le Olimpiadi del 1964 abbiano riqualficato dei simboli nazionali come l'inno e la bandiera dopo la Seconda Guerra Mondiale (citato da Traganou, 2016, p. 68).

La bandiera giapponese o Hinomaru rappresenta il sole: un antico simbolo derivante sia dalla posizione geografica del Paese che dalle origini mitiche della famiglia imperiale, nata dalla dea del sole Amaterasu. La Hinomaru ha avuto diversi impieghi nel corso della storia: usato inizialmente come mon dai clan dei samurai o come simbolo dei soldati in battaglia, venne impiegata come segno di riconoscimento per le navi nel periodo Meiji. Nel periodo tra le due guerre mondiali, in pieno clima di espansionismo imperialista, la bandiera divenne uno strumento propagandistico, mirato a inculcare i valori nazionalistici. Il simbolo del sole si legò tuttavia in modo così forte agli orrori della guerra che l'esposizione della bandiera venne soggetta a forti restrizioni nel corso dell'occupazione americana. A partire dal 1949 le restrizioni vennero abolite e la popolazione venne nuovamente incoraggiata ad esporre la bandiera. Nonostante i tentativi di negare l'aspetto nazionalistico, il marchio di Tokyo 1964 rivestì un importante ruolo nel processo di democratizzazione della bandiera grazie alle innegabili somiglianze formali e ad un sondaggio popolare indetto per decidere il tono di rosso del cerchio (The National Mu-

seum of Modern Art, Tokyo, 2013, p. 19). Tuttavia Kamekura aveva in mente una doppia lettura per il suo marchio: “Si potrebbe percepire la ‘bandiera giapponese’, ma per me l’idea del ‘sole’ era quella più forte” (Kamekura, 1960, p. 18. Traduzione dal giapponese dell’autrice).

Il desiderio consapevole (o inconsapevole) del progettista di negare l’intento nazionalista venne comunque smentito da altre fonti. Hiromu Hara, responsabile della tipografia del marchio, affermò: “È stato molto d’aiuto alla design policy il fatto che sin dall’inizio l’emblema rappresentasse l’identità nazionale in una nuova forma, con chiarezza e semplicità” (The National Museum of Modern Art, Tokyo, 2013, p. 122. Traduzione dal giapponese dell’autrice).

Le fonti ufficiali rimarcano questo concetto: “The first poster with its striking design from Japan’s National flag, to some extent served to renew the appreciation of the Rising Sun’s dynamic simplicity” (Tokyo 1964 OCOG, 1964, p. 353). Lo sviluppo della corporate identity per le Olimpiadi passò dunque attraverso un fortunato incontro con la tradizione giapponese: nonostante il modernismo avesse un’impronta internazionale con aspirazione universalista, la sua applicazione incontrò delle forme tradizionali e locali, decisamente distanti dalle sue origini euro-americane.

9. Una forma rinnovata di continuità

Le Olimpiadi di Tokyo 1964 vengono associate nei più celebri volumi di storia del design al trionfo del modernismo. L’accento è posto in particolar modo sul design dei pittogrammi e sul desiderio di creare un linguaggio universalmente comprensibile, trascurando però il particolarismo caratteristico degli artefatti e la continuità col passato: da un lato la tradizione dei mon e dell’arte figurativa giapponese, dall’altro la già affermata esperienza di alcuni designer pionieri del modernismo nel Paese.

Nonostante il lavoro di Kamekura fosse influenzato dall’arte di Cassandre e dal Bauhaus (Alastair, 1984, p. 8), egli affermava apertamente di citare la tradizione nipponica. Nonostante Masaru Katsumi avesse mutuato il metodo della design direction dalle corporate americane, alcuni artefatti progettati per Tokyo 1964 presentano un elevato grado di libertà rispetto alle linee guida. Prendendo ad esempio quelli disegnati da Hiromu Hara (The National Museum of Modern Art, Tokyo, 2013, p. 123) è possibile osservare la raffinata convivenza tra elementi modernisti e richiami all’artigianato locale.

Gli inviti, destinati ai rappresentanti dei vari CNO, vennero realizzati in carta giapponese incorniciata da seta preziosa e racchiusi in un pregiato tessuto blu. Alcune cartoline di benvenuto raffiguravano l’origami della gru e il carattere ga (gioioso, festivo) realizzato con la tecnica di intaglio kirigami.

Il linguaggio visivo e la griglia compositiva dei biglietti per le gare permettevano di individuare con rapidità le informazioni fondamentali. La carta giapponese incontrò la tecnica occidentale della filigrana. Il testo venne stampato col tipico inchiostro sumi giapponese.

I diplomi, realizzati in spessa carta giapponese e incorniciati con foglia d'oro, affiancavano la calligrafia tradizionale ai caratteri tipografici latini.

Questi elementi tipicamente giapponesi erano consapevolmente inseriti nel progetto di comunicazione per promuovere la cultura locale in un momento di visibilità globale.

Le numerose contraddizioni che hanno segnato Tokyo 1964 sia a livello di design che a livello di narrazione mediatica sono segno di un'identità "complessa, frammentata e contraddittoria" (Droubie, 2009, p. 93), dovuta agli stravolgimenti avvenuti nella storia giapponese a partire dalla seconda metà dell'Ottocento. La cultura tradizionale locale, lo spirito nazionalista, la grafica e la corporate identity euro-americana, l'aspirazione universalista che accomuna design modernista e Movimento Olimpico: questi elementi si incontrano e scontrano a Tokyo. Il risultato dal punto di vista del design è la nascita di un progetto di identità dalle mille sfaccettature e dai significati talvolta contrastanti.

La *corporate identity* si sarebbe imposta come format comunicativo sia delle Olimpiadi che di altri eventi e attività commerciali, incorporando elementi stilistici provenienti da De Stijl, Costruttivismo russo, Bauhaus e New Typography e proiettandoli in un contesto commerciale e apolitico. Un processo simile a quello avvenuto in Giappone tra le due guerre, con l'assorbimento decontestualizzato e risemantizzato delle forme comunicative euro-americane. L'uso dei pittogrammi sarebbe diventato indispensabile non solo per le Olimpiadi, ma anche in ambiti e situazioni radicalmente diverse, sia pubbliche che commerciali. Un traguardo importante per il design giapponese, considerando che solo pochi anni prima, nel 1959, il Paese non aveva aderito alla convenzione di Ginevra sulla segnaletica stradale (Traganou, 2008, p. 3).

In tale quadro di fitte e complesse relazioni internazionali, il design si configura come indice dei cambiamenti politici, economici e sociali: dei veri e propri reperti da analizzare, che incrociati agli apporti teorici dei critici e dei progettisti ci restituiscono un'immagine più fedele delle numerose influenze e contaminazioni reciproche avvenute tra Giappone e paesi stranieri.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ALASTAIR, A. (1984). Yusaku Kamekura. *Graphis*, 230, 8-21.
- ANDERSON, B. (2006). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso.
- BOS, B. & BOS, E. (a cura di). (2007-2008). *Graphic Design dal 1950 ad Oggi*. VK Project/AGI/Mondadori Electa.
- LE CENTRE D'ÉTUDES OLYMPIQUES [CEO] (2019). Les pictogrammes sportifs Olympiques d'été de Tokyo 1964 à Tokyo 2020. www.olympic.org/etudes.
- CHATZIEFSTATHIOU, D. (2005). *The Changing Nature of the Ideology of Olympism in the Modern Olympic Era*. Loughborough University's Institutional Repository.
- COLLINS, S. (2008). The Fragility of Asian National Identity in the Olympic Games. In Dayan, D., & Price, M. E. (eds.). *Owning the Olympics: Narratives of the New China*. University of Michigan Press.
- DROUBIE, P. (2009). *Playing the Nation: 1964 Tokyo Summer Olympics and Japanese Identity*. University of Illinois at Urbana-Campaign.
- FALLAN, K. & LEES-MAFFEI, G. (2016). Real Imagined Communities: National Narratives and the Globalization of Design History. *Design Issues*, 32(1), 5-18.
- GUTTMANN, A. (2002). *The Olympics: A History of the Modern Games*. The University of Illinois Press.
- HELLER, S. (2008). *Iron Fists. Branding the 20th-century Totalitarian State*. Phaidon.
- HOLLIS, R. (1994). *Graphic Design. A Concise History*. Thames and Hudson.
- KAMEKURA, Y. (1960). Orinpikku no Shinboru. *Bulletin of the Olympic Games Organising Committee*, 2, 18.
- KATSUMI, M. (1964). Design Policy of the Tokyo Olympics. *Graphic Design*, 17, 13-49, 82-83.
- KATSUMI, M. (1965) Design Policy of the Tokyo Olympics 2. *Graphic Design*, 18, 11-38, 82.
- KIKUCHI, Y. (2011). Design Histories and Design Studies in East Asia: Part 1. *Journal of Design History*, 3(24).
- MEGGS, P. B. & PURVIS, A.W. (2012). *Meggs' History of Graphic Design - Fifth Edition*. John Wiley & Sons.
- MORIOKA, Y. (2012). *Books on Japan 1931-1972*. BNN inc.
- THE NATIONAL MUSEUM OF MODERN ART, TOKYO (2013). *Design Project for the Tokyo 1964 Olympic Games*. The National Museum of Modern Art, Tokyo.
- THE WORLD DESIGN CONFERENCE ORGANISATION (1960). *World Design Conference 1960 in Tokyo*. Bijutsu Shuppansha.
- TOKYO 1940 OCOG (1938). Report Of The Organizing Committee On Its Work For The XIth. Olympic Games Of 1940 In Tokyo Until The Relinquishment.
- TOKYO 1964 OCOG (1964). *The Games Of The XVIII Olympiad Tokyo 1964 - The Official Report of the Organizing Committee*.
- TOMLINSON, A. & YOUNG, C. (2006). *National Identity and Global Sports Events*. State University of New York Press.
- TRAGANOÛ, J. (2008). Design and National Identity in the Olympic Games of Tokyo 1964, Beijing 2008 and Athens 2004. <https://hermes-ir.lib.hit-u.ac.jp/hermes/ir/re/16335/070inv00801.pdf>.
- TRAGANOÛ, J. (2016). *Designing the Olympics: Representation, Participation, Contestation*. Routledge.
- WEISENFELD, G. (2009). Publicity and Propaganda in 1930s Japan: Modernism and Method. *Design Issues*, XXV(4), 13-28.

European Pioneers of São Paulo City Letterpress Printing

German, Italian, Portuguese and French Contributions to Brazilian Print Culture

JADE SAMARA PIAIA

University of São Paulo

Orcid ID 0000-0003-0191-5141

FABIO MARIANO CRUZ PEREIRA

University of São Paulo

Orcid ID 0000-0003-0757-072X

PRISCILA LENA FARIAS

University of São Paulo

Orcid ID 0000-0002-2540-770X

Printing in São Paulo started in 1827, and expanded, in the turn of the 20th century, with the massive arrival of European immigrants, setting the city as an important editorial and printing centre. Names and nationalities of those who produced graphic artifacts during the first 100 years of printing in São Paulo were identified, aiming at a better understanding of the foreign influences in the city's early printing industry. From which countries São Paulo printers imported their printing supplies? What kind of network existed between immigrant printers and their countries of origin? What aesthetic influences can be observed in the typefaces circulating in São Paulo during this period? The research methods applied for answering those questions involved data collection from primary sources and the development of a database. Most of the owners of the companies identified were of German, Italian, Portuguese, or French origin, or descended from immigrants from these countries.

KEYWORDS

International Exchange

Design History

Printing Culture

Transnational Influences

Industrialisation

1. Introduction

Due to restrictions imposed by the Portuguese Crown (Semeraro & Ayrosa 1979, p. 6-7), the first letterpress print shop was established in Brazil only in 1808, after the arrival of the Portuguese Royal Family to Rio de Janeiro. The same delay did not occur in Spanish-American colonies, such as Mexico and Peru, where letterpress printing was established as early as in the 16th century (Gordinho, 1991, p. 14). With the declaration of independence from Portugal in 1822, Brazil left its condition of a colony, setting up its own imperial administration. The first Brazilian constitution, established in 1824, provided for the free dissemination of ideas through the press, as long as someone was responsible for the contents published (Bandedchi, 1966, p. 64).

In São Paulo city, the first letterpress print shop was established in 1827, aiming at printing the newspaper *O Farol Paulistano*. This was an initiative of jurist José da Costa Carvalho, who, in the following decade, would become director of the São Paulo Law School - founded in the same year as his print shop (Amaral, 1977, p. 367). This was followed by a period of gradual opening

of new print shops, which accompanied the movement of expansion of the city (Cruz, 2000, p. 77).

Between the end of the 19th century and the beginning of the 20th century São Paulo witnessed not only the development of printing but also by a dramatic growth in immigrant population size. The most critical immigration period occurred between 1870 and 1930 (Gomes 2007, p. 162). According to American historian Michael Hall, the majority of those immigrants were Italians, who arrived in São Paulo especially between 1880 and 1902, stimulated by immigration policy agreements between Brazilian and Italian governments established after Italian unification (Hall, 2004, pp. 124-125).

In 1889, the republican regime in Brazil was proclaimed, decentralizing political decisions. São Paulo's so far slow industrialization process went through a first boom at the dawn of the Republic. According to Brazilian geographer Pasquale Petrone, immigrants played a decisive role in this, contributing with the growth of different sectors, such as weaving, furniture, clothing and beverage (Petrone, 1953, p. 27).

As demonstrated by Brazilian historian Marisa Deaecto, during this period the number of printing shops increased progressively in the city of São Paulo, as well as the number of bookstores and the import of foreign books, changing consumer and reading practices (Deaecto, 2011, p. 269-280). The first letterpress print shops installed in Rio de Janeiro and São Paulo in the 19th century served political purposes, while the printing industry developed towards the turn of the 20th century was characterized by an effort for meeting new communication needs and literary demands (Vitorino, 2000).

The presence of immigrant communities in Brazil led to the establishment of printing shops and publications in foreign languages, often dedicated to welcoming and representing such communities (Cintra, 2010, p. 31). Printing shops and publications dedicated to Italian immigrant communities in Brazil have been extensively studied by Italian historian Angelo Trento (2013) who highlighted the difficulties faced by the social actors dedicated to the production and circulation of newspapers supporting anarcho-syndicalist movements.

Data compiled in the *Tipografia Paulistana* digital platform confirms that there has been an increase in the number of printing workshops in São Paulo city throughout the nineteenth century, a phenomenon that started gradually and became dramatically pronounced in the last decades (Farias et al., 2018). Between 1827 and 1927 more than 370 companies dedicated to letterpress printing were active in the city, not all of them at the same time, and most of them created after 1880. Data already collected about those printing shops was the starting point for the research reported here, whose main objective

was to better understand the role of immigrants in the process of establishing and operating such companies. An effort was made to survey the names and nationalities of people involved in São Paulo city printing trade during the first 100 years of printing. This survey revealed the names of a few women, most of them so far ignored by historiography. A list of countries from which foundry type was imported was compiled. The relationships some of those immigrants had with their countries of origin, and the aesthetic influences of those relationships to their graphic work was examined in more detail.

2. Method

The main database in which the research reported here was based on started to be organized in 2011, by a research team dedicated to studies on graphic memory, the history of typography and print culture in São Paulo city, at Lab-Visual (the University of São Paulo Visual Design Research Lab), coordinated by Priscila Farias (Aragão, Farias, & Lima, 2012; Farias, Hanns, Aragão, & Dixon, 2018). Data previously collected was revised and expanded.

The database includes information gathered from the *Hemeroteca Digital Brasileira* (Brazilian Periodicals Archive Digital Collection), hosted by *Fundação Biblioteca Nacional* (National Library Foundation) in Rio de Janeiro, and from different São Paulo collections: *Arquivo Histórico Municipal* (Municipal Historical Archive), *Arquivo Público do Estado de São Paulo* (São Paulo State Public Archive), *Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo* (Historical and Geographical Institute of São Paulo), *Arquivo Histórico da Escola Polytechnica de São Paulo* (Historical Archive of the Polytechnic School of São Paulo), *Instituto Martius Staden* (Martius Staden Institut), *Museu Paulista* (Paulista Museum), *Museu da Imigração* (Immigration Museum), *Museu da Cidade de São Paulo* (São Paulo City Museum), *Sindigraf - Sindicato das Indústrias Gráficas no Estado de São Paulo* - (São Paulo State Graphic Industries Union), *Biblioteca Digital Unesp - Universidade do Estado de São Paulo* - (São Paulo State University Digital Library), *Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin* (Guita and José Mindlin Brasileira Library), and *Cartório Santa Cecília* (Santa Cecília Notary's Office).

It also includes data coming from articles and books that compiled information on the first newspapers and periodicals published in São Paulo, such as those written by Brazilian memorialists Lafayette de Toledo (1898) and Afonso de Freitas (1915), and from commercial almanacs and newspapers. Commercial almanacs from which information was gathered includes those published by the Laemmert brothers in Rio de Janeiro and by Jorge Seckler in São Paulo. The main newspaper where relevant data was found is *Correio Paulistano*. Other printed artifacts, such as printers' stationary (invoices,

duplicates, forms) and binder's labels (Pereira & Farias, 2019) were used as primary sources of data on printing trade. A manuscript book from São Paulo State Graphic Industries Union, Sindigraf (n.d), was examined in search for the names of owners and employees of print shops, their nationalities and addresses.

Data on foundry type imports, found in statistical reports published by the *Secretaria da Agricultura, Commercio e Obras Públicas do Estado de São Paulo* (Secretariat of Agriculture, Commerce and Public Works of the State of São Paulo)¹ during the early 20th century was compiled. The origin and quantity (in kilograms) of the so-called *Tipos para Impressão - de chumbo* (Types for printing - of lead) imported to Brazil between 1903 and 1930, was organized in a table for comparison.

Data treatment procedures included organizing a spreadsheet focused on information regarding the printing shops' names, years of establishment and closure, owners and staff. Data obtained from different sources was combined and compared. It was a real challenge to find the full names of owners and staff members. Some of those names were found only in genealogy websites. This service is normally paid, but for the research reported here only results available for free were used.

The country of origin or descent of each person was searched for in two main databases: the *Arquivo Nacional* (Brazilian National Archive) and the São Paulo State Public Archive.

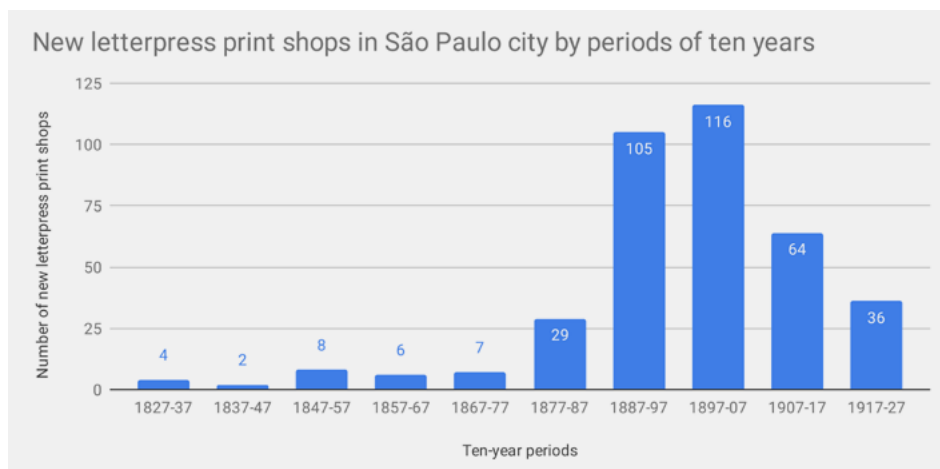
The Brazilian National Archive *Entrada de Estrangeiros no Brasil* database (Arquivo Nacional, 2020) includes registers for 1.3 million passengers who disembarked at the Rio de Janeiro port (the largest in the country at that time) between 1875 and 1900, covering the period of the first massive immigration to Brazil. This database provides personal data such as name, birth (year, month), religion, nationality, education, and profession; and travel data such as shipment port, ship, origin, destination, and arrival date.

The São Paulo State Public Archive *Livros de Registros da Hospedaria de Imigrantes* database (Immigrants' Hostel Logbooks, Arquivo Público do Estado de São Paulo, 2020) offers information on more than 2 million people who disembarked at Santos port (São Paulo state main port), and on those who entered the Hospedaria de Imigrantes do Brás, a hostel for foreigners established in São Paulo city, active between 1887 and 1978. The *Hospedaria de Imigrantes do Brás* logbook transcriptions provided information for the period between years 1887 and 1958, and records from the old *Hospedaria do Bom Retiro* (predecessor of *Hospedaria do Brás*), for years 1882 to 1886. These records were literally transcribed as they appear in the books, and therefore problems with spelling of names and surnames are common. The records

were made in the name of the “head of family” (the older member of the group, usually a male). Only those immigrants who didn’t have a place to stay or a family member waiting for them would go to the hostels. The records, therefore, do not include new members of families already established in the city, nor children’s names.

Junta Comercial de São Paulo online database (Commercial Register of São Paulo, Jucesp, 2020) was also examined. This is a body responsible for the registration of documents filed by entrepreneurs and companies operating in São Paulo since 1890. Searches in the Jucesp database are available by company name. Not all companies, however, were registered, and, among the registered companies, few documents are available online. When the search is successful, scanned copies of archived documents are provided, such as images of contracts, including the full names of the companies owners and successors, as well as their nationalities.

Fig. 1 — Number of new letterpress print shops established in São Paulo between 1827 and 1927, counted by periods of 10 years. Source: Tipografia Paulistana (2020) online platform database.



3. Results

The survey on the first 100 years of printing in São Paulo so far revealed that 377 letterpress printing shops were created in the city between 1827 and 1927.² When letterpress printing first started in São Paulo, towards the end of the 1820’s, the city had around 14.000 inhabitants, including a few foreigners, almost all of them coming from Portugal (Bourroul, 1908). The number of letterpress printing shops increased considerably in the last decades of the 19th century (Fig. 1), coinciding with the years around the proclamation of the Brazilian republic (1889) and a period of strong increase in immigration. While 56 new letterpress printing shops were established in the first 60 years of printing in the city, more than two hundred appeared in the next twenty years (Tipografia Paulistana, 2020). The population of the city also went

through a dramatic growth, getting to 240.000 in 1900 (Prefeitura, 2020). The decrease in the number of new letterpress print shops from 1907 on was accompanied by an increased relevance of a few companies, which started to announce being able to manufacture printed artifacts in industrial scale, counting with steam-powered, and later electricity-powered machinery. Between 1827 and 1927, a large volume of printing resources, such as foundry type, paper, inks and presses also entered São Paulo State through Santos port. Reports published annually by the Secretariat of Agriculture, Commerce and Public Works of São Paulo State (Secretaria da Agricultura, Comercio e Obras Publicas do Estado de São Paulo 1904-1909, 1911-1913, 1915-1924, and 1926-1932) show that, in the first three decades of the 20th century, São Paulo maintained commercial relations with Argentina, Austria, Austro-Hungarian Empire, France, Germany, Great Britain, Holland, Italy, Japan, Portugal, Spain, United States, among other countries. Data gathered from those reports show that, between 1903 and 1930, the largest suppliers of foundry type were Germany (responsible for more than 70% of the imports), Italy, Spain, and France (Tab. 1).

Tab. 1 — Exports of foundry type to Brazil between 1903 and 1930. Source: Secretariat of Agriculture, Commerce and Public Works of São Paulo State statistical reports.

COUNTRY	FOUNDRY TYPE (AMOUNT IN KILOS)
GERMANY	861.443
ITALY	103.877
OTHER COUNTRIES ³	102.131
SPAIN	19.570
FRANCE	18.883
JAPAN	9.765
PORTUGAL	8.406
UNITED STATES	4.110
GREAT BRITAIN	3.978
HOLLAND	1.466
AUSTRIA	289
ARGENTINA	132
AUSTRO-HUNGARIAN EMPIRE	16

The names of 632 persons, working in 318 of those 377 letterpress printing shops, were found and listed. Some of these persons had different roles in different companies or in the same company at different times. The roles played by these persons were accounted for: 379 of them acted as owners; 86 acted as employees responsible for print-related activities (such as typographers, compositors, and printers); and 75 of them were identified as writers, journalists or editors. It was not possible to ascertain the exact role played by 171 of the persons identified. For 60 companies, no names of people involved have been so far identified.

Fig. 2 — Number of immigrants working in São Paulo city letterpress printing shops between 1827 and 1927, by country of origin. Source: Data gathered from Brazilian National Archive, São Paulo State Public Archive and Jucesp databases.

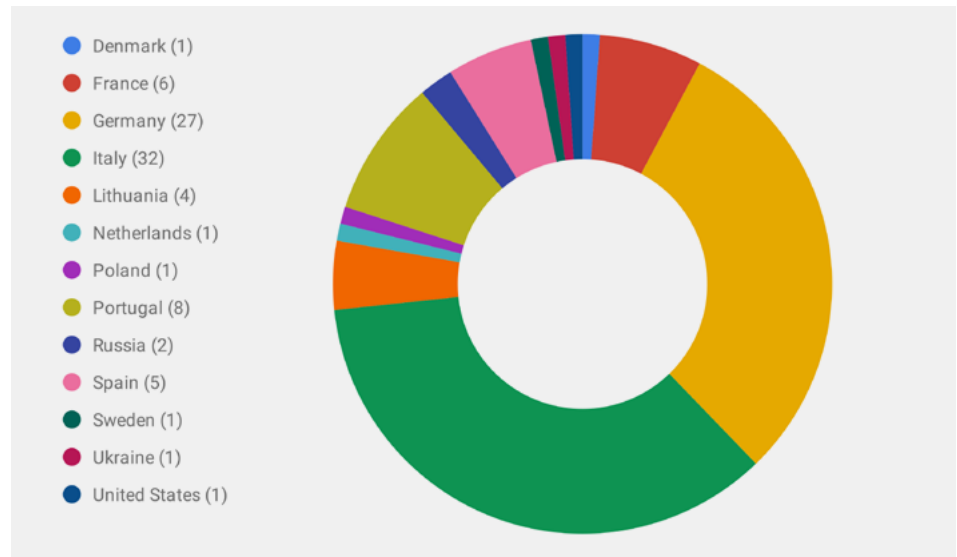
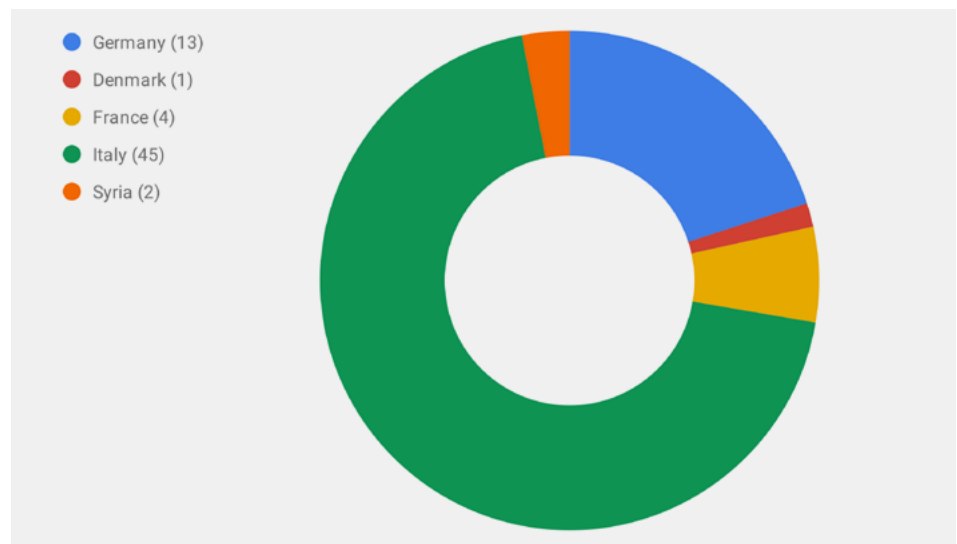


Fig. 3 — Possible countries of origin of immigrants who worked in São Paulo city letterpress printing shops between 1827 and 1927. Source: Data gathered from Brazilian National Archive, São Paulo State Public Archive and Jucesp databases.



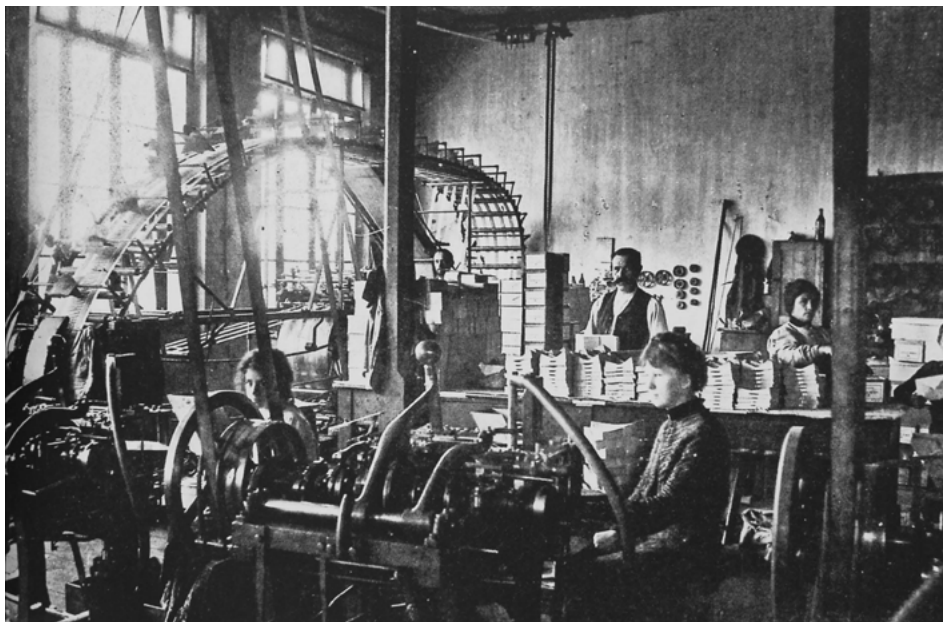
It was not possible to establish the origin or descent of 411 of the 632 persons identified. It was, however, possible to ascertain that 66 of them were Brazilian (16 of them of German, Dutch, Italian or Portuguese descent) and that 155 were immigrants themselves.

The country of origin of 90 of these 155 immigrants, was identified (Fig. 2). Italy, with 35% (32 persons) and Germany with 30% (27 persons) are the most relevant countries, accounting for almost 65% of the immigrants. They are followed by Portugal with eight and France with six immigrants. Other countries include Spain, Lithuania and Russia (respectively counting for five, four

and two immigrants); and Denmark, Sweden, Ukraine, Poland, Netherlands and the United States (countries of origin of 1 person each).

The country of origin of the remaining 65 immigrants was estimated based on their family names (Fig. 3). The estimate based on family names once more resulted in a predominance of immigrants coming from Italy (45 of them), and Germany (13 of them), totalling 89%. Other potential countries of origin are France (for four persons), Syria (for two persons), and Denmark (for one person).

Fig. 4 — Women working in the finishing department of Weiszflog Irmãos & Cia. (reproduced from Cavalcanti & Chagas 2006, p.79).



3.1. Immigrant women in São Paulo printing trade

As expected, the vast majority of São Paulo city print shop owners and staff, immigrant or not, so far identified, are men.

Women names were found in social contracts and in print shops names, but little or no information has been found about them. The presence of women among print shop staff is frequently evidenced in photographic records, but information about them is even harder to find. In the photographic record shown in Figure 4, for instance, women are pictured working in the finishing sector of Weiszflog Irmãos & Cia. printing shop, sometime between 1905 and 1922.

One of the few women involved in early São Paulo print trade is Philippina Lichtenberger, a German immigrant who took over her late husband's, Francisco Lichtenberger, lithographic print shop in 1888, and eventually added to it a letterpress print shop. The announcement of a company called Litographia à vapor de PHa. Lichtenberger (PHa. Lichtenberger's steam-powered litho-

graphic printing shop), published in 1890, describes the company, founded in 1878, as a specialist in printing labels, maps, blueprints, posters, bank letters, invoices, and business cards (Tipografia Paulistana, 2020). The services provided by Philippina Lichtenberger's company, as described in a commercial register filed in 1921 (Jucesp, 2020), included letterpress, lithographic and offset printing.

Information on three other immigrant women involved with letterpress printing in São Paulo in the early 20th century was found. Emilia Jensen Wilhelmsen, possibly a Danish immigrant, and her husband, the Danish Niels Holger Wilhelmsen, were the owners of a print shop known as Typographia de Jensen F. Wilhelmsen (Jensen F. Wilhelmsen's letterpress printing shop) (Livro de registro, 1899-1907, p. 45). Albina Silvi, possibly an Italian immigrant, was the owner of 'Typographia de Dona Albina Silvi' (Ms. Albina Silvi letterpress printing shop) in 1905 (Correio Paulistano, 1905), a company known for printing newspapers for the Italian immigrant community, such as *Il Prugnolo*, edited by Vincenzo di Martino, and *Esperia Sport*, edited by Gennaro Rondano (Livro de registro, 1899-1907, p. 73, 76). Amelia Pozzi Sarcinelli, widow of printer Primo Sarcinelli, both of them Italian immigrants, took over the lithographic and letterpress printing shop company owned by her husband, established in 1913, in 1925 (Jucesp, 2020). The company run by Sarcinelli was active until 2004.

3.2. José da Costa Carvalho, and the O Farol Paulistano print shop

The very first letterpress printing shop established in São Paulo is best known by the name of the newspaper it was set up to publish, *O Farol Paulistano* (The São Paulo Lighthouse). The print shop, however, identified itself, in the pages of the newspaper, as Tipografia Paulistana (São Paulo city letterpress printing shop, in the first issue, published in 1827), as Imprensa de Roa e C. (Roa and Company's press, from the 2nd to 74th issue, published in 1827), and as Typographia de Roa e C.a (Roa and Company's letterpress printing shop, from the 75th issue, published in 1827, to 125th, published in 1828).

The owner and founder of this print shop was José da Costa Carvalho, a Brazilian born in Salvador (northeastern Brazil) in 1796, with Portuguese descent (his parents Ignez Maria da Piedade Costa and José da Costa Carvalho were born in São João da Foz, Portugal, Genealogie, 2020), who studied law in Coimbra (Portugal). Costa Carvalho, later entitled the Marquis of Monte Alegre, became an influential politician, judge, and magistrate.

The company was established in downtown São Paulo, close to the Law School that opened that same year, and where Costa Carvalho would teach. Immigrants involved in the company included the Spanish printer José Maria

Roa, and the Italian activist Giovanni Battista Líbero Badaró, known for his liberal thoughts, founder of the second newspaper published by the Farol Paulistano letterpress printing shop: *O Observador Constitucional* (The Constitutional Observer).

The first letterpress print shops served Brazilian politician's interests and it was common for them to be involved with the printing trade, acting as publishers, journalists or print shop owners. *O Farol Paulistano* (figure 5) was four pages long, and addressed local and provincial issues. The serif typefaces and small ornaments used in its layout, and in the pages of other newspapers published by the company, have been catalogued in the Tipografia Paulistana (2020) platform.

Fig. 5 — Detail of *O Farol Paulistano* front page, 1827. Brazilian Periodicals Archive Digital Collection, National Library Foundation.



Besides *O Farol Paulistano* and *O Observador Constitucional*, the print shop was also responsible for other eight newspapers: *O Amigo das Letras* (1830), *Correio Paulistano* (1831-1832), *O Novo Farol Paulistano* (1831-1835), *O Paulista* (1832), *O Federalista* (1832), *Revista da Sociedade Philomathica* (1833), *O Justiceiro* (1834), and *O Paulista Official* (1834-1835). In March 1835, the print shop was sold to the provincial government, and became known as Typographia do Governo (the government's letterpress print shop) (Tipografia Paulistana, 2020).

3.3. Jorge Seckler, and the Typographia ao Livro Verde / Typographia a Vapor de Jorge Seckler & C.^a

Little is known about the personal life of Jorge Seckler (Georg Johann Seckler), a German immigrant who started a career in printing working as an apprentice at Typographia Allemã (the German printing shop), in São Paulo, in 1855. He was born in Hamburg (Germany) in 1940, emigrated to Brazil, married to Joaquina Seckler, had five children and passed away in 1909. An ad published in the newspaper *Correio Paulistano* 1862 informs that Seckler and an associate would have bought Hermann Knosel's (another German immigrant) bookbinding shop, and would be continuing to offer the same service in the same address. He later opened his own printing shop, published the longest series of commercial almanacs for São Paulo province and state, and

became the President of Sociedade Artística Beneficente (Beneficent Artistic Society) (Tipografia Paulistana, 2020).


In the almanac *Memorial Paulistano Para o Ano de 1866* (Azevedo Marques, 1865) Seckler is mentioned as the owner of a letterpress printing shop by his name, established at São Bento street, downtown São Paulo. Between 1872 and 1878 Seckler presents himself, in his own publications and in announcements made in almanacs published by other printers, as the owner of Typographia Livro Verde (Green Book letterpress printing shop), an establishment that, besides bookbinding and letterpress printing services, also offered account books, office supplies, and ruled paper. This company was located at 14/15 Direita street - the same address of Henrique Schroeder's Typographia Allemã, which by then was transferred to a nearby address (Tipografia Paulistana, 2020). It is therefore most possible that Seckler took over, in order to start his own business, the printing offices of the company where he worked earlier as an apprentice (Farias & Onoda, 2015).

In 1882, Seckler announced in the pages of his almanac that he now owned five mechanical presses and an office separated from the printing shop. From the following year on, he announced his company as Typographia a Vapor de Jorge Seckler & C.^a (Jorge Seckler & Company steam-powered letterpress printing shop). In 1887 he claimed to be the owner of the "first and best-furnished establishment for letterpress, bookbinding, paper ruling and manufacturing of account books in the province [...] a house founded in 1862", and, in 1889, he informed that the company would have been awarded "in various national and foreign exhibitions". In the pages of *São Paulo State Almanach for year 1891*, the Companhia Industrial de S. Paulo (São Paulo Industrial Company) printing shop, which would publish the ninth and tenth volumes of the almanac series started by Seckler, is described as "successor to Jorge Seckler & C. and Baruel & C.", having as their address the "old Seckler house", located at 14 Direita street (Tipografia Paulistana, 2020).

Other people involved with Seckler's companies were the German typesetter Adolpho Seckler (Adolph von Seckler) and the journalists J. J. Carneiro, Luiz Gama and Francisco Gaspar.

Jorge Seckler print shop stands out in the eighteenth century São Paulo context by the publication of the longest series of commercial almanacs, issued between 1882 and 1895, preceded by an *Indicator* (also a listing of city businesses and relevant information, like a commercial almanac) for year 1878 (Farias & Onoda, 2015). Other relevant publications issued by his press were the periodicals *O Polichinello* (1876, n.1 to n.16), *Revista da Fraternidade Litteraria* (1878) and *Revista do Instituto Polytechnico* (1876).

JORGE SECKLER & COMP.



Proprietarios



DO

PRIMEIRO E MELHOR MONTADO
ESTABELECIMENTO DE
TYPOGRAPHIA
ENCADERNAÇÃO, PAUTAÇÃO
E
FABRICA DE LIVROS EM BRANCO
NA
Provincia.

☞ **CASA FUNDADA EM 1862.** ☞

GRANDE E COMPLETO SORTIMENTO
DE
ARTIGOS DE ESCRITORIO, FANTASIA,
DESENHO E ENGENHARIA

—
IMPORTAÇÃO DIRECTA
DE TODOS OS
ARTIGOS DO CONSUMO DESTE ESTABELECIMENTO

Fig. 6 — Previous page: advertisement of Jorge Seckler & Comp. *Almanach Administrativo, Commercial e Industrial da Província de São Paulo*, 1886 [second cover]. Brazilian Periodicals Archive Digital Collection, National Library Foundation.

A small sample of Seckler's graphic taste can be seen in the advertisement reproduced in figure 6, where a variety of typefaces were employed, along with ornaments and a fancy frame. The typefaces reveal an eclectic repertoire, made up of serif, sans-serif, fantasy and tuscan typefaces. Evidence of the high quality of the works produced by the print shop are given by the inclusion of a medal announcing an award given at the *Philadelphia International Exhibition* of 1876. Another medal, featuring a figure that points forward, standing over an industrial city holding a shield with an eagle and a coat of arms. In this advertisement they claim to be the first and best assembled letterpress printing shop, bookbinding, paper ruling, and account books manufacturer established in the province, and that they have a large assortment of office, fantasy and engineering articles, as well as working with direct import.

The typographic repertoire of Jorge Seckler has been one of the main focus of the research team responsible for the Tipografia Paulistana (2020) platform. Analysis of aspects of this repertoire can be found in Farias & Onoda 2015, Farias & Cunha Lima 2016, Farias, Hanns, Aragão, & Dixon 2018, among others. British, North American, German and Brazilian foundries from Rio de Janeiro are among the possible suppliers of the typefaces used in Seckler's letterpress print shop.

3.4. Anatole Louis Garraux, and Casa Garraux

Anatole Louis Garraux was born in 1833, in Paris, and at the age of 17 emigrated to Rio de Janeiro, where he worked with bookseller Baptiste Louis Garnier, also a French émigré, for about 9 years. He moved to São Paulo in 1859, where a potential reading public was being formed due, among other things, to the establishment of the Law School, inaugurated in 1827 (Deaecto 2011, p. 280-291). Garraux initially settled in a small counter next to the popular Livraria do Pândega⁴ and, from 1862, began to publish several advertisements in local newspapers, identifying his own commercial establishment as Livraria e Papelaria - A. L. Garraux & Cia. - Livreiros da Academia Jurídica de S. Paulo (Bookstore and Stationery - A. L. Garraux & Co - Booksellers for the Legal Academy of São Paulo) (*Correio Paulistano*, 1862, Jan 1). The company was formed by Garraux and his friends Guelfe de Lailhacar (probably a French citizen) and Raphael Suarez, a French citizen residing in Paris, as the trio announced in the pages of *Correio Paulistano* (1863). Suarez was possibly the one responsible for supplying French books to the bookshop (Rezende, 1961, p. 59).

The company became well-known by the offer of French books and other European goods, and by printing books in Portuguese. Garraux invested in the publishing industry at the very moment when the sector was in full expansion

in France⁵. For several years he maintained a representative office in Paris, parallel to his bookstore in São Paulo (Deaecto, 2011, p. 287).

Throughout its operation, the bookshop passed through several owners, but always maintained the trade name A. L. Garraux', later Casa Garraux. The Brazilian journalist and writer Raimundo de Menezes compiled the names of the successor companies that took over the bookshop during the 19th century: Henry J. Michel (1876), Fischer, Fernandes & Co. (1883), Thiollier Fernandes & Co. (1888), Charles Hildebrand & Co. (1896) (Menezes, 1971, p. 198).

The association with Henry Michel⁶, as announced in the *Correio Paulistano* on May 9, 1876, was preceded by the return of Anatole Louis Garraux to Paris, as announced in January of the same year. Three years later the company started to announce that, in addition to the book and stationery shop, there also was a letterpress printing shop in the same address.

At the turn of the century, Casa Garraux was a property of C. Hildebrand & Co., a company owned by Charles Hildebrand, a Frenchman from Strasbourg.

Fig. 7 — Letterhead (detail) from Casa Garraux featuring the names of Garraux successors, C. Hildebrand & C., 1900. Historical Archive of the Polytechnic School of São Paulo collection.



According to documents found in the Historical Archive of the Polytechnic School of São Paulo collection, Casa Garraux then offered exotic items for sale, such as wines, billiard items, military supplies and even cigars produced in Bahia - northeastern Brazil. In regards to printed artifacts and graphic supplies, Casa Garraux offered books, stationery, rubber stamps, subscriptions to foreign newspapers, office supplies, and also advertised working with a steam-powered press for letterpress printing (Fig. 7). This figure shows the detail of a composition that employs a variety of fantasy and manuscript typefaces set within an intricate ornamented frame in a blue color print. In 1906, Casa Garraux started to offer “embossed monograms”, a service that remained prominent in their advertisements for a couple of years. A telephone

number started to be included in the company advertisements and letterheads in the early 1910s, as well as binding, ruling and gilding services. In 1913 the company separated the letterpress printing shop from the office, which remained in the old address. In 1918 the name changed to Casa Garraux, Hildebrand & Bressane following the inclusion of Brazilian partner Fausto Bressane. Around 1926, the company was taken over by Bressane.

3.5. Heinrich and Theodor Hennies, and the Typographia Hennies Irmãos

Heinrich Hennies (Henrique Hennies) and Theodor Hennies (Teodoro Hennies) were born in Bremen, Germany, in the 1860's. In 1888 they travelled to Argentina (Cemla, 2019), and then to Brazil, where they established a letterpress print shop in 1891, in São Paulo. The brothers had different partners in the first years, and, for this reason, before being called Hennies Irmãos (Hennies brothers), the name by which it has been best known, the Hennies brothers enterprise was called Hennies, Schulz e Cia., and Hennies & Winger. With the passing of the brothers, Heinrich's son, Theodor's wife, and other relatives took over the business, changing its name to Hennies & Cia. Ltda., a nomenclature that remained in use until the company closed in 1992 (Jucesp, 2020; Piaia, 2018; Tipografia Paulistana, 2020).

In 1906 Typographia Hennies Irmãos moved to a building of their own close to São Paulo Law School, and remained there until 1955. A branch of the company, dedicated to stationery and letterpress printing supplies, opened in the same building in 1934. The printing shop moved again, to an industrial neighbourhood, but the stationery and printing supplies shop remained in the same building, and was active until 1995 (Tipografia Paulistana, 2020).

More than 450 graphic artefacts produced by Hennies brothers and their successors can be found in public libraries and archive collections in São Paulo and Rio de Janeiro. Most of those artefacts are books and periodicals, including publications aimed at different immigrant communities (French, German, Italian, Latvian, Portuguese, and Syrian-Lebanese) (Tipografia Paulistana, 2020). It is worth mentioning the continuous work done by the Hennies for the German immigrant community, they were responsible for at least 80 graphic artifacts produced for schools, charitable and recreational societies, hospitals, and churches.

Their typographic repertoire includes typefaces produced by German foundries (such as H. Berthold AG. / Bauer & Co., S. Emil Gursch, J. G. Schelter & Giesecke, Bauersche Giesserei / Genzsch & Heyse, D. Stempel A.G., and Schriftguss A.G. vorm. Brüder Butter), by the Italian type foundry Società Nebiolo, and by Funtimod - a type foundry established in São Paulo by Ger-

man immigrants (Aragão 2016). Part of this repertoire can be examined in Tipografia Paulistana (2020) digital platform.

The Hennies brothers letterhead shown in Figure 8 was composed with only two typefaces, in different sizes and weights, combined with a vignette. All elements were set within an ornamented frame, and printed in three colours. In this artifact, the company announces that, besides offering letterpress and stereographic printing, binding and paper ruling services, it also sold stationary (pencils, rubber) and graphic equipment and supplies (paper, ink and other articles for letterpress and lithographic printers), many of those imported (possibly from Germany). They also announce being able to manufacture fantasy cards.

Fig. 8 — Hennies Irmãos & Cia. (Hennies brothers) letterpress print shop letterhead (detail), 1928. Historical Archive of the Polytechnic School of São Paulo collection.



3.6. Alcebiades Bertolotti, and the Libreria Italiana

The Italian Alcebiades Bertolotti was an important pioneer of Italian book trade in São Paulo. The date and reasons for his emigration to Brazil are still unknown. In the periodicals digitized by the National Library, the earliest record of his name is 1891, in a listing of *Il Messaggero*⁷ newspaper editorial staff. In 1892, he acted briefly as the director of this newspaper, a place soon taken over by the Italian Mario Cattaruzza (Trento, 2013, p. 171). In the same year, Bertolotti was appointed as assistant engineer of the São Paulo state public organ dedicated to supervise matters related to land, colonization and immigration (Correio Paulistano, 1892). His bookshop, Libreria Italiana, was the first Italian bookstore in São Paulo, and started its activities during the last decade of the 19th century. The shop was installed in Boa Vista Street, and had another Italian as a partner - Aldovrandi (first name unknown), who would have returned to Italy a few years after (Menezes, 1971, p. 203). Besides acting as journalist, engineer, and bookseller, Bertolotti was also an important political activist at a time of great expansion of the Italian com-

munity in São Paulo (Schmidt, 1962, p. 10). He carried out intense militancy of socialist orientation and in defence of the Italian workers' condition in São Paulo. In 1899 he was made redundant from public office at *Inspetoria de Terras, Colonização e Imigração do Estado de São Paulo* due to his involvement in 1st May celebrations, in favor of workers' rights (Correio Paulistano, 1899). In 1900, participating in the *Lega Democratica Italiana*, Bertolotti became involved in the creation of *Avanti!* an important newspaper of the Italian community in São Paulo, which corresponded to that by the same name published by the Italian socialist party in Italy (Gimenes, 2018, p. 22).

Fig. 9 — Fratelli Bertolotti (Bertolotti Brothers) letterhead (detail), 1905. Historical Archive of the Polytechnic School of São Paulo collection.



Libreria Italiana bookshop became also a letterpress print shop only in 1903, according to the application for a print shop licence found in the Municipal Historical Archive of São Paulo, and signed by Fratelli Bertolotti (Bertolotti brothers). In the document, the address of the print shop is different from that of the bookshop, but only one block away. From this moment on, all printed documentation relating to the bookshop (advertisements and letterheads) began to mention that their letterpress print shop operated with steam-powered machinery, substituted, in 1907, by electricity-based presses. Figure 9 shows an invoice issued for the Polytechnic School of São Paulo in 1905, fully written in Italian language, except for the last word - Deve (owns), in Portuguese. It is printed in two colors: red for text, set in a variety of typographic styles, ornaments and vignettes; and light blue for a frame ornamented with floral motifs. The invoice announces that the company offers “a complete assortment” of novels, modern, historical and religious books, dictionaries, instruction and scholar books, and also printing of custom visit cards, envelopes, letterheads, invoices, receipts and brochures. During the 20th century, Alcebiades Bertolotti became involved in various meetings of groups concerned with working class rights, and especially with

the émigré Italian working class community of São Paulo. His bookshop and print shop Libreria Italiana was sold in 1917 to another Italian immigrant, Antonio Tisi (Menezes, 1971, p. 204).

4. Final considerations

The history of letterpress printing in São Paulo city begins with a great concern for local political issues, as can be exemplified by the main contents of the newspapers printed by O Farol Paulistano print shop. Political issues were over time combined with diversified and expanded concerns, as can be seen in the commercial almanachs produced by Seckler and other printers, where commercial, industrial, and other societal matters prevail. The waves of immigrants arriving to Brazil, in particular in the late 19th century, brought along technical knowledge and a variety of approaches, contributing greatly to local printing culture. This was a very rich moment in terms of cultural expansion, and it was not different for printing as a social field and as a creative practice. The multiple languages and different aesthetic tastes brought by immigrants were combined and applied in printed artifacts. Although working, in a first moment, mostly for their own immigrant communities, they would eventually provide services for a multicultural audience.

The immigrants who pioneered letterpress printing in São Paulo came from different countries such as Italy, Germany, Portugal, France, Spain, Lithuania, Russia, Denmark, Sweden, Ukraine, Poland, Netherlands and the United States, but Italians and Germans prevailed followed by Portuguese and Spanish. They played an important role not only in regards the advancement of printing techniques and the configuration of graphic artifacts, but also seem to have influenced decisions on the import of graphic supplies, contributing to the predominance of German and Italian machinery and typefaces in a time of consolidation of the city print industry and trade. Data compiled from statistical reports issued in the first three decades of the 20th century shows an expressive amount of foundry type imported from Germany, mainly, but also from Italy, more than from other countries (such as Argentina, Austria, Austro-Hungarian Empire, France, Great Britain, Netherlands, Japan, Portugal, Spain, and the United States).

The influences exerted by immigrants on São Paulo city aesthetic taste and material culture arise mostly from commercial networks they maintained with their countries of origin. It manifested through the import and circulation of books and stationery products, in the case of Garraux and Bertolotti, and of printing supplies and machinery, in the case of Seckler and the Hennies brothers. We were not able to trace, however, any kind of relation between José da Costa Carvalho, and Portuguese type founders or manufac-

turers of printing supplies. European manufacturers known to have supplied foundry type to São Paulo printers include the German foundries H. Berthold AG. / Bauer & Co., S. Emil Gursch, J. G. Schelter & Giesecke, Bauersche Giesserei / Genzsch & Heyse, D. Stempel A.G., and Schriftguss A.G. vorm. Brüder Butter, and the Italian type foundry Società Nebiolo.

In regards to aesthetic influences, we can sense some alignment with French typographic taste and nineteenth century newspaper design in *O Farol Paulistano* and other publications by the same printers. In the mid to late nineteenth century, the influence of European eclecticism and “artistic printing” trends can be noted in Jorge Seckler’s almanacs, and also in Casa Garraux and Libreria Italiana prints. In the early twentieth century, influences of Art Nouveau and modern styles can be found in works published by the Hennies. The typefaces used by printers range from the restrained repertoire of high contrast and filiform serif letters accompanied by discreet ornaments, employed by *O Farol Paulistano*, to the profusion of tuscan, ornamented and grotesque typefaces present in Jorge Seckler’s commercial almanacs. The Bertolotti brothers and Casa Garraux also employed an eclectic repertoire of types and printer ornaments, including intricate compositions using floriated frames and vignettes, combined with fantasy, script, serif and sans-serif typefaces. The Hennies employed a less eclectic repertoire, favouring grotesque and Jugendstil typefaces, combined with symmetrical compositions and moderate ornamentation. The result of these mixed influences for São Paulo city print culture (and to Brazilian print culture more widely) is the development of a typographic culture based on appropriations, hybridizations and reinterpretations of nineteenth and early twentieth century European trends, that eventually surrendered to German modern taste.

Letterpress printing shop owners were not always typesetters or printers themselves, but their contribution to São Paulo print culture is key. They certainly played an important role in deciding the visual language adopted in the artifacts issued by their companies, bringing aspects of the visual culture of their countries to São Paulo, along with typographic supplies and technologies. All this happened in an important moment for the development of São Paulo city, coinciding with a period of growing economic wealth and early efforts for industrialization, resulting in the transformation of a late runner in the establishment of the printing press in the major Brazilian printing industry center.

Further studies that might contribute to a better understanding of the role immigrants play in São Paulo city print culture should look at the life history of employees and young apprentices, including women, who worked in print shops and type foundries; and at printing equipment and machinery imports

to Brazil. Studies comparing the workflows of printing shops in São Paulo to that of other countries such as Germany, Italy, and Portugal could also reveal important coincidences and peculiarities.

Acknowledgements

The research reported here was supported by FAPESP (São Paulo Research Foundation) grants #2019/07566-6 and #2018/03383-1, and CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) grant #311964/2016-8.

REFERENCES

- AMARAL, A. B. DO. (1977). O Farol Paulistano e a liberdade de imprensa. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo*, (73), 59-71. <http://ihgsp.org.br/publicacoes/revistas/>.
- ARAGÃO, I. R. (2016). *Tipos móveis de metal da Puntimod: contribuições para a história tipográfica brasileira* (Doctoral dissertation, Universidade de São Paulo).
- ARAGÃO, I. R., FARIAS, P. L. & LIMA, E. L. C. (2012). Unraveling aspects of Brazilian design history through the study of 19th century almanacs and type specimens. *DRS 2012 Bangkok*. Chulalongkorn University Bangkok.
- Arquivo Nacional. (2020, August 10). *Entrada de Estrangeiros no Brasil - Porto do Rio de Janeiro*. http://bases.an.gov.br/rv/menu_externo/menu_externo.php.
- Public Archive of São Paulo State. (2020, August 10). *Livros de Registros da Hospedaria de Imigrantes*. http://www.arquivoestado.sp.gov.br/site/acervo/memoria_do_imigrante/pesquisa_livros_hospedaria.
- AZEVEDO MARQUES, J. R. (1865). *Memorial Paulistano Para o Ano de 1866*. Typographia Imparcial.
- BANDECCHI, B. (1966). Histórico da legislação de imprensa no Brasil. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo*, (62), 59-71. <http://ihgsp.org.br/publicacoes/revistas/>.
- BOURROUL, E. L. (1908). Typographia e a Lithographia no Brasil pelo Dr. Estevam Leão Bourroul. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo*, (13), 4-40. Typographia do Diário Oficial, 1911. <http://ihgsp.org.br/publicacoes/revistas/>.
- CAVALCANTI, P., & CHAGAS, C. (2006). *História da embalagem no Brasil*. Grifo Projetos Históricos e Editoriais.
- CEMLA (Centro de Estudios Migratorios Latinoamericanos). (2019, September 15). *Arribo de Inmigrantes*. <https://cemla.com/>.
- CINTRA, M. (2010). *A imprensa imigrante: trajetória da imprensa das comunidades imigrantes em São Paulo*. Memorial do Imigrante: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.
- Correio Paulistano. (1862, January 1). [Advertisement]. *Correio Paulistano*, 9(1699), 4.
- Correio Paulistano. (1863, October 1). [Advertisement]. *Correio Paulistano*, 10(2213), 3.
- Correio Paulistano. (1892, October 14). Nomeações. *Correio Paulistano*, 39(10.809), 1.
- Correio Paulistano. (1899, May 16). Sistema Eleitoral. *Correio Paulistano*, 46(12.822), 1.
- Correio Paulistano. (1905, October 18). Notas. *Correio Paulistano*, (15.155), 1.
- Correio Paulistano. (1919, March 17). Junta Comercial: Sessão de 15 de março de 1919. *Correio Paulistano*, (20.008), 4.
- CRUZ, H. DE F. (2000). *São Paulo em papel e tinta: periodismo e vida urbana - 1890-1915*. EDUC; FAPESP; IMESP.
- DEAECTO, M. M. (2007). Os primórdios da imprensa paulista: José da Costa Carvalho, fundador de O Farol Paulistano (1827-1831). *Revista de História Regional*, 12(2), 29-50.
- DEAECTO, M. M. (2011). *O império dos livros: instituições e práticas de leitura na São Paulo oitocentista*. Edusp.
- DET-SP (State Department of Labour). (1915). *A imigração e as condições do trabalho em São Paulo*. Secretaria da Agricultura, Commercio e Obras Publicas, Rothschild & Co.
- FARIAS, P. L., & ONODA, M. A. (2015). Letras toscanas no repertório tipográfico de Jorge Seckler (1883-1895). In C. G. Spinillo, L. M. Fadel, V. T. Souto, T. B. P. Silva & R. J. Camara (Eds), *Proceedings of the 7th Information Design International Conference*, CIDI 2015.
- FARIAS, P. L., & CUNHA LIMA, E. (2016). Transatlantic eccentricities: tuscan typefaces as an example of transnational typographic taste. *Communication Design*, 4(1-2), 4-20.
- FARIAS, P. L., HANNS, D. K., ARAGÃO, I. R., & DIXON, C. (2018). Designing the early history of typography in Brazil, starting from printing in São Paulo. *ICDHS 10th+1 Back to the Future. The Future in the Past*. Conference Proceeding Book. Universitat de Barcelona. p 493-498.
- FREITAS, A. A. DE. (1915). *A imprensa periódica de São Paulo desde seus primórdios em 1823 até 1914*. Typographia do Diário Oficial.
- Généalogie online*. (2020, September 01). <https://www.genealogieonline.nl/fr/petroucic-genealogy/1255726.php>.
- GIMENES, M. L. (2018). *O "rosa burguês da revolução": Antonio Candido e a "missão" do intelectual no Brasil moderno*. Master's Dissertation. FFLCH-USP.
- GOMES, A. C. (2007). Imigrantes italianos: entre a italianità e a brasilidade. IBGE, Centro de Documentação e Disseminação de Informações. *Brasil: 500 anos de povoamento* (159-177). IBGE.
- GORDINHO, M. C. (1991). *Gráfica: arte e indústria no Brasil: 180 anos de história*. Bandeirante.
- HALL, M. (2004). Imigrantes na cidade de São Paulo. Porta, P. (Ed). *História da cidade de São Paulo*, v. 3: a cidade na primeira metade do século XX. Paz e Terra.
- JUCESP - Junta Comercial de São Paulo. (2020, August 28). *Pesquisa de Empresas. Pesquisa no banco de dados da Junta Comercial do Estado de São Paulo*. www.jucesponline.sp.gov.br
- Law n. 581 of September 4, 1850. (2020, September 2). *Estabelece medidas para a repressão do tráfico de africanos neste Império*. Republic Presidency, Civil House, Sub-Chief for Legal Affairs. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lim/LIM581.htm.
- Law n. 601 of September 18, 1850. (2020, September 2). *Dispõe sobre as terras devolutas do Império*. Republic Presidency, Civil House, Sub-Chief for Legal Affairs. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lim/lim601.htm.

- Livro de registro de responsáveis por tipografias e jornais, n.370 (1899-1907)*. Municipal Historical Archive Collection.
- MENEZES, R. DE. (1971). As primeiras e mais antigas livrarias de São Paulo. *Revista do Arquivo Municipal*, 33(182), 193-218. <http://ihgsp.org.br/publicacoes/revistas/>.
- O COMMERCIO DE SÃO PAULO. (1898, May 8). Assumptos Municipales. *O Comercio de São Paulo*, 6(1515), 1.
- PEREIRA, F. M. C. & FARIAS, P. L. (2019). Information, typography and persuasion in Brazilian late 19th and early 20th century ephemera. *Information Design Journal*, 25(2), 171-191. doi: <https://doi.org/10.1075/ijdj.25.2.03per>.
- PIAIA, J. S. (2018). Interview with Mr. Waldemar Hennies, last owner of Hennies print shop. 2018. Campinas, 20th Nov. 2018. Unpublished.
- PINA, P. S. DE A. (2015). *Uma história de Saltimbancos: os Irmãos Teixeira, o comércio e a edição de livros em São Paulo; entre 1876 e 1929*. Master's Dissertation. FFLCH-USP.
- PETRONE, P. (1953). As indústrias paulistanas e os fatores de sua expansão. *Boletim Paulista de Geografia*, (14), 26-37.
- Prefeitura de São Paulo. (2020, October 01). Censo de 1900: Período de 1900 a 1919. http://smul.prefeitura.sp.gov.br/historico_demografico/1900.php.
- REZENDE, C. P. DE. (1961). Anatole Louis Garraux. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo*, (59), 139-144. <http://ihgsp.org.br/publicacoes/revistas/>.
- SCHMIDT, A. (1962, October 25). Livres de Ontem. *Nossa Voz*, (955), 10. Brazilian Digital Library of the National Library Foundation.
- Secretaria da Agricultura, Comércio e Obras Públicas do Estado de São Paulo. (1904-1909, 1911-1913, 1915-1924, and 1926-1932). *Estatística do comércio do porto de Santos com os países estrangeiros: importação e exportação, movimento marítimo*. Typographia do Diário Oficial.
- SEMERARO, C. M. & AYROSA, C. (Eds.). 1979. *História da Tipografia no Brasil*. Museu de Arte de São Paulo.
- SINDIGRAF (n.d). *Sindicato da Indústria da Tipografia do Estado de São Paulo: Livro Nº 1: Registro de Sócios*.
- Tipografia Paulistana. (2020, September 01). *Tipografia Paulistana: A digital archive for the collection of images of typefaces used by letterpress printers operating in the city of São Paulo between 1827 and 1927*. <http://www.fau.usp.br/typografiapaulistana/>.
- Typographia Hennies Irmãos: onde é impresso o "Álbum Imperial" (1906). *Álbum Imperial*, 1(24), 161.
- TOLEDO, L. DE. (1898). Imprensa Paulistana - Memória Histórica. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo*, (3), 303-521. Typographia de "El Diario Español".
- TRENTO, A. (2013). *Imprensa italiana no Brasil: séculos XIX e XX*. São Carlos: Edufscar.
- VITORINO, A. J. R. (2000). *Máquinas e operários: mudança técnica e sindicalismo gráfico, São Paulo e Rio de Janeiro, 1858-1912*. Annablume.

NOTES

- ¹ Available at SEAD - *Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados* (State System of Data Analysis Foundation).
- ² The complete list of those companies can be found in the timeline available in the Tipografia Paulistana website (<https://www.fau.usp.br/typografiapaulistana>).
- ³ Names of those other countries are not specified in the Secretariat of Agriculture, Commerce and Public Works of São Paulo State reports.
- ⁴ This bookstore, owned by Portuguese José Fernandes de Sousa, was popular between 1860 and 1870, most possibly because it specialized in selling legal books, demanded by the Law School (Pina, 2015, p. 49).
- ⁵ Deaecto (2011, p. 288) located, in the National Archives of France, a series of documents demonstrating the continuous increase in applications for licences to open bookshops and print shops in France during the 19th century.
- ⁶ Henry Michel was probably the husband of Louise Julie Michel, Garraux's sister (Deaecto, 2011, p. 299).
- ⁷ *Il Messaggero* was a bilingual newspaper (it published texts in Portuguese and Italian), of socialist inclinations, that circulated in São Paulo during the last decade of the 19th century.

Mapping Design Methods

A Reflection on Design Histories for Contemporary Design Practices

VALENTINA AURICCHIO

Politecnico di Milano

Orcid ID 0000-0003-2138-5854

MARIA GÖRANSDOTTER

Umeå Institute of Design

Politecnico di Milano

Orcid ID 0000-0002-9001-0987

This article outlines a direction for a research endeavour bringing together design research and design historical research from a perspective of contemporary design methods. There is a need to probe and question the histories and geographies of design's methods, to explore how they could contribute to expanding conceptual foundations and develop new ways of designing.

We are proposing a programmatic framework that brings design methods to the attention of design history, and to historicity of design in design practices, by sketching a map, a geography in time, to move toward a deeper understanding of the evolution of methods linked to the specific cultures and contexts from which they emerge. It is a starting point for a wider research project, an example bringing design historical and design methodological research agendas closer to each other. Starting from interviews with Italian designers we highlight the need for a deeper and continued investigation into design histories of design methods.

KEYWORDS

Design Culture

Cultura del progetto

Design History

Design Methods

Design Theory

1. Introduction

From the turn of the century 2000, and during the following decades, design teaching and practice in Italy has seen a rapid introduction of new design tools, methods and processes. This is due to many factors linked to the evolution of project culture and techno-sciences but perhaps in particular due to the introduction of service design processes (Meroni & Sangiorgi, 2011; Stickdorn et al., 2011; Stickdorn et al., 2018) and the more recent integration of Design Thinking models within innovation processes (Cross, 2006; Martin, 2009; Zurlo, 2019). While new methods and processes enter the discipline there is also a need for a reflection on how design schools in Italy can support the formation of future practitioners, building on the history of the past, while engaging with global transformations and future challenges (Auricchio, 2018).

In fact, if we on the one hand are witnessing a fruitful international exchange of knowledge in search of a common international design language, on the

other hand there is also a risk of standardization and homologation of design methods, evolving into what can be understood as a singular and universal design model (way of designing). This global adoption of methodologies that build on a specific idea of what *the* design process would be brings about a sort of design imperialism disregarding the cultural and ontological differences that could instead enrich the debate and development of methods and thinking in design in general (Escobar, 2018).

Here, we argue that contemporary designing needs a deeper understanding of the history of design methods: where they come from, from which local 'project culture' they have sprung, in which time and context, and how they have evolved in time and space when becoming incorporated into design (Göransdotter & Redström, 2018). As the contexts and complexities that design practices move into continue to expand and change, the materials, methods and agencies at work in designing also need to change. Opening up and unpacking design's conceptual foundations is key in critically addressing how designing can continue to evolve and respond to emerging contemporary and future situations (Redström, 2017). Taking the Italian context as a geographical starting point, our aim here is to sketch an example of how the approach of making design histories from the perspectives of design methods can be one way of addressing core concepts and practices in designing. Addressing foundational ideas in doing design thus responds to matters of concern and contestation in contemporary design practices through introducing design history as crucial to developing future practices. The current a-historicity within design as a discipline has led to a loss of view of the temporal, situated, and intellectual cultures (the *cultura del progetto*) that have given shape to design's current practices and foundational concepts. Therefore, making design histories that take a starting point in why and where design methods once have come about can open up spaces for critically re-thinking what design can become, while also contributing to make visible aspects of "design" that have so far not been addressed in design history (Göransdotter, 2020; Riccini 2001).

As the field of design history over time has emerged and formed internationally, the geographical trajectories of industrial design's history have largely been traced in a Global North-Western setting. Typically, "international" design histories from Pevsner (1936) and onwards have drawn maps of events, movements, ideas and products that to a high extent have highlighted Anglo-Saxon, American and Germanic contexts and understandings of design. These histories tend to include the occasional detour towards 1950s Scandinavia and 1960s Italy, but seldom moving beyond Europe and

the US, and with certain kinds of objects, practices and contexts coming into view while others remain unseen. These kinds of “grand narrative” of the history of industrial design have been criticized out of its narrow understanding both of geographies, and of design cultures (Fallan, 2012; Fallan & Lees-Maffei, 2016; Julier et al., 2019; Lees-Maffei & Fallan, 2013). Over the past decades, the questioning of how – and from where – design history has been told, has resulted in design historical narratives that highlight specific cultures, projects, agendas and outcomes of designing, expanding the geographies of design histories to include many more geographical contexts (Margolin, 2015). Such histories have not only aimed towards a sort of inclusive cartography of design histories, in which the blank spaces of the map are filled in with other relevant designers, objects, contexts and cultures than “the usual”. But this has also raised questions about design historiography, about what counts as “design”, and what would be relevant histories of design. While giving rise to increasingly diverse and critical perspectives of what and whom to include in histories of design, many of these attempts at covering new relevant historical terrain simultaneously have established design history as something that has its main attention geared towards *outcomes* and *meanings* of design rather than on the historicity of contemporary *practices* and *processes* of designing.

Of course, there neither is nor should be only one way of approaching design historical studies (Dalla Mura & Vinti, 2014). Our point here, is that while design historical research continues to contribute immensely to not only mapping and redefining diverse and critical aspects of design’s past, it has not yet really engaged with some of the core contemporary critical issues in design research and design practice. Therefore, rather than taking a design historical approach that begins with an idea of filling in the white areas of an already existing map over design’s historical and geographical trajectory, a cartography of design’s history needs to be made from a completely different perspective, to support critical transformations towards sustainable and just practices and knowledges in and through design (Abdulla et al., 2019). As design practice and design education moves towards actively searching for ways of designing that can support addressing increasingly complex futures, the old maps of where design comes from are of little help in orienting ourselves in an expanding “now”, or in finding ways of moving forward from here. In order to provide other tools, other cartographies, that could support a shift into other kinds of topographies of design culture and design practice, the ways we narrate and draw our maps of the past can provide an opening in which to explore how contemporary core design concepts and methods work.

2. Design's historicity

In designing, projects and situations are set up and carried out with methods, tools and processes that have been invented or incorporated in design at different points in time and place. Design methods and the fundamental concepts these are based on carry expectations, values and definitions of design that stem from other times and situations than those where designing takes place today. While this means that design's ways of working are historical, its methods and concepts often seem to be approached as if they were timeless or neutral. When these methods and processes operate, they support ensuring that certain types of design outcomes are brought forth as responses or solutions to problems. At the same time, these ways of working also perpetuate implicit understandings of design's foundations and frameworks: what design is perceived to be, is established through the ways that design is done, as well as through the manners in which design's histories are told.

Ways of doing industrial design have come about over approximately a hundred years, with concepts and methods evolving along the way. The specific societal contexts, world views, and understandings in which design has taken shape have influenced how its methods have been formed and formulated. Industrial design was once called into being in response to massive changes in scale and perspective brought about through the societal transitions towards industrialisation, mechanisation, and expanding modes of communication (Dilnot, 2015, p. 116). New contexts and situations, and new modes of acting and thinking called for different responses than before, in which early formulations of industrial design addressed the separation of form-giving from making and producing from consuming. Traditional ways of living and working, including craft-based forms of production, were challenged in the shift from an agrarian to an industrial socio-economic system, as this played out in European and Northern American contexts in which today's dominant design paradigms took form.

With design's coming of age in symbiosis with industrialism, the world views, technologies, economies, societal practices and social norms that took form also shaped the development of design's areas of practice. Ideas and values relating to these contexts have, however, over time, become deeply embedded in designing and continue to impact what is possible to do, and to think, in design. Thus, many design methods and processes are based on concepts that carry built-in norms, values and assumptions stemming from times and situations very different from the ones we find ourselves in. This means that many of the contemporary values and contexts that shape our present-day

understandings, ambitions, and motivations for what we expect design to be able to address, are potentially at odds with the conceptual foundations guiding and shaping design practices. The methods and tools that have been continuously developed to handle design issues, largely out of a Western and global North 20th century industrial and societal context, are not always well suited anymore for supporting and expanding the possibilities of designing in light of the increasing complexities of the post-industrial world of the 21st century (Escobar, 2018; Fry et al., 2015).

As design has gradually expanded into situations quite different from those in which it once was called into being, the development of design methods has also shifted emphasis in order to support handling new types of complexities and constellations in designing. In designing, attention has increasingly moved from product to process. If early industrial design strongly focused on *what* to design, developing methods suited for formgiving for industrial mass-production, a processual emphasis instead questions *how* to design. Now, once again, we seem to experience ourselves as living in a time of unprecedented change in regard to scale, complexity, and social transformation, leading to new demands on and contexts for design. Designing systems and services - or indeed products - with complex computing-based technologies, in collaborations and contestations between designers and non-designers, and engaging with other-than-human species bring about situations and considerations that call for other understanding of how to design (Forlano 2017). As design expands and moves into situations that require addressing other materials, relationships and connections than before, the methods and tools at hand seem to become increasingly difficult to apply.

3. Histories of design methods

The field of industrial design has continued to change and adapt in response to societal changes and to new understandings of what “things” could be (A.Telier, 2011; Wiltse & Redström, 2018). The development, testing and incorporation of specific methods, tools and processes for handling new design materials, contexts, situations, and scales have been central to these shifts. Different ways of doing design have gradually taken shape to meet new demands and developments in the environments where industrial design has rooted itself. Design has continued its movement into areas of planning and giving form not only to industrially (mass)manufactured products and environments but to increasingly interconnected systems and services, experiences and interactions, and with increasing attention to how people go about using them.

New situations will most certainly continue to call new types of design into being in near and far futures. Therefore, design's methods and tools need to provide resilient ways of adapting to new practices, as well as to support taking action and making choices based on what appears as possible. However, in current industrial design education and practice, the methods and processes taught and applied are seldom considered as having something to do with history. Instead, the processes and methods used in designing are often presented, and taught, as an assembly of tools in the designer's basic tool kit. The British Design Council, for example, visualises the design process as a "double diamond" model accompanied by a "methods bank" that can be applied to address practically any problem (Design Council, n.d.). In this kind of understanding, design methods seem to be thought of as universal, timeless, and applicable to any cultural or geographical situation. Indeed, there are critical discussions about which types of designing different methods or tools support, or not, and how to go about deciding which methods to use in different situations. But these seldom include critically engaging with what it means for designing that the methods, concepts and approaches we use have come about in particular historical contexts to deal with situations specific to the times and places where this happened. There are examples of design research that incorporate historical perspectives on concepts central to designing (Fuad-Luke, 2009; Huppertz, 2020) and also design historical research that activates methods-oriented and critical perspectives bringing forth new kinds of design histories (Rosner, 2018; Wright Steenson, 2017).

As a result of the a-historicity of design, design - and "design thinking" - has begun to become more and more perceived as a set of tools that can be easily applied by more or less everyone in any circumstance (Mootee, 2013). While this inclusive view on designing most surely has opened up for collaborative ways of designing that has brought others than "designers" into practicing design, this has also been criticized as giving form to what has been defined as the *toolism* process of the profession (Zurlo, 2019). A similar instance can be recalled in the history of design methods when in 1966, in his chapter Creativity, Broadbent (1966) depicted a similar risk by pointing out that design methods are often times more fascinated by the means rather than by the ends. Although many could probably readily agree with the proposal that everyone has a capacity for designing, and that creativity is the widely held human ability to modify behaviours and adapt to the changing environment, "designers" are simultaneously pointed to as holding a specific kind of advanced creativity in terms of being design practitioners in their daily profession (i.e. creative professionals and designers).

As Manzini (2015) states in the introduction to his book *Design when everybody designs*, “[...] design capability is a widespread human capacity, to be usable it must be cultivated. This does not usually happen, or it happens in an inadequate way” (Manzini, 2015). In this perspective, professional experience in designing with non-designers cannot only consist of introducing or sharing design methods and tools without addressing issues of how to achieve a collective design mind-set. While design researchers have already tried to describe what is meant by a design mind-set (Kolko 2017; Michlewski, 2015), there is a need to better understand the specificity of such mind-set also in relation to local culture and, more specifically to local design cultures: where methods and tools come from and why and how certain design methodologies have developed in time in specific situations. Giving context to today’s methodologies by unfolding the origins of design methods, from Bauhaus teachings to the Italian avant-garde movements, from design science theories to the recent design thinking tools, is a process that needs to be activated in order to both tackle the future evolutions stated above, but also to encourage a more conscious use of methods building on the historical diversity of the origins of approaches and design cultures.

4. Design culture and methods in Italy

In design education, when teaching design methods, there are ample resources that introduce and discuss different design tools (Curedale, 2012 and a long list of toolkits such as Design Kit by IDEO, Human Centered Design Tool Kit, DIY Toolkit, Collective Action Tool Kit by FROG, Inclusive Design Toolkit, Service Design Toolkit, etc.) but very few works that allow for a historical understanding of their evolution (Collina, 2005; Cross, 2011; Manzini & Bertola, 2004). In particular, in Italy, studies around design methods mainly rely on publications written by designers themselves trying to explain how they think and how they work (De Lucchi, 2014; Munari, 1977; Munari, 1981), monographs of individual designers or industries that mainly discuss the circumstances of when and how projects developed (Finessi, 2015; Zurlo, 2003), or interviews with designers and entrepreneurs that investigate the back-stories of networks, relationships and projects (Alessi, 2014; Biamonti, 2012; Castelli et al., 2007). However, very little has been done to discuss design practices on a higher level of abstraction, whether attempting to transform the process in a codified and replicable model or attempting to open up for rethinking what designing could become. This might have to do with the fact that Italian design culture has largely based its evolution on a traditional artistic and crafts-based model of the passing on of design practices from master to pupil, however, at an international level it has left a gap in the consolidation and

diffusion of tools, processes and ways of thinking. Another possible explanation might be the lack of historical perspectives in and on contemporary designing. In Italy, the turn towards developing industrial design practices has a strong history of critically questioning *why* to develop new ways to do design in relation to socio-political issues as well as to intellectual and artistic tradition. The critical experimentations within the counter-design and avant-garde arts movements of the 1960s, 70s and 80s did not primarily aim to develop certain methodologies of designing, but to probe what design as a philosophical, intellectual, political and material practice could contribute with in re-framing and re-shaping ways of living and forms of knowledge. Introducing design methodologies developed in response to other cultural, political and historical situations (such as “design thinking” or usability-centred designing) into a more philosophically and epistemologically oriented design culture therefore causes certain tensions or discrepancies that would merit a deeper investigation.

Hence there is a research gap that could be addressed through bringing design history and design practice closer to each other. To examine this closer, we can start by observing design practices in Italy today, focusing specifically on those that have become understood as characterizing Italian design and that have been passed down through generations, in a master-to-apprentice model building on learning by listening, observing and doing. These practices have rarely been codified academically, nor have they been transformed into DIY tools, but rather have been learnt through imitation: observing how and why things were done and made, through the storytelling of designers and entrepreneurs. These stories have been documented mainly only in Italian through interviews, books and newspapers outside of the strictly defined academic and scientific documentation.

The kind of study we propose is based on the belief that there is a hidden and tacit knowledge in design practice in Italy that has not yet been digitized nor is easy to be found by a simple internet research, rather, it takes studying archival material in personal archives and in libraries, in interviews and articles in historical journals such as *Casabella*, *Domus*, *Progettare InPiù*, *Modo*, *Stile Industria* and *Ottagono*, and in books written in Italian that have never reached an international audience. A large part of such a study would also include oral histories, through interviewing designers in design situations (Cross, 1996; Cross, 2004; Dorst et al., 1995; Dorst, 1997; Lawson, 1980; Lloyd & Scott, 1994; Rowe, 1987; Roy, 1993; Schon, 1983) focusing on how they think, how they approach a project and see if it is possible to trace some

patterns and build outcomes that can be replicated, taught and transmitted to a larger public.

The urgency to undertake this kind of study in Italy, in this specific historical moment, comes from observing the recent evolution of design education in Italy as influenced by an international design culture, which eventually will lead to a transformation of an Italian design culture that interestingly, over time, has come to bring together elements of traditional crafts-oriented designing with strong critical and experimental design movements probing the conceptual foundations of designing (Ambasz, 1972; Branzi, 1984). In fact, the more recent integration of design tools and methods within a more traditional design teaching context might need a deeper reflection to better understand how this transformation is taking place and what we might risk unintentionally leaving behind within this process.

Probing the histories of both “traditional” Italian design doing, and those of seemingly “international” industrial design methods can highlight the spaces that could open up for how to approach practicing design differently. This includes educating future designers capable of addressing emerging global complexities, while also preserving and evolving the specific socio-political, geographical and cultural components and aspects that are a part of past and current Italian design practices.

4.1 Example: labs without an end and free thinking

In the following, we give an example of what a historical perspective that takes a starting point in contemporary design methods can shed light on. This example targets a specific aspect of Italian design culture that has emerged from intertwining different typologies of historical documents with interviews with contemporary designers. This brief example alone suggests openings for four research opportunities: the first is that there are still many aspects of design processes and design thinking that would need to be further unpacked; the second is that introducing a design historical perspective on design methods allows for making visible and re- or de-activating certain values and ideas embedded in contemporary designing; the third is that understanding the history of an approach or method can allow us to refine – or re-define – it in providing resilient ways of adapting to new future practices; the fourth is that a research on the history of design methods today requires a multi-level, multi-perspectival and multi-disciplinary approach in which bringing design research and design history closer is a first necessary step.

We will start from a group of Italian researchers (Borgonuovo & Franceschini, 2015) that have conducted a similar study with the aim to unfold the hidden story of Global Tools – a series of workshops held in Florence, Milan and Naples from 1973 to 1975. Borgonuovo and Franceschini (2015) present the history of “this tentative attempt to realize an experimental dispersed educational program that would serve as an alternative to the university as an institutional model of reference.” (Borgonuovo & Franceschini, 2015, p. 3). In relation to how design histories could make contributions to contemporary design education, an instance such as the Global Tools experience can become even more interesting if examined from a design methods history point of view. The architects, artists and designers involved in this experimental endeavour were proposing a radically different way of teaching and learning design. Central, and perhaps more importantly seen in relation to current design research and design practice, they were proposing a model that was based on “labs without a final end”, introduced within design education to open up free thinking moments as essential blocks within a design process. Basically, these worked as a workshop without a specific productive goal, without a client, and with no productive aim:

In *Document No. 2* of the first *bollettino* (bulletin) published by Global Tools, “Global Tools” is described as “a system of laboratories for the diffusion of the use of natural materials and techniques and associated behaviours.” The pedagogy which the project initiators wanted to promote was aimed at “solving the long-term problems of environmental formalization, an approach which is often focused only on resolving problems in the short term.” (Borgonuovo & Franceschini, 2015, p. 105)

Taking this as an example, a starting point for our discussion, it would be useful to extrapolate the process and methods behind this specific experience. For example, it would be interesting to probe deeper into the conceptual aspects at work in the idea of *labs without an end* in relation to contemporary design approaches that emphasise open-ended processes of collaborative designing, similar to contemporary proposals in design research (Le Dantec & DiSalvo, 2013; Giaccardi & Redström, 2020).

Connected to this last idea, again examining Italian design history from a methods perspective, we would find different practices that place a strong emphasis on imagination, fantasy and playfulness in relation to designing. These traits are of course also present in other geographical contexts than the Italian, but seem have a prominent position in Italian design culture and

history in relation to being probed, described, experimented with by designers, in contexts of developing design practices (Munari, 1977). One aspect of this often emerges in accounts of Italian designers' practices as an emphasis on *free thinking* throughout the design practice, rather than as a certain phase or step in a systematic design methodology to support "ideation" targeted towards a specific design situation. Sometimes, these examples are presented as a kind of *useless activities* (activities without an end): actions that designers do spontaneously and that feed (exercise) their ongoing creative thinking (*Macchine inutili* - Useless Machines, Munari 1933). Activities such as: collecting random objects just because one finds them interesting, collecting things one randomly finds in the streets or at the seaside and putting them together to see how they give form to unusual structures, collecting bizarre objects and doing it following a theme, etc. While echoing similar approaches in the 1970's Design Methods Movement of introducing chance or randomness in attempting to open up new ways of designing (Jones, 1991, pp. 85-123), this kind of *useless activity* seems to hold a different meaning and place in relation to design methods and design processes in Italian design culture. So, the question for a deeper research and analysis could reflect on if it is to be considered a distinguishing element of this specific design culture, how it relates to design methodologies stemming from other places and traditions as these become introduced in Italian design practice, and how to address this, for example in present and future Italian design education.

This practice of random and spontaneous creative activity is, for example, noted in *The Design of the Castiglioni Brothers* (Scodeller, 2019). There, it is described how the Castiglioni brothers would collect three typologies of objects: objects with a specific function (a collection of tweezers, of scissors, etc.); transformable and foldable objects (for the love towards saving space and time); objects with different materials; curious and special objects; ordinary objects of the past. The Italian design critic Alberto Bassi describes how this collection of anonymous objects has become a constant in Italian design culture, to the point that it has even become a ritual (by other designers) to contribute to Achille Castiglioni's collection of anonymous objects when visiting his studio museum (p. 101). The Castiglioni brothers' methodology is categorized by Scodeller (2019) in terms of research, experimentation and method. Research and experimentation were interpreted in two different ways, one was dedicated to understanding deeply the needs of a client and the other was free from any commissioned work (recalling the idea of free thinking or useless thinking). This constant, as defined by Bassi, within Italian design culture can also be found among contemporary designers that have learnt it

from their masters, either through direct contact or through storytelling, in a learning by imitating process.

In interviews with Italian design practitioners, aiming to probe their approaches to designing in terms of methods, thinking, and processes, examples of similar kinds of random or “useless” doings emerge in the conversations. The Italian designer Francesco Faccin (2019), for example, talks about a similar practice in terms of “proto-design”, defining it as:

Proto-design are all the useless things I do before designing. The beauty of thinking, experimenting, researching, understanding the world without a clear aim or productive objective, but just for the sake of doing it. Learning from the world that surrounds me. Collecting objects I like. The research is never within the design field itself, but always in other fields. (Faccin, 2019)

In recent interviews, both Italian designers Francesco Faccin and Lorenzo Palmeri talk about the importance of having macro-themes in their life which then guide them in different directions in their design profession. This brings us back to the idea in Global Tools of labs that explore global themes without a specific need to achieve a final productive goal, but just for the sake of understanding the world we live in.

Francesco Faccin describes it in his perspective as:

For me, design is a tool for interpreting reality and a pretext for doing other things. So, while working I get in touch with realities, themes, macro-themes that I am interested in investigating. It is the key to access those worlds that interest me at that moment. However, theory always comes later. I need to know things in a non-theoretical way. (Faccin, 2019)

On the other hand, Lorenzo Palmeri explains a similar attitude in his design practice with a different method and process:

Sometimes I have macro-themes that I am passionate about. I enter the macro-theme and consume it. I have three or five macro-themes at the same time, then at some point one goes away because maybe my exploration is over. At the beginning it is a new relationship, I want to know more about it and enter every corner. When I reach saturation, because I have read everything (or I think I have), I have looked from all possible angles and find repetition of concepts or nothing moves anymore and it becomes static, then I understand that it is satu-

rated. So sometimes I go to the bookstore in departments I don't know anything about, or something vaguely attracts me, and I start taking two or three books. I buy them inspired by the title, name, cover and take them home. Then anything that emerges from the macro-themes can become material that I translate into projects. (Palmeri, 2019)

There is a thread that links the approaches described in historical documents related to the Global Tools workshops with the description of thinking in relation to designing that emerges in interviews with contemporary Italian designers. Underneath the stories there are hidden thinking processes and attitudes that build a parallel story of design methods pertinent to a specific design culture. When asked if they have a method, the designers interviewed instinctively denied the idea, but when asked to describe how they work and how they have become who they are professionally they started reflecting on their past, life experiences linked to their personal culture and design masters that have left a mark. While this example is both brief and limited, it nonetheless demonstrates the kinds of outlooks towards histories as well as futures of designing that can be opened up through bringing design history and contemporary design practices together.

5. Mapping methods: a programmatic research sketch

A research aimed at investigating the historicity of design methods requires the collaboration of multiple contributions of scholars engaging in research on design all around the world. Since the research objects, design methods and processes, have evolved over time, undergoing mutations due to the adaptation to diverse project contexts and local cultures, there is a need for a collaborative force to untangle the skein of interrelations and cultural cross-overs. There is not one singular way of doing design, and the histories of designing need to contribute to the many and diverse contexts, constellations and cultures in which designing takes place. Mapping histories of design methods is therefore not primarily a matter of tracing linear historical genealogies of where methods come from, but a complex cartography of multi-level relationships between different design practices, diverse conceptual understandings of design, and various trajectories that designing could take towards the future. Therefore, it will be necessary to explore collaborative ways of doing histories of methods and build formats for investigating the historicity of design methods, to critically engage designers, researchers and design students together in exploring limits and possibilities in existing and emerging design processes and practices.

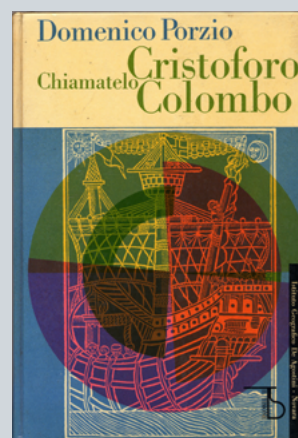
Building a collaborative platform for prototyping formats for investigating the historicity of design methods will include the mapping of design histories of methods as a starting point for discussions and contributions from international communities of design researchers and design practitioners. This kind of mapping can work as a sort of resilient method bank: investigating aspects of the historical emergence of design methods in relation to societal challenges, to build a deeper understanding of the nature of design methods to support their evolution over time. A map such as this is not meant to be static, or an end result of this study. Quite the contrary: these methods maps aim to support planning as well as performance, and imagination as much as action. In a complex landscape, maps serve to support making one's way through a terrain, relying on the cartographer's representation of a possible trajectory but trusting one's own experience and impressions in moving through the landscape: if a road marked as safe to travel on the map turns out to be flooded and impossible to take in reality, then it makes very little sense to insist on the accuracy and primacy of following the map. Mapping histories of design methods is not about defining *the* correct way to take in practicing design, but to make visible the many alternatives and intersecting paths and possible trajectories that might remain unseen if one only ever takes the largest and most established route. Making other histories, other cartographies, of designing intends to identify possible future trajectories of evolution in order to allow for a more conscious understanding of designing with and in the changing world we live in.

REFERENCES

- TELIER, A., BINDER, T., DE MICHELIS, G., EHN, P., JACUCCI, G., LINDE, P. & WAGNER, I. (2011). *Design Things*. The MIT Press.
- ABDULLA, D., ANSARI, A., CANLI, E., KESHAVARZ, M., KIEM, M., OLIVEIRA, P., PRADO, L., & SCHULTZ, T. (2019). A Manifesto for Decolonising Design. *Journal of Futures Studies*, 23(3), 129-132.
- ALESSI, C. (2014). *Dopo gli anni Zero: il nuovo design italiano*. Laterza & Figli.
- AMBASZ, E. (Ed.) (1972). *Italy: The New Domestic Landscape: Achievements and Problems of Italian Design*. The Museum of Modern Art.
- AURICCHIO, V. (2018). Agile Education: Luisa Collina on the evolution of Design Schools, AGATHÓN] *International Journal of Architecture, Art and Design*, (3), 213-218.
- BIAMONTI, A. (2012). *Giulio Iacchetti: Research Experiences in Design*. FrancoAngeli.
- BORGONUOVO, V. & FRANCESCHINI, S. (Eds.). (2015). *Global Tools 1973-1975*. SALT/Garanti Kültür AŞ.
- BRANZI, A. (1984). *The Hot House. Italian New Wave Design*. Cambridge, The MIT Press.
- BROADBENT, G. H. (1966). Creativity. In S. Gregory (Ed.), *The Design Method*. Butterworth.
- DALLA MURA, M., & VINTI, C. (2014). A historiography of Italian design. In G. Lees-Maffei & K. Fallan (Eds.), *Made in Italy: Rethinking a Century of Italian Design*. Bloomsbury.
- CASTELLI, G., ANTONELLI, P. & PICCHI, F. (Eds.) (2007). *La fabbrica del design: conversazioni con i protagonisti del design italiano*. Skira.
- COLLINA, L. (2005). *Design e Metaprogetto. Teorie, strumenti, pratiche*. Edizioni POLI.design.
- CROSS, N., & CROSS, A. C. (1996). Winning by design: the methods of Gordon Murray, racing car designer. *Design Studies*, 17(1), 91-107.
- CROSS, N. (2004). Creative thinking by expert designers. *Journal of design research*, 4(2), 162-173.
- CROSS, N. (2006). *Designers ways of knowing*. Springer.
- CROSS, N. (2011). *Design thinking: Understanding how designers think and work*. Berg.
- CUREDALE, R. (2012). *Design methods 1: 200 ways to apply design thinking*. Design Community College Incorporated.
- DE LUCCHI, M. (2014). *Gli attributi dell'architetto*. Corraini Edizioni.
- DESIGN COUNCIL. (n.d.). *What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond*. Design Council. <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>.

- DORST, K. & CROSS, N. (1995, September). Protocol analysis as a research technique for analysing design activity. In *International Design Engineering Technical Conferences and Computers and Information in Engineering Conference* (Vol. 17179, 563-570). American Society of Mechanical Engineers.
- DORST, K. (1997). *Describing design: a comparison of paradigms*. Technische Universiteit Delft.
- DILNOT, C. (2015). The matter of design. *Design Philosophy Papers*, 13(2), 115-123.
- ESCOBAR, A. (2018). *Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. Duke University Press.
- FACCIN, F. (2019). Personal communication (April 2019).
- FALLAN, K. (2012). *Scandinavian design: Alternative histories*. Berg.
- FALLAN, K. & LEES-MAFFEI, G. (2016). Designing worlds: national design histories in an age of globalization. In *Designing worlds* (Vol. 24). Berghahn Books.
- FINESSI, G. (2015). *Design: 101 storie Zanotta*. Silvana editoriale.
- FORLANO, L. (2017). Posthumanism and Design. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 3(1), 16-29.
- FRY, T., DILNOT, C. & STEWART, S. (Eds.) (2015). *Design and the Question of History*. Bloomsbury.
- FUAD-LUKE, A. (2009). *Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World*. Earthscan.
- GIACCARDI, E. & REDSTRÖM, J. (2020). Technology and More-Than-Human Design. *Design Issues*, 36(4), 33-44.
- GÖRANSDOTTER, M., & REDSTRÖM, J. (2018). Design Methods and Critical Historiography: An Example from Swedish User-Centered Design. *Design Issues*, 34(2), 20-30.
- GÖRANSDOTTER, M. (2020). *Transitional Design Histories*. Umeå University.
- HUPPATZ, D.J. (2020). *Design: The Key Concepts*. Bloomsbury.
- JONES, J. C. (1991). *Designing Designing*. Architecture Design and Technology Press.
- JULIER, G., MUNCH, A. V., FOLKMANN, M.N., JENSEN, H-C., & SKOU, N-P. (Eds.) (2019). *Design Culture: Objects and Approaches*. Bloomsbury Visual Arts.
- KOLKO, J. (2017). *Creative clarity: a practical guide for bridging thinking into your company*. Brown Bear.
- LAWSON, B. (2006). *How designers think: The design process demystified* (4th ed.). Architectural Press.
- LE DANTEC, C.A. & DISALVO, C. (2013). Infrastructuring and the formation of publics in participatory design. *Social Studies of Science*, 43(2).
- LEES-MAFFEI, G. & FALLAN, K. (Eds.) (2014). *Made in Italy: Rethinking a Century of Italian Design*. Bloomsbury.
- LLOYD, P. & SCOTT, P. (1994). Discovering the design problem. *Design studies*, 15(2), 125-140.
- MANZINI, E., & BERTOLA, P. (Eds.) (2004). *Design Multiverso. Appunti di fenomenologia del design*. Edizioni POLI.design.
- MANZINI, E. (2015). *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation*. Cambridge, The MIT Press.
- MARGOLIN, V. (2015). *World History of Design, Vols. 1 & 2*. Bloomsbury.
- MARTIN, R. L. (2009). *The Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage*. HBS Press.
- MERONI, A., & SANGIORGI, D. (2011). *Design for services*. Gower Publishing.
- MICHLEWSKI, K. (2015). *Design attitude*. Gower Publishing.
- MOOTEE, I. (2013). *Design thinking for strategic innovation: What they can't teach you at business or design school*. Wiley.
- MUNARI, B. (1977). *Fantasia*. Laterza.
- MUNARI, B. (1981). *Da cosa nasce cosa*. Laterza.
- PALMERI, L. (2019). Personal communication (April 2019).
- PEVSNER, N. (1936). *Pioneers of the Modern Movement: From William Morris to Walter Gropius*. Faber & Faber.
- REDSTRÖM, J. (2017). *Making Design Theory*. The MIT Press.
- REDSTRÖM, J. & WILTSE, H. (2018). *Changing things: the future of objects in a digital world*. Bloomsbury Visual Arts.
- RICCINI, R. (2001). Innovation as a Field of Historical Knowledge for Industrial Design. *Design Issues*, 17(4), 24-31.
- ROSNER, D. K. (2018). *Critical Fabulations: Reworking the Methods and Margins of Design*. The MIT Press.
- ROWE, P. (1987). *Design Thinking*. The MIT Press.
- ROY, R., & GROUP, D. I. (1993). Case studies of creativity in innovative product development. *Design studies*, 14(4), 423-443.
- SCHON, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. Basic books.
- SCODELLER, D. (Ed.). (2019). *Il design dei Castiglioni. Ricerca, sperimentazione, metodo*. Corraini Edizioni.
- STICKDORN, M., SCHNEIDER, J., ANDREWS, K. & LAWRENCE, A. (2011). *This is service design thinking: Basics, tools, cases* (Vol. 1). Wiley.
- STICKDORN, M., HORMESS, M. E., LAWRENCE, A. & SCHNEIDER, J. (2018). *This is service design doing: applying service design thinking in the real world*. O'Reilly Media, Inc.
- WRIGHT STEENSON, M. (2017). *Architectural intelligence: How Designers and Architects Created the Digital Landscape*. The MIT Press.
- ZURLO, F. (2003). *Makio Hasuike. Abitare Segesta*.
- ZURLO, F. (2019). *Designerly Way of Organizing. The Design of Creative Organization. AGATHON| International Journal of Architecture, Art and Design*, 5-2019, 11-20.

Max Huber, retro e prima di copertina per il libro di Domenico Porzio, *Chiamatelo Cristoforo Colombo*, Collana Il Timone, Istituto Geografico De Agostini, 1962 (courtesy of AIAP CDPG).



Microstorie

Il Bar Craja di Luciano Baldessari

Design totale per un interno milanese (da Rovereto a Berlino)

GRAZIELLA LEYLA CIAGÀ

Politecnico di Milano

Orcid ID 0000-0001-5484-9956

Il contributo intende mettere in luce le relazioni personali con i movimenti artistici dell'avanguardia europea che hanno portato Luciano Baldessari (Rovereto, 1896 - Milano, 1982) a realizzare uno dei primissimi interni razionalisti a Milano: il Bar Craja.

Questo progetto, alla cui realizzazione Baldessari ha invitato a collaborare i giovani architetti Luigi Figini e Gino Pollini e gli artisti Fausto Melotti e Marcello Nizzoli, è un'opera di design totale che dalla definizione dello spazio al progetto di tutti gli arredi, fino alla creazione di opere d'arte, è il risultato tangibile delle esperienze maturate da Baldessari nel Circolo Futurista di Rovereto (1913-1915), a Vienna (1916) e nella Berlino di Weimer a stretto contatto con l'ambiente espressionista del cinema, del teatro e dell'architettura d'avanguardia (1923-1926).

Il Bar Craja è stato smantellato nel 1964 ma la puntuale ricostruzione 3D di Laura Rosati lo ha riportato in vita, seppure in una dimensione digitale.

PAROLE CHIAVE

Luciano Baldessari

Design totale

Avanguardie artistiche

Contaminazioni disciplinari

Mappatura relazionale

1. Luciano Baldessari a Rovereto, Vienna e Berlino

La ricca rete di relazioni personali e professionali che l'architetto trentino ha costruito durante gli anni della sua formazione e, più in generale, nel corso della sua vita, è mappata nell'Archivio digitale Luciano Baldessari: una piattaforma nata dalla collaborazione tra il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, il *Mart* di Rovereto e il *Casva* di Milano, che ha gettato le basi per una ricostruzione virtuale dell'unità dell'archivio (divisa tra questi enti) e nello stesso tempo ne ha attivato nuove possibilità di esplorazione utilizzando gli strumenti propri del design delle interfacce.¹ Si tratta di un vero e proprio "archivio animato"² (Irace & Ciagà, 2013) che consente una navigazione dinamica tra gli attori dei progetti selezionati (coprogettisti, collaboratori, artisti, committenti, imprese/ditte, corrispondenti) e i relativi documenti d'archivio (disegni, fotografie, lettere, relazioni, ecc.), oltre a proporre alcuni ipertesti (relativi a percorsi tematici) con descrizioni, immagini e links alla stessa banca-dati e ad altri siti e portali web.³



Fig. 1 — Luciano Baldessari a Berlino, 1923. Archivio Mosca Baldessari, Milano.

La mappatura delle relazioni e dei contesti, geografici e culturali, è uno strumento particolarmente efficace nel caso della biografia di Luciano Baldessari, densa di incontri e di “magnifici incidenti” (Baldessari, 1982, p. 17): partendo da umili origini (cresce in orfanatrofio) e da un ambiente periferico come quello trentino, è, infatti, l’unico tra i protagonisti del razionalismo italiano ad avere avuto una formazione interdisciplinare nell’ambito delle arti visive (pittura, scultura, scenografia, disegno, architettura) che si è continuamente alimentata da una diretta relazione con i movimenti artistici d’avanguardia, dalla partecipazione al Circolo Futurista di Rovereto (1913-1915) al soggiorno a Berlino (1923-1926) in stretto contatto con gli ambienti culturali dell’espressionismo tedesco, fino alla lunga permanenza a New-York (1939-1948) che ha rappresentato, dopo una più che decennale esperienza professionale, l’occasione di una seconda e altrettanto stimolante stagione di “formazione” (Cimoli, 2007).

A Rovereto, dopo la morte del padre (1906), fu ospitato nel locale orfanatrofio dove Fortunato Depero gli impartì, quando aveva solo 10 anni, le sue prime lezioni di disegno e poi, dimostrando un talento precoce, nel 1909 si iscrisse alla Scuola Reale Elisabetina, prestigioso istituto tecnico che in quegli anni formò una nutrita schiera di futuri artisti, architetti e intellettuali (Rasera, 2011)⁴ e divenne allievo di Luigi Comel, professore di disegno a mano libera e pittura. La sua formazione fu così strettamente legata al disegno e alla pittura, vocazioni che, unitamente all’interesse per il teatro e la scenografia nate nel grembo futurista, conserverà intatte per tutta la sua vita. Con queste parole Baldessari ricorda quegli anni caratterizzati dal fervore giovanile:

Spiritualmente e artisticamente [ero] amico di Boccioni, Prezolini, Soffici, Palazzeschi, Balla. Fraternalmente amico di Depero che già nel 1909 mi dava lezioni di pittura [...] mi avvicinai più saldamente quando partecipai, con altri amici-studenti, al circolo futurista roveretano da lui creato nel 1913 [...]. Posso dire però che né Boccioni, né Depero ebbero una specifica influenza su di me, ma lo ebbe, invece, e fortissima, il verbo futurista. (Baldessari, 1976)

Nel maggio 1915, all’indomani dello scoppio della Grande Guerra, è costretto a lasciare Rovereto, città che all’epoca faceva ancora parte dell’Impero austro-ungarico e, dopo le deportazioni a Schardenberg-Schärding e Braunau a/Inn, dove visse condizioni di indigenza, giunse nell’aprile del 1916 a Vienna. Ebbe così la possibilità di concludere i suoi studi alla Scuola Reale Elisabetina (che aveva iniziato a Rovereto) e di maturare la sua vocazione per l’architettura: “Qui trovo assolutamente necessaria la vita dell’oggi: l’elettricità. Seguirò gli studi d’architettura e l’elettrotecnica. A 30 anni avremo o tanto o niente” (Baldessari, 1916).



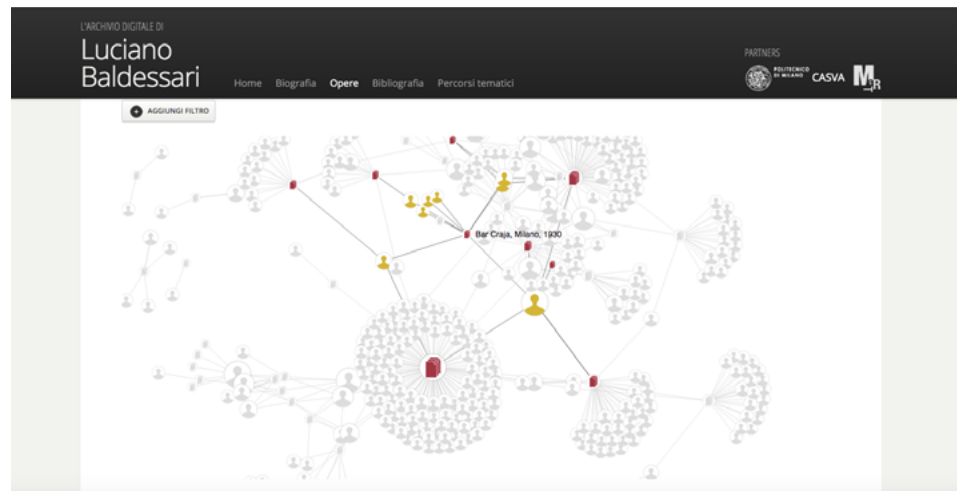
Fig. 2 — Nella pagina precedente, Luciano Baldessari, *Modernità*, bozzetto per scenografia, Berlino, 1925. FLB-CASVA; segnatura BALD.I.B.5c.

Dopo l'arruolamento forzato nell'esercito austro-ungarico, il rientro in Italia e la laurea in architettura al Politecnico di Milano (1922) – all'Accademia di Brera aveva frequentato anche i corsi di prospettiva scenografica – decide l'anno successivo di trasferirsi a Berlino. La Berlino della Repubblica di Weimer viveva in quegli anni un'esaltante stagione creativa che agiva a tutto campo dal teatro al cinema, alla danza, dalla pittura all'architettura e il giovane e ambizioso Baldessari si inserì facilmente negli ambienti dell'avanguardia espressionista. Incontrò Mies van der Rohe, Walter Gropius, Hans Poelzig e Ernest Neufert, entrò subito nel circuito delle più importanti gallerie artistiche, esponendo sue opere di pittura, riuscì a stabilire dei contatti professionali con i più importanti registi del tempo – da Gustav Hartung a Erwin Piscator, da Paul Wegener a Max Reinhardt – e per alcuni di loro lavorò ad una serie di bozzetti, purtroppo non realizzati, di studi scenografici per il cinema e il teatro.⁵ In questi suoi lavori la deformazione espressionista delle forme è attenuata da una matrice geometrica che derivava dal Futurismo ma che qui si alimentò di nuove sollecitazioni: "Si avverte, infatti, in questa spazialità, un'eco non superficiale del costruttivismo, che negli anni appena precedenti l'arrivo di Baldessari aveva trovato a Berlino una patria adottiva importante anche perché situata sull'asse Mosca-Parigi" (Cimoli, 2007, p. 33).

A Berlino avevano soggiornato ed esposto i propri lavori nelle più importanti gallerie d'arte, artisti del calibro di El Lissitzkij, Alexander Archipenko e Moholy-Nagy. È emblematica da questo punto di vista la serie di bozzetti per il film *Modernità* (1924) che riproducono la vibrante atmosfera berlinese attraverso le scansioni prospettiche di ambienti urbani definiti da solidi geometrici, dall'uso drammatico delle ombre piuttosto che da accesi contrasti cromatici (blu, rosso e nero).⁶

Tutte le sollecitazioni culturali, artistiche e progettuali maturate a Rovereto, Vienna e Berlino trovarono un'originale sintesi espressiva nei progetti di allestimento e di interni che Baldessari realizzò negli anni venti a Milano, Como e Barcellona e di cui il *Bar Craja* ha rappresentato un decisivo punto di arrivo tanto che Agnoldomenico Pica lo considerava, dopo il *Novocomum* di Giuseppe Terragni e il *Lingotto* di Giacomo Matté Trucco, la prima manifestazione dell'architettura moderna in Italia (Pica, 1941, p. 25). Queste salde radici culturali nel futurismo italiano e nell'espressionismo tedesco fecero sì che il razionalismo di Baldessari fosse molto lontano dall'aspirazione a quella mitica classicità mediterranea che animava una parte degli architetti italiani, alla ricerca di una legittimazione del moderno in chiave nazionale (Irace, 2005), contro la quale si scagliò con una lucida verve polemica nel suo celebre saggio *Punto e da capo per l'architettura* lo stesso Persico (1931b).

Fig. 3 — Mappatura delle relazioni relative al Bar Craja. Archivio digitale Luciano Baldessari, Dipartimento di Design del Politecnico di Milano in collaborazione con Mart, Rovereto e Casva, Comune di Milano.



2. Il Bar Craja cenacolo di artisti e intellettuali

Il *Bar Craja* di Piazza Ferrari (angolo vicolo Santa Margherita) fu a tutti gli effetti una vera e propria opera d'avanguardia, un "nitido esempio di poetica razionalista" (Baldessari, 1971, p. 171) che doveva "suscitare scalpore" (Baldessari, 1930a); fortemente voluta dal suo proprietario Antonio Craja che già possedeva poco lontano in via San Dalmazio un noto ristorante frequentato da un nutrito gruppo di intellettuali e artisti, tra cui lo stesso Baldessari che, dopo il lungo soggiorno berlinese, era rientrato a Milano e aveva aperto uno studio professionale in via Santa Marta. Affidare questa nuova impresa proprio a lui significava rompere gli schemi tradizionali utilizzati fino ad allora nella progettazione di questo tipo di locali (ricchi di boiserie, decorazioni, arredi in stile, tendaggi, ecc.) e realizzare quello che realmente fu un luogo *magico* che ha rappresentato le aspirazioni di un nutrito gruppo di artisti, musicisti, letterati e architetti - tra cui si ricordano l'industriale Carlo Frua, i critici d'arte Carlo Belli, Edoardo Persico e Raffaello Giolli, i pittori Adriano Spilimbergo, Lucio Fontana, Aligi Sassu, Massimo Campigli, Carlo Carrà e Alberto Savinio, gli architetti Giuseppe Pagano, Giuseppe Terragni, Luigi Figini e Gino Pollini, il gallerista Gino Ghiringhelli, il poeta Alfonso Gatto, i maestri Riccardo Zandonai e Victor de Sabata, il ballerino Carletto Thieben - che ne fecero il proprio luogo elettivo di incontro e di discussione, come ricorda lo stesso Carlo Belli:

Forse era la prima volta, nella storia dei cenacoli, che un gruppo di artisti riusciva a crearsi il proprio "caffè", costruito con le idee e gli intendimenti del gruppo: essenziale, angoloso lucente [...] messi in un Caffè di vecchio stile, non avremmo più saputo dirci una parola. Al *Craja* respirammo l'aria che avevamo domandato.



Fig. 4 — Nella pagina precedente, Luciano Baldessari, Bar Craja, studio di colore, Milano, 1930. FL-B-CASVA; segnatura BALD.I.D.4a.

Lì dentro covammo l'illusione di trasformare il Paese, insufflandogli uno spirito agile e fondo come quello che si respirava in altri Paesi d'Europa; lì dentro intessemmo colloqui corali sullo stato delle cose che allora potevano dirsi presenti e future. (Belli, 1988, p. 97)

Ricevuto l'incarico da Antonio Craja, Baldessari chiamò a collaborare con sé l'ingegnere e caro amico Ernesto Saliva (per i calcoli delle strutture in c.a.), il conterraneo architetto Gino Pollini (che aveva già coinvolto l'anno precedente nel progetto del Seminterrato Cantoni) e, su sollecitazione di quest'ultimo, anche il collega Luigi Figini (Baldessari, 1930b; Baldessari, 1930a; Baldessari, 1930c). La collaborazione con Figini e Pollini proseguirà nello stesso anno con l'arredamento dello *Studio per Collezionista*, l'anno successivo, con l'ampliamento della Stamperia De Angeli Frua e poi ancora nel *Padiglione della Stampa* (V Triennale di Milano, 1933).

Il *Bar Craja* è stato smantellato negli anni sessanta, dopo oltre trent'anni di attività, e della notizia si occupò anche la stampa locale con articoli dal tenore di *Hanno buttato giù il caffè d'avanguardia* (Bianchi, 1964). La completa ricostruzione 3D è stata realizzata recentemente da Laura Rosati nell'ambito della sua tesi di laurea magistrale dal titolo *Il Bar Craja riapre le porte. L'utilizzo dei dispositivi software per la ricostruzione degli interni* (2021), lavoro ottenuto confrontando le fotografie d'epoca in bianco e nero con il plastico in scala 1:50 realizzato negli anni ottanta da Zita Mosca Baldessari e Ferruccio Crepaldi a partire dal ritrovamento di una pianta del locale.⁷ L'individuazione dei colori e dei materiali utilizzati è stata possibile grazie agli articoli pubblicati sulla rivista *Casabella* (Persico, 1931a; S.T. 1934), alla testimonianza di Carlo Belli (Belli, 1988), a due studi di colore di Baldessari e al disegno realizzato nel 1995 dal pittore G. R. Dradi⁸ a partire da un'immagine fotografica in bianco e nero e da una prospettiva colorata, forse di Luigi Figini (Gregotti & Marzari, 1996, p. 116) e comunque seguendo le indicazioni di Enrica Craja, figlia di Antonio, che ha diretto il Bar fino al 1964 quando è stato completamente distrutto.

3. L'impianto spaziale, i materiali e i colori

Il carattere dichiaratamente moderno del *Bar Craja* era evidente già all'esterno nelle cinque ampie vetrine in cristallo con serramenti metallici di colore rosso vivo, nella presenza un po' misteriosa - in corrispondenza della vetrina centrale con serramento a filo esterno rispetto alle altre - cameriere-manichino in lamiera di alluminio colorata (opera di Marcello Nizzoli) che proteso vero la piazza attirava l'attenzione dei passanti; nel rivestimento delle pareti con sottili e lucide lastre di marmo verde (fino all'altezza del serramento) e

marmo nero (nella parte superiore)⁹ che delimitavano a tutta altezza il piano terra in contrasto con il rivestimento in pietra chiara dell'edificio; e, infine, nell'insegna in profilo metallico con la scritta "CAFFÈ CRAJA BAR" in stampatello a grandi caratteri, sottolineata da un sottile tubo al neon che creava nelle ore serali, unitamente all'illuminazione interna emanata dalle grandi vetrine, un suggestivo effetto scenografico accentuato dalla collocazione del Bar ad angolo tra la piazza e il vicolo che, anche grazie all'unitarietà del rivestimento in marmo, gli conferiva l'aspetto di una lanterna nella notte.

Fig. 5 — Luciano Baldessari (in collaborazione con L. Figini, G. Pollini), Bar Craja, 1930; fotografia degli anni cinquanta-sessanta del Novecento. FLB-MART; segnatura Bal.III.12.



Il bar era sollevato dal piano del marciapiede da un basso basamento in pietra, l'ingresso avveniva attraverso quattro delle cinque vetrine e la pianta aveva una configurazione ad "L" con due ambienti: uno, dove si trovava il bancone e la cassa e l'altro, una sorta di lungo "vagone" (così lo definiva Carlo Belli) articolato in tre parti da due mobili-contenitori a giorno, che fungevano da diafani e lucidi diaframmi bifronti, utilizzati come attaccapanni e per riporre oggetti utili al servizio bar. Tra i pochissimi oggetti sopravvissuti alla sua demolizione del 1964, è rimasto un servizio da caffè, prodotto in Germania dalla Kraft che porta il marchio del locale.¹⁰

Lo spazio era strutturato sulla base di un rigoroso assetto geometrico di linee e piani ortogonali convergenti in un ideale punto di fuga prospettico nella fontana in metalli nichelati di Fausto Melotti che era collocata nella parete di fondo vetrata, di fronte all'ingresso principale su vicolo Santa Margherita. Contribuiva, alla definizione geometrica dello spazio, il disegno a campiture

rettangolari del pavimento in tessere di ceramica bianca e verde opaca (chiaro e scuro) e nera lucida (per le fughe prospettiche) che si rispecchiava, invertendone i toni cromatici, nell'analogo disegno del soffitto luminoso a campiture rettangolari in vetro bianco laccato alla nitro che nascondeva la sorgente di luce e illuminava in maniera uniforme tutto il locale. La costruzione dello spazio e degli arredi si configurava come un'opera di design totale nella quale Baldessari utilizzò con grande cura e attenzione diversi materiali, molti dei quali modernissimi, scelti anche in relazione ai loro valori tattili, visivi e cromatici: lastre di marmo verde cipollino apuano nelle pareti perimetrali, boiserie in legno lucido scuro nella parete retrostante i divanetti in cuoio rosso sangue di bue, lastre di opalina grigia nella parete retrostante il bancone-bar, lastre di opalina verde per i rivestimenti del bancone-bar e del banco-cassa, lastre in opalina grigia per i pilastri profilati in metallo nichelato lucido, legno nero con opalina verde e metalli nichelati opachi nei diaframmi, serramenti metallici verniciati di rosso acceso e tubi del riscaldamento laccati di giallo; i tavolini (realizzati, come le sedie, dalla ditta *Bega* di Milano) erano in noce con base di metallo e gomma, bordature in acciaio cromato lucido e superficie del piano in lastre di marmo verde Roja.

Nel *Bar Craja* l'impianto geometrico dello spazio e la sensibilità nella scelta e nell'accostamento dei materiali - siano essi moderni (metallo lucido, vetro opalino, cristallo) o tradizionali (legno, marmo, ceramica) - pone Baldessari in diretta sintonia e continuità con Adolf Loos e Mies van der Rohe. Nel 1916 durante la sua permanenza a Vienna era probabilmente entrato nel celebre *America Bar* realizzato da Loos sulla *Kartnerstrasse*: un locale caratterizzato dalla qualità dei diversi materiali - dalle venature del marmo a quelle della boiserie in mogano lucido, sormontata da una fascia di specchi che dilatava le dimensioni contenute del locale, ai piani in vetro opalino dei tavolini - e da una geometria precisa sottolineata dal soffitto a cassettoni (in lastre di marmo) e dal pavimento a scacchiera in marmo bianco e nero. Con Mies van der Rohe aveva avuto dei contatti durante il soggiorno a Berlino e ebbe occasione poi di rincontrarlo nel 1929 all'Esposizione internazionale di Barcellona, a cui Baldessari partecipò allestendo gli *Stands* per i tessuti italiani¹¹, e soprattutto ebbe l'opportunità di visitare il celebre *Padiglione*, progettato dal maestro tedesco con un rigoroso impianto geometrico nel quale preziose lastre in marmo erano affiancate all'acciaio cromato lucido dei pilastri cruciformi e ai serramenti in metallo con grandi superfici vetrate. Assonanze con la poetica di Mies van der Rohe si ritrovano anche nello *Stand De Angeli Frua* (IV Triennale di Monza, 1930) caratterizzato da una maglia geometria ortogonale di pilastri e pareti verticali, in cui però Baldessari inserisce una parete con andamento a S che moltiplica i punti di vista e conferisce movimento ad una

composizione altrimenti bloccata. Un rigore geometrico totale si ritrova, invece, negli interni per il Calzaturificio di Varese (Milano, 1929) che Cesare De Seta considera uno degli “spazi razionalisti più luminosamente astratti di quel tempo” (1972, p. 228).

L'utilizzo del colore in architettura, con particolare riferimento agli interni e a colorazioni molto vivaci con accostamenti cromatici anche inusuali, è una caratteristica peculiare dell'opera di Baldessari e derivava dalla sua sensibilità pittorica ma anche dall'influenza di Bruno Taut, che aveva conosciuto durante il soggiorno a Berlino e che considerava “il più grande di tutti” (Raggi, 1981, p. 17) lamentando addirittura il fatto che non fosse stato da Walter Gropius coinvolto nella didattica della Bauhaus. A Taut si devono architetture colorate, che Baldessari conosceva bene, quali ad esempio il Padiglione di Vetro all'esposizione del Werkbund di Colonia del 1914 e le Siedlungen a Magdeburgo e Berlino (anni venti). Oltre al Bar Craja, l'uso del colore si ritrova in quegli stessi anni nei progetti per il seminterrato Cantoni e per l'appartamento Spadacini di cui si sono conservati numerosi studi cromatici¹² che dimostrano come per Baldessari, al pari di Taut, il colore non avesse un significato decorativo quanto piuttosto fosse utilizzato per i suoi valori costruttivi: usare un colore o un tono cromatico rispetto ad un altro significava ottenere un risultato diverso dal punto di vista, ad esempio, della profondità di campo e del suo valore sul piano visivo. Un bar dichiaratamente moderno che presentava sulle pareti e sul soffitto ampie campiture di colore era il Caffè-Cabaret *Aubette* di Teo Van Doesburg a Strasburgo (1922) ma la differenza stava nell'uso di colori puri,

Fig. 6 — Ricostruzione 3D del Bar Craja a cura di Laura Rosati.



tipici della poetica del De Stijl, mentre nel *Bar Craja*, Baldessari utilizza diversi toni cromatici, alcuni propri di singoli materiali (il marrone scuro del legno, il verde del marmo, il grigio dell'acciaio) e altri applicati (il verde e il grigio del vetro opalino, il verde, il bianco e il nero delle tessere di ceramica, il rosso dei serramenti, il giallo dei caloriferi). Diversa, rispetto al bar milanese, era anche la policromia utilizzata nel *Bar Tic Tac* di Giacomo Balla (Roma, 1921) e nel *Cabaret del Diavolo* di Fortunato Depero (Roma, 1922), entrambi caratterizzati dalla completa decorazione dello spazio (pavimenti, soffitti e arredi) con un ampio e caotico repertorio di figure fantastiche (angeli, diavoli danzanti, ballerine, ecc.), fiamme, elementi vegetali e motivi astratti che volevano essere la concreta rappresentazione della Ricostruzione futurista dell'Universo.

4. Il vetro opalino, il manichino di Nizzoli e la fontana in metalli nichelati di Melotti.

Tra i materiali moderni presenti nel Bar Craja un ruolo da assoluto protagonista lo assume il vetro, declinato nei cristalli trasparenti delle ampie vetrine, nel cristallo trasparente e fumé della fontana di Melotti, ma soprattutto il nuovissimo vetro opalino che poteva essere semitrasparente o anche opaco, e che Baldessari usa in diverse gradazioni cromatiche - bianco, verde e grigio - nel rivestimento dei pilastri e della parete retrostante il bancone-bar (e anche nelle mensole), nel velario luminoso a soffitto, nel mensole dei diaframmi che scandiscono lo spazio del *vagone*, nel bancone-bar e nel banco-cassa. Mentre lavorava a questo progetto Gino Pollini esaltava in un articolo sulla rivista *Natura* il valore del vetro nell'architettura moderna, con parole che si adattano perfettamente al *Bar Craja*:

Cristallo, materiale meraviglioso che la tecnica moderna ci offre in variatissimi aspetti. Cristalli diversamente colorati con l'aggiunta di acidi, trasparenti, o resi opachi, semitrasparenti, *fumé*, a mezzo di nuovi procedimenti chimici; cristalli perfettissimi, realizzabili in superfici immense piane o ricurve, straordinariamente decorative. (1930, p. 53)

Il vetro opalino, prodotto in grandi lastre dalla fabbrica pisana *Specchi e Lastre Colate di Vetro*, era una tipologia di vetro a forte spessore (poteva raggiungere anche i 14 mm.) e trattato in modo da risultare molto resistente, perfettamente aderente alla superficie da applicare, piacevole alla vista e al tatto, riflettente, lucido e liscio, facile da pulire e quindi igienico. Baldessari fu tra i primi ad utilizzarlo - il *Bar Craja* compare in un articolo promozionale sulla rivista *Casabella* (S.T., 1934) - non solo come rivestimento di pareti e soffitti ma anche come finitura per il bancone-bar e il banco-cassa.

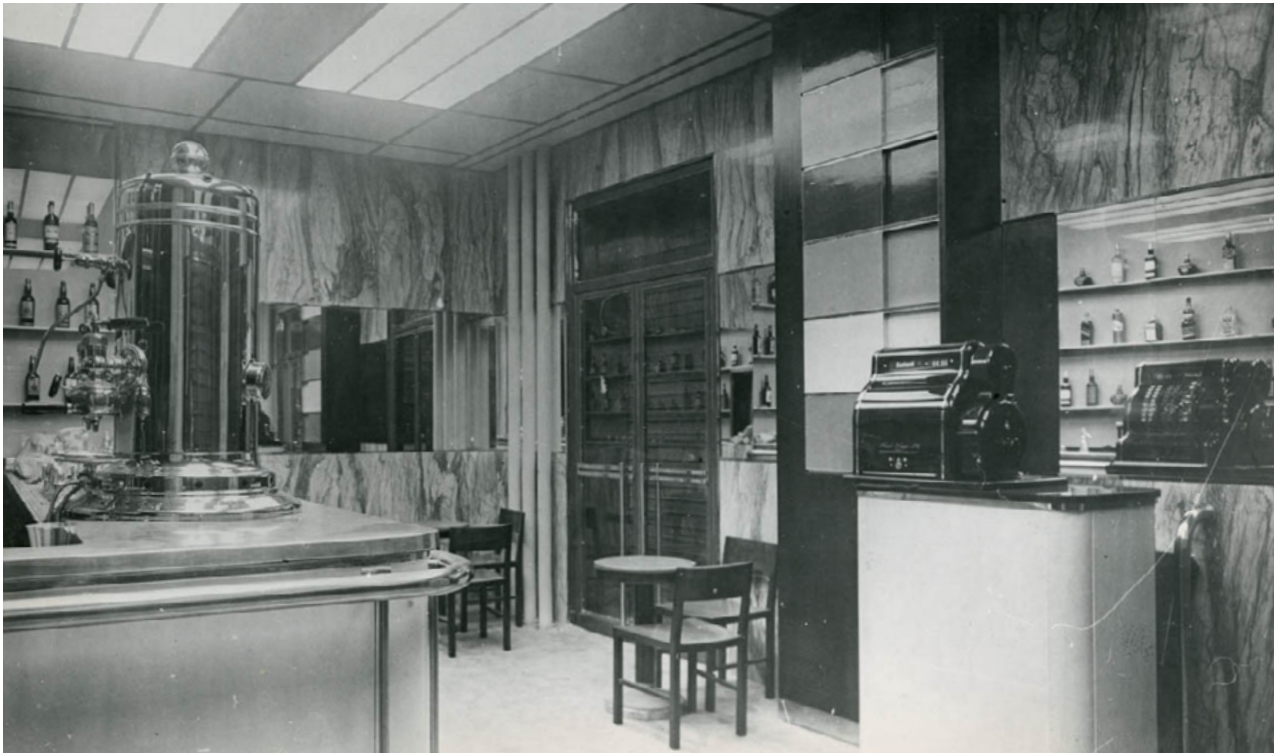


Fig. 7 — Nella pagina precedente, in alto, Luciano Baldessari (in collaborazione con L. Figini, G. Pollini), interno del Bar Craja, 1930; fotografia degli anni cinquanta-sessanta del Novecento. FLB-MART; segnatrice Bal.III.12.

Fig. 8 — Nella pagina precedente, in basso, Ricostruzione 3D del Bar Craja a cura di Laura Rosati.

Il bancone-bar campeggiava nell'interno del locale e aveva una forma ad "L", che sottolineava la pianta del locale, con una curvatura nel punto di raccordo tra le due parti (l'una lunga quasi 6 metri e l'altra lunga quasi 2 metri); da notare, oltre al rivestimento in opalina verde, la presenza del tubolare in acciaio cromato sia nel profilo alto che nella parte bassa (come appoggio per i piedi). Il tubolare in acciaio cromato, materiale ultramoderno e icona del razionalismo, è utilizzato nello stesso anno da Walter Gropius e Marcel Breuer nel bancone del Lounge Bar (oltre che nelle sedie e nei tavolini) all'Esposizione del Werkbund di Parigi. Il tubolare d'acciaio si ritrovava anche nel *Velvet and Silk Caffè*, realizzato nel 1927 da Mies van der Rohe e Lilly Reich all'interno della Mostra *Die Mode der Dame* organizzata dall'Associazione dei produttori di seta tedeschi: velluti di colore nero, arancione e rosso e sete di colore oro, argento e giallo erano appesi a tubi in acciaio curvati che creavano delle isole in cui erano posizionate sedute e tavolini in tubolare d'acciaio. Nella già citata Esposizione di Barcellona, Baldessari aveva utilizzato l'acciaio cromato realizzando un manichino dalla compenetrazione di un tronco di cono e di cilindro a cui conferì movimento inserendo un sinuoso e spaziale elemento tubolare su cui appoggiare i tessuti. Questo manichino, che nelle sue successive elaborazioni progettuali diventerà la lampada *Luminator*, rappresentava una originale reinterpretazione in senso geometrico e astratto dell'uomo meccanico futurista e dei manichini di Alexander Archipenko, che Baldessari conosceva bene al punto di acquistarli a Berlino e utilizzarli per l'allestimento della *Mostra della Seta* a Villa Olmo (suo primo lavoro al rientro da Berlino) e dei manichini di Oscar Schlemmer, in particolare *l'Abstrakte Figur* (1921-1923), che aveva conosciuto a Berlino e di cui può aver visto *l'Amleto* alla Volksbühne nel 1924 oppure la rivista *Wieder Metropol* al Metropol Theater nel 1926, come risulta dagli studi di Cimoli del 2007.

Nel *Bar Craja*, Baldessari decise di non inserire un proprio manichino, forse perché le grandi dimensioni del *Luminator* non erano consone a quelle del locale oppure più probabilmente perché intendeva inserire un elemento figurativo come contrappunto all'impianto geometrico e astratto dello spazio, seguendo così la stessa linea di Mies van der Rohe che nel Padiglione di Barcellona aveva collocato la scultura di Kolbe, *Der Morgen*, che rappresentava una figura femminile che usciva dall'acqua e alzava le braccia verso il cielo. Offrì allora a Marcello Nizzoli, che aveva già disegnato dei manichini per la società *Viscosa* (in acciaio, cartone e lamiera), l'incarico di creare una figura da collocare nella grande vetrina verso piazza Ferrari: il manichino, di disegno futurista, era *double face* (sdoppiato in due diverse facce) e con i suoi metalli colorati che riflettevano la luce, creava un'atmosfera suggestiva all'interno del locale e, nello stesso tempo, attirava l'attenzione dei passanti invitandoli quasi ad entrare.

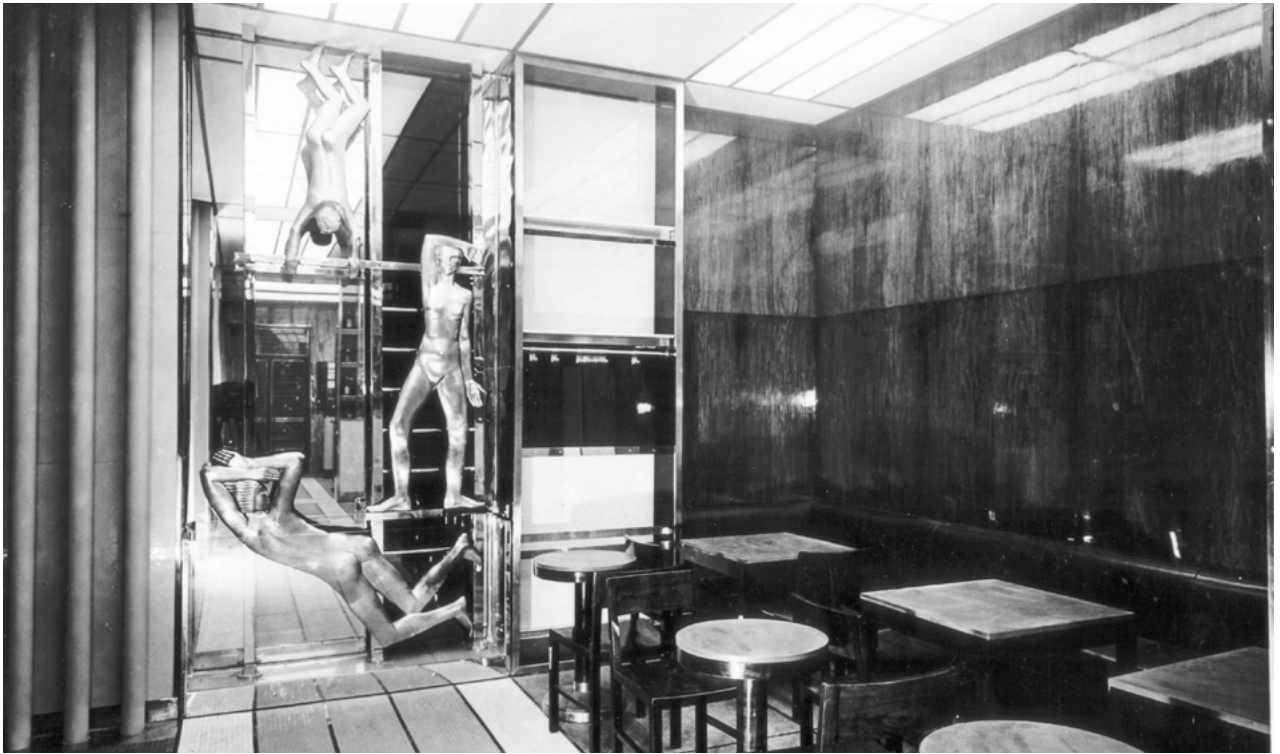


Fig. 9 — Nella pagina precedente, in alto, Luciano Baldessari (in collaborazione con L. Figini, G. Pollini), interno del Bar Craja, 1930; fotografia degli anni cinquanta-sessanta del Novecento. FLB-MART; segnatura Bal.III.12.

Fig. 10 — Nella pagina precedente, in basso, Ricostruzione 3D del Bar Craja a cura di Laura Rosati.

La naturalezza della figura umana era tuttavia raffreddata dalla geometria delle forme e dall'uso dei metalli. Affidò, inoltre, al suo amico e conterraneo, Fausto Melotti, che aveva già collaborato con lui nella citata *Mostra della Seta* con i suoi "sciali piatti", l'incarico di realizzare una fontana da collocare sulla parete di fondo in corrisponde all'ingresso principale su vicolo santa Margherita. Melotti realizzò l'opera *Icaro che sfugge le stelle*, una fontana-scultura in metalli nichelati lucidi e opachi, cristalli trasparenti e fumé, con una grande specchio senza cornice in cui si riflettevano le figure umane:

Tre figure di atleti, in metalli nichelati, e di grandezza poco più che naturale, giocavano presso la fontana. Uno era addirittura nella vasca di vetro, mezzo dentro e mezzo fuori, con il sedere al pelo dell'acqua; un altro aveva l'aria di esserne appena uscito; il terzo, lassù in alto, stava eseguendo la ruota del gigante, afferrato con le mani a una sbarra. (Belli, 1988)

Nel Bar Craja, la tensione futurista verso una progettazione totale improntata alla *messa in scena* dello spazio dell'architettura, come fosse una rappresentazione teatrale, è controllata e quasi raggelata in un rigoroso impianto razionalista che trae le sue motivazioni dall'influenza dell'espressionismo tedesco e del costruttivismo, e che si ritroverà anche nelle opere degli anni trenta. Gli stimoli e le sollecitazioni culturali maturati durante il soggiorno berlinese, riaffioreranno a distanza di anni - dopo un lungo soggiorno a New-York (1939-48), altrettanto denso di incontri e di sollecitazioni - nella straordinaria serie dei *Padiglioni Breda* (1951-55) dove diedero vita a originali forme plastiche che si liberavano nell'aria coinvolgendo i visitatori come fossero attori partecipi della stessa composizione spaziale e del resto, in ultima analisi, per Baldessari "tutto è teatro; la vita è anche teatro, la vita è solo teatro, non viviamo che di teatro, sempre" (1978).

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- BALDESSARI, L. (1916). Lettera al fratello Mario. 3 aprile 1916. Archivio Mosca Baldessari, Milano.
- BALDESSARI, L. (1930a). Lettera al fratello Mario. 23 maggio 1930. Fondo Luciano Baldessari: Mart, Rovereto.
- BALDESSARI, L. (1930b). Lettera a Gino Pollini, 23 maggio 1930. Fondo Luciano Baldessari: Mart, Rovereto.
- BALDESSARI, L. (1930c). Lettera a Gino Pollini e Luigi Figini, 17 agosto 1930. Fondo Luciano Baldessari: Mart, Rovereto.
- BALDESSARI, L. (1971). Bar Craja. In AA. VV. *Milano 70/70: un secolo d'arte. Dal 1915 al 1945*. Catalogo della mostra, 28 aprile-10 giugno 1971 (pp. 171-172). Museo Poldi Pezzoli.
- BALDESSARI, L. (1976). Intervista rilasciata a Cesare De Seta, Biennale di Venezia, 9 luglio 1976, pp. 4-5. Archivio Luciano Baldessari, Dipartimento di Design, Politecnico di Milano.
- BALDESSARI, L. (1978). Intervista alla radio svizzera. Archivio Luciano Baldessari, Dipartimento di Design, Politecnico di Milano.
- BELLI, C. (1988). *Il volto del secolo. La prima cellula dell'architettura razionalista italiana*. Lubrina.
- BIANCHI, P. (1964, luglio 28). Hanno buttato giù il caffè d'avanguardia. *Il Giorno*, 12.
- IRACE, F. & CIAGÀ, G. L. (2013). *Design&CulturalHeritage. Archivio Animato*. Electa.
- CIMOLI, A. C. (2007). *Luciano Baldessari a Berlino e New-York*. Casva.
- DE SETA, C. (1972). *La cultura architettonica in Italia tra le due guerre*. Laterza.
- FAGONE, V. (a cura di) (1982). *Baldessari: progetti e scenografie*. Electa.
- GREGOTTI, V. & MARZARI, G. (a cura di) (1996). *Figini e Pollini. Opera completa*. Electa.
- IRACE, F. (2005). Uomini di uno strano destino. In G. L. Ciagà (a cura di), *Luciano Baldessari e Milano. Progetti e realizzazioni in Lombardia* (pp. 15-21). Casva.
- PERSICO, E. (1931a, aprile). La città che si rinnova. *Casabella*, 40, 16-19.
- PERSICO, E. (1931b, novembre). Punto e da capo per l'architettura. *Domus*, 83, 1934, 1-9.
- PICA, A. (1941). *Architettura moderna in Italia*. Hoepli.
- PIERI, M. (1950). *I marmi d'Italia: graniti e pietre ornamentali*. Hoepli.
- POLLINI, G. (1930, aprile). Il vetro nell'architettura moderna. *Natura*, 51-55.
- RAGGI, F. (1981 giugno). La vita è un magnifico incidente. Colloquio con Luciano Baldessari. *Modo*, 40, 17-20.
- RASERA, F. (2011). *Studenti e professori dell'Istituto Tecnico di Rovereto (1855-2005): esperienze e protagonisti di una scuola europea*. Osiride.
- ROSATI, L. (2021). *Il Bar Craja riapre le porte. Utilizzo di dispositivi software per la ricostruzione degli interni*. Tesi di Laurea Magistrale in Design degli Interni, Scuola del Design, Politecnico di Milano. Relatore: Ciagà G. L., correlatore: Mosca Baldessari, Z.
- S.T. (1934, maggio). I rivestimenti in vetro opalina. *Casabella*, 38-39.

NOTE

- ¹ Politecnico di Milano, Dipartimento di Design, Programma *FARB 2011*, *L'Archivio Luciano Baldessari. Traduzione on-line dei progetti di interni e di allestimento, coordinamento scientifico* G. L. Ciagà; partecipano alla ricerca Casva, Comune di Milano e Mart di Rovereto; design delle interfacce a cura del Laboratorio Density Design, Dipartimento di Design, Politecnico di Milano <http://baldessari.densitydesign.org/opere/>
- ² Il volume a cui si fa riferimento fa parte della collana Design&CulturalHeritage realizzata dal Dipartimento di Design del Politecnico di Milano con i fondi MIUR del Progetto PRIN2008 dal titolo *Il design del patrimonio culturale tra storia, memoria e conoscenza. L'Immateriale, il Virtuale, l'Interattivo come materia di progettazione nel tempo della crisi*.
- ³ I percorsi tematici sono i seguenti: Biografia di Luciano Baldessari, Luciano Baldessari e le Triennali, Rovereto, Gli anni della formazione, Baldessari a Berlino e New-York.
- ⁴ Si ricordano, in particolare, gli architetti Giorgio Wenter Marini e Giovanni Tiella, i pittori Tullio Garbari e Carlo Cainelli, l'ingegnere ed editore Riccardo Maroni.
- ⁵ A Berlino Luciano Baldessari riesce a organizzare tre importanti mostre personal: nel 1923 presso la Galleria Casper in Kurfürstendamm n. 233, nel 1924 presso lo studio di Edgar Ansel Mowrer, corrispondente del "The Chicago Daily News", e nel 1925 presso la celebre Galleria Fritz Gurlitt in Postdamerstrasse n. 113. Cfr. Cimoli (2007).
- ⁶ Le scenografie di Baldessari (11 progetti per un totale di 38 bozzetti realizzati dal 1923 al 1929 a Berlino e a Milano) sono conservate nel Fondo Luciano Baldessari, Casva, Comune di Milano (d'ora in poi FLB-CASVA): www.lombardiabeniculturali.it/archivi/complessi-archivistici/MIBA0088FD/.
- ⁷ Le fotografie d'epoca in bianco nero del Bar Craja sono conservate nel: FLB-MART; Archivio Figini e Pollini, Fondo Carlo Belli, Mart, Rovereto; Archivio Fausto Melotti; Fondo Figini e Pollini, CSAC, Parma. Il plastico realizzato da Z. Mosca Baldessari e F. Crepaldi è conservato nel FLB- CASVA.
- ⁸ I due studi di colori di L. Baldessari e il disegno di G.R. Dradi sono conservato nel FLB-CASVA.
- ⁹ Per individuare la tipologia di marmo utilizzata nel rivestimento esterno del Bar Craja, Laura Rosati ha confrontato le fotografie d'epoca in bianco/nero con le immagini e le descrizioni contenute nel manuale di Pieri (1950). Ha così individuato come materiali il marmo verde Accoglio, un marmo dal fondo nero, con abbondanti venature verde chiaro e bianche, e il marmo nero di Ormea, un marmo dalle tonalità che vanno dal grigio scuro al nero, striato da venature bianche.
- ¹⁰ FLB-CASVA www.lombardiabeniculturali.it/archivi/complessi-archivistici/MIBA00890F/
- ¹¹ Luciano Baldessari ha avuto l'incarico per gli Stands dei tessili tessili all'Esposizione internazionale di Barcellona (1929) dall'ingegnere Raimondo Targetti, Commissario generale del Governo per la sezione italiana. Nell'Archivio Mosca Baldessari è conservata una stampa fotografica che ritrae Baldessari a Barcellona in compagnia di Gio Ponti.
- ¹² FLB-CASVA www.lombardiabeniculturali.it/archivi/complessi-archivistici/MIBA008911/

Totem-Memphis

L'asse Lione-Milano nell'identità del design francese degli anni ottanta

PIA RIGALDIÈS

École Nationale des Chartes

Nel settembre del 1981, in occasione del Salone del Mobile di Milano, i giovani ebanisti del gruppo lionese Totem attraversarono per la prima volta le Alpi. L'incontro con il design di Memphis fu una vera e propria rivelazione che legò definitivamente la storia di Totem con la cultura italiana del design.

Questo paper indaga le relazioni tra Totem et Memphis nel corso degli anni ottanta tramite il concetto di trasferimenti culturali, termine coniato da Michel Espagne e Michael Werner.

Oggetto di analisi sono i fenomeni di ibridazione e di appropriazione reciproci tra il design di Memphis e lo studio Totem a Lione. L'obiettivo, più precisamente, è quello di spiegare l'importante ruolo del design di Memphis nell'affermarsi dello studio Totem a Lione e, viceversa, quello del gruppo Totem nel processo d'introduzione del design postmoderno in Francia.

Il caso Totem-Memphis si interroga sulla validità del paradigma nazionale e dimostra il ruolo del modello italiano, tra fantasia e realtà, adesione e rifiuto, nella costruzione volontaristica di un'identità francese del design negli anni ottanta.

PAROLE CHIAVE

Trasferimenti culturali
Studio Totem
Memphis
Storia transnazionale
Archivio inedito

1. Introduzione

Il “Memphis francese”: ecco come i giornalisti francesi degli anni ottanta parlavano del design del gruppo lionese Totem e ne sottolineavano le somiglianze sorprendenti con il design del gruppo milanese. Totem visse in modo ambivalente e contraddittorio il paragone con il gruppo Memphis, con cui mantenne strette relazioni dal 1981 all'inizio degli anni novanta, oscillando tra il beneficio di una visibilità internazionale e il rifiuto orgoglioso di essere definito come una semplice imitazione dello “stile Memphis”.

Tuttavia, lo *story-telling* attuale di Totem, o meglio la sua auto-narrazione, analizzata attraverso le interviste condotte presso i membri fondatori che hanno animato lo studio dal 1980 al 1987¹, inizia in gran parte a delinearasi durante il viaggio a Milano dell'autunno 1981 e con l'incontro con Alchymia e Memphis. L'archivio inedito e completo di Totem², conservato a Lione nello

studio ancora attivo³, pone il gruppo lionese al centro di in una rete professionale e culturale internazionale, in una catena di relazioni sociali facilmente rintracciabili a livello geografico.

La corrispondenza del gruppo Totem è già di per sé sufficiente per capire la sua scelta di orientarsi verso la scuola di design italiana che sintetizziamo con la nozione di "italianismo". Le varie partecipazioni a mostre, saloni e edizioni di mobili permettono di individuare le relazioni al contempo amicali e professionali tra Totem et Memphis durante gli anni ottanta.

Va immediatamente segnalato che la questione si estende al di là della semplice circolazione di modelli estetici e teorici. A questo proposito, ci soffermeremo sui fenomeni di ibridazioni e di appropriazione verificatisi tra i due gruppi, esaminando nel dettaglio l'apporto del design di Memphis nell'esperienza artistica dello studio Totem a Lione tramite il concetto di *trasferimenti culturali* ideato da Michel Espagne e Michael Werner alla fine degli anni ottanta (Joyeux-Prunel, 2003). Nell'ambito della corrente della storia globale che tocca anche - e forse, soprattutto - il design (Fallan & Lees-Maffei, 2016; Adamson, Riello & Teasley, 2011), i trasferimenti culturali si riferiscono a fenomeni dovuti al "passaggio di un oggetto culturale da un contesto all'altro" (Espagne, 2013). L'ambizione storiografica è, al tempo stesso, di andare oltre la storia comparata e approfondirla.

Le relazioni di Totem e Memphis, le loro storie al contempo parallele e incrociate, radicate in un territorio preciso e connesse all'Europa e al mondo, invitano ad un approccio geografico e culturale del design. Quest'ultime permettono inoltre di riflettere alle nozioni di italianità e di modello come concetti vissuti e costrutti dall'estero. Vedremo attraverso il caso di Totem come, negli anni ottanta, il cosiddetto modello italiano del design oscilla tra adesione e rifiuto, fantasia e realtà nella mente degli attori del design in Francia e qual è il suo ruolo nella costruzione volontaristica di un'identità francese del design.

2. 1981 e l'epifania milanese

Tra il 1980 e il 1981, nel corso dei pochi mesi in cui si sente parlare per la prima volta di postmodernità, la storia mondiale del design venne sconvolta nel suo assetto formale e teorico. In Italia, la paternità di questa nuova visione è sempre stata attribuita, o meglio rivendicata, dal gruppo Memphis.

Iniziamo col ricostruire la cronologia dell'anno 1980-1981, decisiva su più piani. Oltre a quello generale della storia del design, si tratta anche di un anno significativo per la storia di Memphis e Totem, poiché la nascita di entrambi i gruppi si colloca in questo periodo.

Nel 1980, qualche mese dopo il loro primo incontro, Frédérick du Chayla (nato nel 195), Claire Olivès (1958), Jacques Bonnot (1950) e Vincent Lemarchands



Fig. 1 — Alessandro Mendini fotografato da un membro di Totem a Milano, circa 1981. Archivio Totem.

(1960), tutti ebanisti, aprirono nella loro città natale, Lione, un *atelier* comune di restauro e di creazione, situato nel quartiere della Croix-Rousse. Nell'autunno di quello stesso anno, Ettore Sottsass lasciò lo studio Alchymia e, tra la fine dell'anno 1980 e l'inizio del 1981, fu creato a Milano sotto la sua guida il gruppo Memphis (Radice, 1984). Dall'altra parte delle Alpi, il successo dei primi mobili in legno di Totem fu molto immediato: a febbraio furono esposti nella galleria Envers a Lione e a giugno entrarono nello showroom del VIA (comitato per la Valorizzazione dell'Innovazione nell'Arredamento) a Parigi. In occasione di questa prima mostra a Lione, il giornalista Jean Rouzaud, probabilmente colpito dalle similitudini indiscutibili tra le produzioni, cita, per la prima volta, i nomi di Alchymia e Memphis di fronte ai designer del gruppo Totem.

Le strade dei due gruppi si incrociarono, letteralmente parlando, poco tempo dopo. Nel settembre 1981, in occasione del Salone del Mobile di Milano, i giovani ebanisti del nuovo gruppo Totem, seguendo il consiglio di Rouzaud, attraversarono per la prima volta le Alpi. Perché questo viaggio è così importante per la storia di Totem? Innanzitutto, esso costituisce il fondamento del tessuto relazionale del gruppo per tutto il decennio ottanta. Incontrarono in un primo tempo i fondatori di Alchymia, Alessandro Mendini e Alessandro Guerriero, come testimonia l'archivio fotografico del gruppo. Grazie a queste prime relazioni instauratesi tra i membri dei due gruppi, i quattro lionesi furono man mano introdotti nella cerchia sociale del mondo del design a Milano ed entrarono così a contatto con Sottsass, figura tutelare di questo microcosmo (Fig. 1).

Questo viaggio non è soltanto importante per il capitale sociale (nella definizione di Bourdieu) che esso offre a Totem, ma anche per il suo ruolo nell'ego storia del gruppo e nel suo fermento coesivo. Nelle interviste a cui parteciparono Frédéric du Chayla e Vincent Lemarchands, si sottolinea come il Salone del Mobile dell'autunno 1981 agisca da mito fondatore. Non tanto per ciò che i membri di Totem videro nei vari *stands* o perché furono ispirati da idee innovative e dalla sperimentazione con nuove forme, ma per la scoperta di quella che percepirono come la cultura italiana del design. Nelle loro interviste⁴, descrivono questo momento come una rivelazione quasi mistica: dell'atmosfera generale del Salone, ricordano l'equazione inaspettata tra design e atmosfera di festa, tra design e socialità frenetica. È proprio in questo luogo e in quest'occasione che si assiste alla prima rottura nella loro rappresentazione professionale e culturale del design, vista dalla prospettiva francese. Il paragone tra la storiografia italiana e francese evidenzia la superficialità della cultura del design in Francia prima degli anni ottanta: l'interesse dei consumatori come quello dei creatori non è spiccato, e tantomeno lo è l'attenzione rivolta alle strutture di mediazione e di insegnamento.

I quattro ebanisti tornano nell'*atelier* lionese sbalorditi dal viaggio a Milano, pieni di una potente energia creativa e allietati di aver scoperto un mondo con una visione comune alla loro. Durante gli anni ottanta, la partecipazione al Salone del Mobile divenne una tradizione per Totem, e permise di mantenere rapporti stretti con Mendini, Guerriero e Sottsass. Essi non furono però gli unici designers francesi della generazione ottanta ad aver vissuto un'esperienza iniziatica dall'altra parte delle Alpi: a questo proposito, è opportuno ricordare - senza soffermarsi particolarmente in quanto si tratta di un argomento già ampiamente discusso -, l'esempio di Philippe Starck, fortemente significativo per quanto riguarda l'italianismo dei designer francesi. Comunque, sembra che nell'esplosione del design postmoderno, l'Italia ritrovò in un certo modo la tradizione ottocentesca del Gran Tour, generatrice di un mito dell'italianità in tutta Europa.

L'epifania milanese del 1981 legò definitivamente l'attività di Totem al design italiano. Bisogna tuttavia ricordare che, malgrado l'inclinazione molto pronunciata per il design italiano, l'italianismo emergente del gruppo aveva la particolarità di essere *ex novo*. Effettivamente, studiando i profili sociologici dei membri, non si trovano segni di un italianismo latente nei loro riferimenti culturali, a partire dalla conoscenza della lingua. Per esempio, quando veniva chiesto loro come facessero a comunicare, il gruppo rifuggiva dal rispondere con precisione e l'evasività delle risposte sembrava suggerire una qualche spontaneità nella relazione con Memphis, senza ricorrere necessariamente ad una spiegazione razionale.

Eppure, è facile individuare e comprendere i motivi per cui, prima dell'autunno 1981, il *background* culturale del design di Totem non fosse stato ancora contaminato dalla tendenza italiana. Il primo fattore riguarda la formazione professionale dei membri di Totem, tutti e quattro ebanisti. Il fatto che i suoi membri condividessero, alla base, un simile percorso scolastico e professionale è determinante: cresciuti nella cultura del mobile antico di legno massello, quest'ultimi non erano intenzionati a generare novità e non avevano quindi alcuna conoscenza delle innovazioni introdotte dal design italiano degli anni sessanta. L'incontro di Totem con la creatività italiana non è estraneo alla logica dell'evoluzione dello studio lionese. *Atelier* di restauro e di creazione in un primo tempo, i documenti contabili dimostrano come i profitti legati all'attività di creazione superassero progressivamente quelli del restauro di mobili antichi, attività poi definitivamente abbandonata nel 1984, quando il gruppetto di artisti/artigiani si trasforma in un vero e proprio studio di design.

L'altro fattore che spiega l'ignoranza della storia del design italiano è legato al contesto storiografico generale. Negli anni settanta, il design italiano stava

attraversando un periodo di eclissi in Francia. L'interesse suscitato dalle innovazioni tecniche di materiali industriali, tra cui la plastica, stava lentamente scemando e, contemporaneamente, emergevano pareri che consideravano l'esperienza dei *Radicals* estrema e inutile. Nel 1977, il modo in cui Yolande Amic, conservatrice del Museo di Arti decorative di Parigi, presentò la ditta piemontese Gufram rivela la china discendente che il design italiano aveva iniziato a percorrere nel contesto culturale francese.⁵

È forse sulla nota un po' minore ma sana e allegra - il neorealismo pittorresco di questo caso poco rilevante [Gufram] - che si chiude il ciclo della brillante creatività italiana degli anni sessanta, ormai svuotata della sua sostanza, dissoltasi in vani sforzi di presentazione e dispersa in sottigliezze negative (p. 349).

Da un punto di vista storiografico e metodologico, è particolarmente interessante l'assenza di un terreno fertile alla diffusione della cultura italiana del design. Infatti, la situazione di base appena constatata permette di individuare la rete di dinamiche e di ragionamenti che hanno reso possibile i trasferimenti tra Memphis e Totem dopo il 1981.

3. Struttura del gruppo e progettazione collettiva: punti comuni tra Totem e Memphis

Prima di poter analizzare i meccanismi degli scambi sociali, estetici e culturali tra Totem e Memphis, occorre osservare i diversi tratti comuni nella struttura di ciascun gruppo.

Entrambi i gruppi svilupparono una forma di progettazione collettiva molto diversa da quella della generazione degli anni sessanta. Nella miriade di gruppi più o meno grandi di designer che nacquero attorno al maggio Sessantotto, c'era l'idea che la creatività dell'individuo dovesse essere al servizio del progetto collettivo, se non addirittura fondersi completamente nel gruppo, diventandone un tutt'uno (Galimberti, 2017). Nel caso di Totem e di Memphis, gruppo non significa assolutamente cancellazione dell'individuo. *L'atelier* di Totem era concepito come uno spazio comune in cui ciascuno realizzava il proprio progetto, dall'ideazione alla fabbricazione, richiedendo talvolta il parere o le competenze personali degli altri membri. Questa forma precoce di *coworking* perdurò anche quando lo spazio di lavoro comune evolse nel 1983, da falegnameria con strumenti e macchine a studio di design con tavoli da disegno (Fig. 2).

Anche nei progetti collettivi di mobili Totem, la dinamica individuale viene conservata e valorizzata. Nel 1982, per il tavolo *Totem Exquis*, i quattro designer scelsero di disegnare e fabbricare ciascuno un piede (Musée d'art moderne de Saint-Étienne, 2000).

Fig. 2 — Nella pagina seguente, da sinistra a destra: Frédéric du Chayla, Jacques Bonnot, Claire Olivès e Vincent Lemarchands nell'atelier di Totem prima del 1984. Archivio Totem.



Fig. 3 — *Totem Exquis*, Totem, 1982. Courtesy Studio Totem.



Questo mobile sintetizza la rappresentazione del lavoro di gruppo per Totem, ossia un'evoluzione che non corrisponde a una ricerca di omogeneità (Fig 3). L'idea del gruppo come sovrastruttura e cornice di nuove possibilità creative è anche molto presente da Memphis. I giovani designer che gravitavano attorno a Sottsass erano numerosi - si possono citare, senza pretese di esaustività, Marco Zanini, Aldo Cibic, Matteo Thun, Martine Bedin, Nathalie Du Pasquier, George J. Sowden - e formano un gruppo in costante evoluzione nella sua composizione, in cui le collaborazioni tra i membri o con designer esterni sono sempre state occasionali. Le produzioni di Memphis e di Totem sono firmate dal nome del progettista, peculiarità che fa del gruppo un'organizzazione volta all'edizione e del suo nome un'insegna commerciale.

La particolarità di Memphis dal punto di vista della sua struttura consiste soprattutto nella sua internazionalità. I primissimi membri contano diversi stranieri come Matheo Thun, nativo di Salzburg, o Martine Bedin e Nathalie du Pasquier, due Francesi originari di Bordeaux. Quando entrarono a far parte di Memphis nel 1981, questi tre designer e artisti vivevano già a Milano dove si erano trasferiti per cercare lavoro o per completare la loro formazione. I legami di Memphis con la Francia tramite Martine Bedin e Nathalie du Pasquier hanno probabilmente agevolato l'inserzione dei quattro lionesi quan-

do arrivarono per la prima volta a Milano nel settembre del 1981. Per loro, fu immediatamente immaginabile far parte di un tale collettivo numeroso e vario, situato in una città che, durante il Salone del Mobile, svelava ancor di più il suo viso internazionale.

Oltre a questo genere di diversità, va notata l'eterogeneità dei due gruppi per quanto riguarda l'età dei loro membri: ci sono più di trent'anni di differenza tra Sottsass e gli altri, dieci anni tra Vincent Lemarchands e Jacques Bonnot. Contrariamente a gruppi della stagione radicale come Superstudio o Archizoom i cui membri sono più o meno nati nello stesso anno, Memphis e Totem non rappresentano affatto una generazione omogenea. La questione generazionale ha anche un ruolo determinante nelle relazioni tra i due gruppi: i quattro progettisti, membri di Totem furono accolti a Milano in giovanissima età - Lemarchands ha ventun anni - e essendo molto promettenti, si cercò di facilitarne l'inserimento nella realtà milanese.

Un ultimo punto in comune nel funzionamento interno dei due gruppi riguarda le tematiche della politica e dell'*engagement*. Di nuovo, i casi di Memphis e Totem si manifestano come l'espressione del rifiuto del modello sessantottesco. Da Memphis, si voleva evitare il *topos* del designer impegnato che, nell'Italia degli anni sessanta, era divenuto il modello da raggiungere. La postmodernità segna una svolta decisiva nei rapporti tra design e politica, soprattutto in Italia. Non sarebbe giusto dire che il designer respingeva la responsabilità sociale della sua attività o la portata politica del progetto, tuttavia l'oggetto non era più percepito come base di un discorso ideologico. Frammentario e discontinuo, esso non cercava più di essere uno strumento critico (Branzi, 2008).

Autoproclamatosi non ideologico, Memphis "non cerca soluzioni ma possibilità" e "non pratica il design come metafora ideologica per dimostrare altro" (Radice, p. 141). Questo allontanamento dell'*engagement* da parte del designer si comprende nel contesto politico dell'Italia degli anni ottanta. Lo scandalo della corruzione generò una diffidenza profonda degli Italiani nei confronti delle istituzioni e, in quest'atmosfera sociale sempre più nociva, Giorgio Agamben parla della "fine della politica" (Agamben, 1996). Il filosofo italiano condivide la stessa visione del suo omologo francese Jacques Rancière che vede in questa "fine della politica" un abbandono delle sue promesse di emancipazione (Rancière, 1990).

Va però notato che la rottura tra design e politica a partire degli anni ottanta è meno pronunciata in Francia, per il semplice motivo che il collegamento non esisteva prima. Per ragioni diverse da Memphis, il caso di Totem dimostra la difficoltà a individuare un discorso politico chiaro e omogeneo nel grup-

po. Nonostante gli sforzi di Jacques Bonnot, più anziano, di orientare i suoi colleghi verso una linea di pensiero di matrice maoista, l'impegno politico non fu mai al centro del loro progetto nella sua realizzazione pratica. Sistemati alla Croix-Rousse, questi furono fortemente influenzati dal movimento rock e punk che costituiva l'identità di questo quartiere periferico nell'impianto urbanistico di Lione. Di conseguenza, le questioni politiche, pur essendo vivi argomenti di discussione del gruppo, non si manifestarono mai concretamente nel suo impegno, ma soltanto attraverso l'atteggiamento contro-culturale costitutivo di Totem. Lo studio comparativo delle strutture collettive di Totem e Memphis fa emergere la coerenza possibile tra le nozioni di gruppo e di individualismo, ciò che sottolinea la particolarità della progettazione nella sua versione postmoderna.

4. Il "Memphis francese"? Ambiguità e interrogativi sui trasferimenti estetici

Sagome curvilinee, policromia, elementi strutturali dell'oggetto segnati da differenti blocchi di colori brillanti (Jencks, 1977; Portoghesi, 1982) e "de-criminalizzazione" (Loos, 1908) del motivo ornamentale sono alcune caratteristiche comuni tra le produzioni di Memphis e Totem che danno a prima vista l'impressione di una stretta vicinanza formale tra i loro oggetti, definiti postmoderni (Fig. 4).

Occorre però segnalare che questo stato d'animo comune che tocca tutto il mondo occidentale e che chiamiamo postmodernità non ebbe lo stesso impatto in Francia e in Italia. Per il pubblico francese, la scoperta di queste nuove forme fu uno sconvolgimento estetico senza precedenti nella storia del design che aveva probabilmente vissuto il suo ultimo grande momento con l'Unione degli Artisti Moderni (UAM) negli anni trenta e quaranta. Invece, anche se la prima mostra di Memphis nel settembre 1981 rappresenta un evento culturale rilevante, la postmodernità apparve in Italia, da un punto di vista storico, più come una continuazione che una rottura, come un approfondimento delle esperienze radicali dei decenni precedenti. A questo proposito, Andrea Branzi scrive: "Quando alla fine degli anni settanta la crisi della modernità divenne il tema centrale di tutta la cultura del progetto occidentale, il design italiano aveva già interiorizzato la questione post-moderna" (Branzi, 2003). In questo senso, Totem si è trovato in una posizione molto più iconoclasta nel loro paese di origine rispetto ai loro amici milanesi.

Il primo motivo che potrebbe spiegare in parte la parentela tra i progetti dei due gruppi risiede nei loro rapporti con la progettazione grafica. Fin dall'inizio, Totem si considerava come uno studio di grafica, oltre alle sue attività di restauro e poi di design.

Fig. 4 — Nella pagina seguente, Frédéric du Chayla e la sedia *Caméléon*, disegnata e fabbricata da lui, 1981. Archivio Totem.

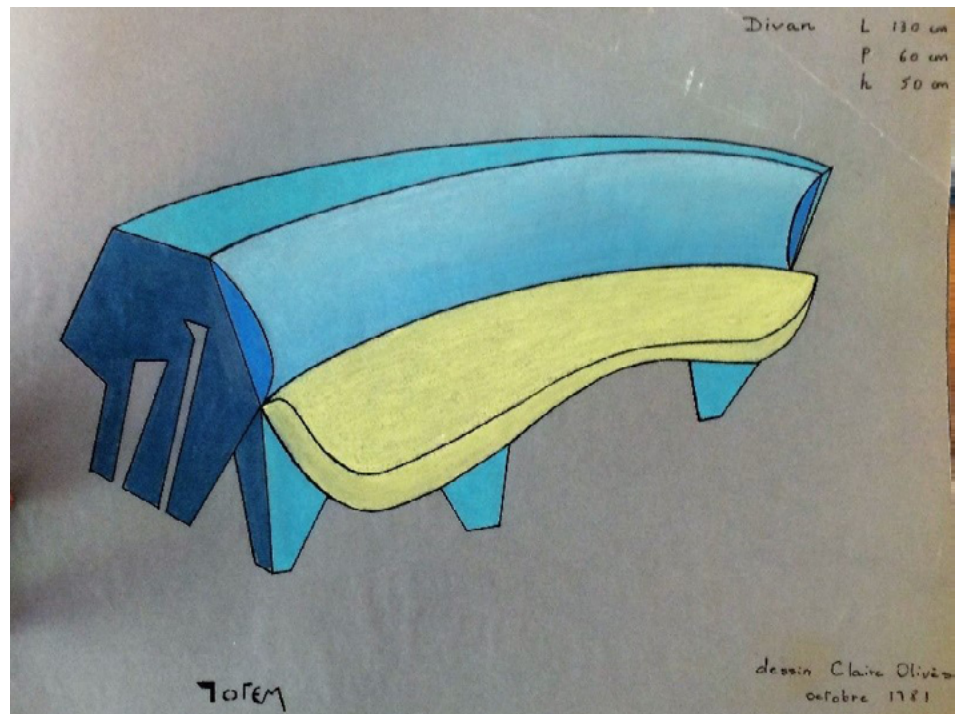


L'archivio del gruppo fornisce un'idea dell'importanza della ricerca grafica, particolarmente visiva per quanto riguarda il marchio Totem, in costante evoluzione sulla carta intestata dello studio. Entrambi i gruppi si servirono del loro interesse per il design grafico per animare le superficie degli oggetti con piccoli motivi. Di conseguenza, i loro mobili danno l'impressione di voler sfuggire alla neutralità, riempire il vuoto, sia quello dello spazio domestico che quello della superficie.

Ovviamente, comune tra Totem e Memphis è anche l'affermazione dell'anti-funzionalismo come *modus operandi* del designer. La loro ricerca si fonda infatti su forme senza alcuna ambizione di efficacia o di un uso ottimizzato. Paradossalmente, questa volontà provocatoria e liberatoria sembra generare produzioni simili, formate da linee non paralleli e da composizioni volontariamente squilibrate. La libreria *Carlton* progettata da Sottsass è probabilmente la massima espressione di questa ricerca di inefficacia. Nell'*atelier* di Totem, le forme nascevano in funzione delle ispirazioni personali, senza il vincolo di una precisa e determinata programmazione e la questione di un possibile uso da dare alla forma liberamente generata si poneva soltanto in un secondo tempo, spesso in modo collettivo.

Gli incroci estetici vanno inoltre studiati attraverso il modo in cui i due gruppi rappresentano graficamente i loro progetti. L'archivio di Totem conserva tanti disegni nei *dossier* di progetti che sono fonti preziosi per la genesi delle forme. Per quanto riguarda Memphis, gli album di bozze e i diari di Sottsass per il periodo 1981-1988 sono consultabili alla biblioteca Kandinsky del Centre Pompidou (Parigi) che ha acquisito il fondo.⁶ Gli schizzi di Sottsass insieme a quelli dei membri di Totem testimoniano una presa di distanza con certi codici grafici del progetto che si inseriscono nella formazione dell'architetto. Ad esempio, la grafia delle planimetrie intendeva essere normalizzata, dal momento che il suo aspetto uniforme era in un certo modo una convenzione corporativa. Superandola, Sottsass fece della sua grafia un marchio proprio personale e i suoi schizzi, insieme a quelli di Totem, sembrano lontani dal rigore architettonico, nel tratto e nella prospettiva. Anche se nel caso di Totem i quattro membri, non essendo architetti, non ebbero l'opportunità di interiorizzare questi codici professionali, i primi schizzi del 1981 dimostrano una grande libertà e la scelta più o meno cosciente di prospettive difettose traduce l'anti-funzionalismo (Fig. 5). Dal punto di vista degli scambi estetici, che fanno parte della tematica più ampia dei trasferimenti culturali, il paragone tra le produzioni di Totem e Memphis solleva diverse questioni. Bisogna ricordare in primo luogo, per comprendere meglio la relazione bilaterale tra i due gruppi, che Totem fu creato qualche mese prima di Memphis, elemento che rivela l'assurdità cronologica del soprannome "il Memphis francese".

Fig. 5 — Disegno di Claire Olivès.
Archivio Totem.



Le domande restano però le stesse: come circolano le forme? In che modo i modelli estetici attraversano i confini? Tra Totem e Memphis, gli elementi di mediazione prima del 1981 sono molto difficili da individuare. Le riviste italiane di design sono l'unico vettore di trasferimento possibile, si sa infatti che ebbero un grande successo in Francia negli anni ottanta e che i membri di Totem le conoscevano prima del loro primo viaggio a Milano. Resta da chiedersi se l'altra risposta possibile, quella di una postmodernità come aspirazione comune e trascendentale, possa essere di per sé sufficiente. Probabilmente, questo desiderio di cambiare profondamente le forme della vita quotidiana era condizionato da un contesto più globale, ma le ambizioni comuni sono state stimolate e rinforzate da incontri e dialoghi frequenti tra il 1981 e l'inizio degli anni novanta, creando meccanismi di intersezioni dal punto di vista estetico. L'immenso successo internazionale del gruppo milanese è stato il catalizzatore di fenomeni di imitazione e di *spin-off* in tutto il mondo occidentale. Tuttavia, abbiamo insistito sul fatto che le relazioni tra Totem e Memphis sfuggono a questo schema, anche se la frontiera tra imitazione e trasferimento può sembrare flebile.

Inoltre, pur riconoscendo a Memphis di rivestire un ruolo di modello, il rapporto di Totem nei confronti di quest'ultimo è ambiguo, tentennando tra volontà di adesione al movimento e desiderio di emancipazione.

Fig. 6 — Doppia pagina del catalogo commerciale di Drimmer, collezione "Avant-garde", 1983.



Nel 1982, Sottsass propose a Totem di partecipare alla seconda collezione di Memphis, sulla scia della naturale e costante evoluzione del gruppo e delle sue collaborazioni specifiche con altri designer. Ma per Totem questa collaborazione fu vissuta come una volontà di appropriazione, che avrebbe provocato, a causa della differenza tra il numero dei membri e la loro notorietà, un progressivo dissolvimento dell'identità di Totem in quella di Memphis. La fusione non ebbe luogo e il libertarismo di Totem contribuì a far cadere l'episodio di quel tentativo nell'oblio.

Questo rifiuto non impedì Totem di avviare progetti di edizione con Zeus, Zabro o Dilmos grazie alla mediazione di Sottsass e Mendini. Nel 1983, le lampade di ceramica dei designer di Totem e Memphis apparvero nella collezione dell'impresa francese Drimmer, il cui catalogo commerciale, mettendo a confronto i progetti dei due gruppi, esplicita la grande intimità estetica esistente tra di loro (Fig. 6).

5. Totem nel trasferimento culturale del nuovo design italiano in Francia

Se da un lato è difficile dimostrare con precisione i meccanismi dei trasferimenti estetici tra Totem e Memphis, dall'altro la questione dei trasferimenti culturali è molto più ovvia. Prendiamo in conto il fatto che, secondo gli ideatori di questo concetto storiografico, sono necessarie tre entità distinte per parlare di trasferimento; l'area di partenza, l'area di accoglienza e i vettori di circolazione (Joyeux-Prunel, 2003).

Di conseguenza, si può osservare come cambiano le relazioni tra Totem e Memphis quando il punto di vista evolve da puramente estetico a culturale. In altre parole, durante gli anni ottanta, la posizione di Totem nei confronti di Memphis evolve da ricezione estetica a vettore di trasferimento culturale tra la Francia e l'Italia attorno al design - e, per così dire, da posizione passiva a posizione attiva.

Nel 1984, individuammo una terza tappa nell'evoluzione della configurazione fisica del luogo di lavoro di Totem. Lo studio di design, dopo aver lasciato la forma primitiva di falegnameria, organizzò un piccolo spazio espositivo. Con questa nuova funzione, Totem si era addossato la responsabilità di una diffusione culturale e cercava di valorizzare i legami internazionali costruiti dal gruppo. Infatti, le tre mostre che si ebbero sede nella stanza in fondo allo studio ebbero tutte e tre un rapporto esplicito con Milano: nel 1984, fu inaugurata una mostra dedicata a oggetti creati da Nathalie du Pasquier e Georges J. Sowden chiamata *Objects for the Electronic Age*, mentre nel 1985 lo studio accolse i mobili dell'artista spagnolo Javier Mariscal, membro occasionale di Memphis, e poi, sempre nello stesso anno, una mostra dedicata ai disegni di Alchymia (Fig. 7).

La diffusione culturale di queste piccole mostre fu circoscritta, limitandosi a una sfera lionese molto confidenziale. Tuttavia, l'archivio conserva una testimonianza interessante: in seguito alla mostra su Alchymia, il Direttore Regionale degli Affari Culturali (DRAC) della regione Rhône-Alpes acquisisce un disegno di Pier Carlo Bontempi tramite Totem.

Fig. 7 — Claire Olivès davanti ai disegni di Alchymia per la mostra allo Studio Totem, 1985. Archivio Totem.



Questo evento rivela il ruolo del gruppo: fare da tramite tra i designer italiani e lo stato francese sempre più curioso del successo del design italiano. La fine degli anni ottanta e l'inizio degli anni novanta segnarono il punto culminante dell'esperienza del gruppo Totem e del suo importante contributo. Il gruppo venne coinvolto nell'organizzazione di Caravelles, una Quadriennale di design - il riferimento all'evento milanese è ovvio - ripartita tra diverse città della regione Rhône-Alpes come Lione, Saint-Étienne o Grenoble. Nel 1986, nella prefazione del catalogo della mostra, Vincent Lemarchands, uno dei coordinatori dell'evento, scrive:

Per parte sua, il design italiano ha sperimentato tutto. Nelle stravaganti e costose esperienze, quelli che avevano elaborato, teorizzato e avviato la bella macchina del design radicale hanno attinto nelle fonti più sconcertanti e eterogenee. (Quadriennale internationale de design, 1986, p. 12)

La prima edizione della Quadriennale rivela chiaramente la volontà di Totem di rivolgersi alla tendenza italiana. Il gruppo offrì a Ettore Sottsass, Andrea Branzi, Alessandro Mendini e Adolfo Natalini uno spazio di libera espressione nel Museo di Arte contemporanea di Lione. Gli arredi di queste quattro carte bianche, composte in maggior parte da mobili e da tappeti, furono realizzati da imprese lionesi - Barnasson per il legno -, seguendo i progetti dati dai designer italiani. Si tratta di un esempio interessante di collaborazione franco-italiana, in cui il processo di progettazione attraversa le Alpi, dall'ideazione italiana alla fabbricazione e diffusione francese. La realizzazione, a opera di artigiani francesi, di progetti concettualizzati da designer italiani è all'origine dei fenomeni di interpretazione e di appropriazione di forme. Questo elemento, infatti, costituisce il cuore pulsante dei meccanismi dei trasferimenti culturali, all'interno dei quali Totem rappresenta un ingranaggio centrale. Per Caravelles I, Vincent Lemarchands volle inoltre sottolineare l'importanza delle aziende, intuendone il ruolo costitutivo che esse avevano, particolarmente in Italia, nella cultura del design che Totem cercava di promuovere. I lavori di Zanotta, Drimmer, Artemide, Trois Suisses e Alessi furono presentati nel Museo delle Arti decorative di Lione e fu esposto per la prima volta in Francia *La cintura di Orione*, iconico set di pentole progettato da Richard Sapper e prodotto da Alessi (Quadriennale internationale de design, 1986). Attraverso quest'evento, Totem cerca di condividere con il pubblico rodaniano lo stesso sconvolgimento estetico che avevano avvertito nel 1981 a Milano. Pur essendo il culmine del loro italianismo, la Quadriennale Caravelles concise paradossalmente con la fine del gruppo: nel 1987, dopo la prima edizione in cui era stato particolarmente attivo, Vincent Lemarchands,

insieme a Claire Olives, lasciò lo studio. Poco prima della seconda - e ultima - edizione nel 1992, Jacques Bonnot tornò a sua volta a progetti individuali, facendo di Totem la proprietà esclusiva di Frédérick du Chayla fino ad oggi. Contemporaneamente, nel 1988, Sottsass lasciò Memphis per creare il suo proprio studio (Rubini, 2019), come se le dinamiche collettive di questi due gruppi nati nello stesso anno, esaurendosi insieme, fossero segnate da una comune obsolescenza programmata.

6. Il modello italiano nell'identità del design francese negli anni 1980

Le Quadriennali del design corrispondono a un momento di notevole crescita dell'interesse del pubblico francese ma anche dei progettisti per il design italiano, in parte grazie all'azione di vettore culturale di Totem. La posizione geografica del gruppo è ovviamente un dato importante in questo processo: l'allontanamento dello studio dalla dimensione culturale e artistica parigina, da una parte, e la prossimità di Lione con la frontiera italiana insieme alla volontà del gruppo di lavorare su scala regionale, dall'altra, hanno contribuito a orientare il loro interesse professionale verso la penisola.

Naturalmente, Totem non è l'unico attore responsabile della diffusione del design italiano postmoderno in Francia e occorre quindi sottolineare il ruolo attivo di diversi galleristi parigini. Presenza costante al Salone del Mobile di Milano, l'argentino Nestor Perkal fu il primo a dedicare una mostra al design di Memphis nell'aprile 1982.⁷ Nel 1985, Yves Gastou inaugurò la sua galleria a Saint-Germain-des-Près con una mostra di Sottsass, il quale realizzò anche la facciata del locale (Antoine, 2011). Creata nel 1985 da Pierre Staudenmeyer e Gérard Dalmon, la galleria Néotu contribuì anche lei ad introdurre il design di Memphis al pubblico francese, dando sempre un sostegno alle produzioni di giovani designer francesi (Braunstein-Kriegel, 2009). Nella loro relazione con il design italiano degli anni ottanta, questi tre galleristi parigini hanno in comune diverse peculiarità: l'abitudine di viaggiare in Italia come se fosse il peregrinaggio immane di un mercante d'arte e lo stesso shock estetico di fronte al design di Memphis nel 1981.

Tuttavia, l'operato di questi attori commerciali - i galleristi -, non deve oscurare, e tanto meno imporsi, sull'effettivo fattore di promozione culturale e ricezione del modello italiano di design in Francia: il ruolo dello Stato francese in quanto "mecenate" culturale. Presidente dal 1981, François Mitterrand fece della cultura un punto importante del suo settennato, aumentando il budget del ministero, sollecitando grandi lavori architettonici finanziati con denaro pubblico e creando una delegazione dedicata in gran parte alla creazione e al design, la *Délégation aux arts plastiques*. Quest'ultima, che aveva sostenuto finanziariamente la seconda edizione della Quadriennale nel 1992,

promosse e organizzò, nel corso degli anni ottanta, diversi viaggi di studio, al fine di incentivare i rapporti con il design italiano. A questo proposito, è da notare il fatto che la Lione, sede di Totem, fu spesso scelta come tappa per gli osservatori ministeriali incaricati di comprendere le ragioni del successo dell'industria del design in Italia.

Tramite la lettura di questi *dossier* consultabili all'Archivio nazionale francese⁸, si possono individuare gli elementi sui quali si basava il modello italiano, dal punto di vista dello stato francese. Appare evidente che il successo del design italiano fu studiato da un punto di vista più industriale che culturale, contrariamente al modo in cui veniva qualificata l'italianità del design nei decenni precedenti. Agli occhi degli osservatori francesi degli anni ottanta, non contava il discorso culturale, sociale e politico del design italiano, ma il modello industriale sul quale poggiava: piccole ditte, cultura imprenditoriale basata sul rischio, implicazione totale del designer la cui figura è svalorizzata, innovazione tecnologica, ecc. (Castelli, Antonelli & Picchi, 2007). In altre parole, tutte le qualità che mancavano al design francese (Colin, 2006). Malgrado questa presa di coscienza della superiorità da parte dei cugini transalpini nel campo del design, la costruzione francese del modello italiano non fu soltanto fatta di ammirazione, ma presentava anche un forte sentimento di competizione.

Dopo che, verso la metà degli anni sessanta, l'area del mobile scandinavo abbia trovato il suo termine sul nostro mercato nazionale, conveniva garantire il cambio mostrando che la creazione di arredo francese fosse tanto capace quanto i suoi concorrenti italiani (Musée des Arts décoratifs, 1990, p. 23.).

Il VIA (comitato per la Valorizzazione dell'Innovazione nell'Arredamento), creato nel 1980 sotto la guida del ministero dell'Industria (Musée des Arts décoratifs, 1990), simboleggia tutta l'ambiguità del rapporto dei Francesi con il design italiano nel suo complesso. L'ambizione di questo comitato è di "far emergere la nozione di scuola francese del mobile"⁹ con la creazione di un *label* per competere con quello del Made in Italy, che era in piena espansione negli anni ottanta. Per i membri del comitato, apparve subito ovvio che il design francese dovesse cercare la sua identità nell'uso del legno naturale, risorsa molto più abbondante in Francia che in Italia, come lo dimostrano le relazioni ministeriali. Infatti, il VIA invitò gli ebanisti di Totem a esporre tra i primi nel loro *showroom* parigino.

Sulla scia del VIA, gli anni ottanta videro emergere la nozione d'identità francese del design sotto la mobilitazione di grandi industriali come Roset o Roche-Bobois, ma soprattutto grazie all'azione molto volontaristica dei poteri pubblici. In questo contesto, il design italiano non rappresentava soltanto un modello positivo e stimolante da imitare, ma l'idea di un modello sembra

includerne anche il suo rifiuto. Si può trattare di una reazione forte, come quella del pubblico che, mentre scopriva il design di Memphis nelle gallerie di Perkal o Gastou, non nascose il suo disprezzo per questa decadenza postmoderna. In questo senso il riferimento al design scandinavo è un modo di segnalare l'adesione fortissima dell'industria francese alla modernità. Ma la volontà di distinguersi dal modello italiano risiede anche in piccoli ma importantissimi gesti. Per esempio, la creazione nel 1984 dell'École nationale supérieure de création industrielle (ENSCI) dal ministero della Cultura afferma la specificità della professione di designer in Francia che, in questa istituzione pubblica d'insegnamento, non è per forza legata a quella di architetto mentre in Italia, il modello del designer-architetto o dell'architetto-designer rappresenta la norma fino al giorno d'oggi.

Contrariamente al modello scandinavo, egemonico in Francia dagli anni cinquanta fino agli anni settanta, l'avvento del modello italiano negli anni ottanta non fu altrettanto uniforme e coerente. Esiste un chiaro divario tra la nuova generazione di designer francesi la cui esperienza era, come quella di Totem, pregna di design italiano, e il pubblico francese che non sembrava essere abbastanza maturo per la rivoluzione postmoderna.

È giusto dire che la storia parallela tra Totem e Memphis è fatta di scambi culturali, di dialoghi e di ibridazioni, ma è molto più difficile analizzare con precisione i meccanismi che conducono a queste constatazioni. Comunque, risulta chiaro che le Alpi appaiono più come una zona di contatto che come la frontiera di uno spazio culturale e nazionale ben definito. In che modo le Alpi possono essere definite come una zona di rottura quando, al contrario, Totem desiderava fare di questo territorio, che si sarebbe esteso da Lione a Milano lasciando Parigi fuori dal suo asse, una regione di contatto culturale?

Il caso Totem-Memphis ci obbliga ad adottare un punto di vista globale sulla storia del design, ma ciò non significa necessariamente che storia nazionale e storia globale si contraddicono. Più che focalizzare l'attenzione sulla dicotomia esistente tra identità francese e identità italiana del design, sarebbe infatti opportuno e corretto soffermarsi a riflettere sulla interrelazione esistente tra le due esperienze, in una rete di reciproche influenze. Ci si può chiedere infatti se la forza attrattiva del modello italiano per il gruppo Totem non rinnovi o meno la definizione dell'italianità nel design: questa nozione, astrazione che si deve analizzare dalla prospettiva della storia culturale, non può esistere infatti senza l'alterità di un'altra area culturale. Quasi senza accorgersene, i lionesi di Totem rimisero Milano al centro del mondo del design mentre il lavoro di Memphis, con l'inclusione di membri francesi, giapponesi o tedeschi, definì una nuova italianità, profondamente internazionale ed aperta. Tutto, insomma, tranne che italiana.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ADAMSON, G., RIELLO, G. & TEASLEY, S. (2011). *Global Design History*. Routledge.
- AMIC, Y. (1977). *Le siège contemporain. Origine et évolution*. Manoscritto non pubblicato. Parigi, Biblioteca di Arte decorative.
- ANTOINE, D. (2011). *Yves Gastou, anti-quaire du futur*. Norma.
- BRANZI, A. (2003). Un paese senza casa. In F. La Rocca (2010), *Scritti presocratici. Andrea Branzi: visioni del progetto di design 1972-2009*. FrancoAngeli.
- BRANZI, A. (2008). *Introduzione al design italiano: una modernità incompleta*. Baldini & Castoldi.
- BRAUNSTEIN-KRIEGAL, C. (2009). *Les années Staudenmeyer. 25 ans de design en France*. Norma.
- COLIN, C. (2006). *Design & designers français*. Industries françaises de l'ameublement.
- DESCAMPS, F. (2001). *L'historien, l'archiviste et le magnétophone : de la constitution de la source orale à son exploitation*. Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, Comité pour l'histoire économique et financière de la France.
- ESPAGNE, M. (2012). La notion de transfert culturel. *Sciences/Lettres*, 1. <https://journals.openedition.org/rsi/219>.
- FALLAN, K. & LEES-MAFFEI, G. (2016). *Designing Worlds: National Design Histories in an Age of Globalization*. Berghahn Books.
- GALIMBERTI, J. (2017). *Individuals against individualism: art collectives in Western Europe: 1956-1969*. Liverpool university press.
- JENCKS, C. (1977). *The language of post-modern architecture*. Academy.
- JOYEUX-PRUNEL, B. (2003). Les transferts culturels: Un discours de la méthode. *Hypothèses*, 6(1), 149-162. <https://doi.org/10.3917/hyp.021.0149>.
- MUSÉE D'ART MODERNE DE SAINT-ÉTIENNE (2000). *Totem 1980-1987*. Réunion des musées nationaux.
- MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS (1990). *Les Années VIA : 1980-1990*. Union des arts décoratifs.
- PORTOGHESI, P. (1982). *Postmodern. L'architettura nella società postindustriale*. Electa.
- QUADRIENNALE INTERNAZIONALE DE DESIGN (1986). *Caravelles: enjeux de l'objet*. Studio Totem.
- RADICE, B. (1984). *Memphis: ricerche, esperienze, risultati, fallimenti e successi del nuovo design*. Electa.
- RUBINI, C. (2019). *Memphis - Plastic Field*. Musée des Arts décoratifs et du Design.

NOTE

- ¹ Questo lavoro di ricerca ha dato l'opportunità d'intervistare due degli ex-membri del gruppo Totem, Frederick du Chayla e Vincent Lemarchands. Condotte da Pia Rigaldiès tra settembre e dicembre 2019, le interviste si basano sulla metodologia degli archivi orali, in particolare quella dello storico Florence Descamps (2001). Queste interviste non sono mai state pubblicate per ora.
- ² I documenti creati dal gruppo nell'ambito delle sue attività sono conservati nel locale di origine dello studio. Pur non essendo strutturato e classificato, il contenuto di questo archivio di circa 7 metri lineari può essere diviso in grandi tematiche: i progetti di design, le mostre e pubblicazioni, l'archivio fotografico e i documenti amministrativi e contabili. Va notato che, oltre ai disegni, planimetrie, fotografie e lettere - tutti documenti tipici di un archivio di designer - la conservazione dei documenti amministrativi è molto preziosa per capire il funzionamento del gruppo.
- ³ Il locale del gruppo si trova via del Bon-Pasteur 51, nel quartier della Croix-Rousse. La sede di origine non è mai stata trasferita e lo studio Totem, ancora attivo oggi, è ormai la proprietà di Frederick du Chayla che lavora con un socio.
- ⁴ Intervista a Frederick du Chayla, 4 settembre 2019 e intervista a Vincent Lemarchands, 20 dicembre 2019.
- ⁵ Il manoscritto di Yolande Amic non è mai stato pubblicato. È consultabile nel fondo d'archivio della conservatrice, alla Biblioteca degli Arti Decorative a Parigi.
- ⁶ Centre Pompidou/MNAM-CCI/Bibliothèque Kandinsky, Fonds Ettore Sottsass, SOT C3-16.
- ⁷ Intervista a Nestor Perkal, 7 gennaio 2020.
- ⁸ Relazione di una missione organizzata dal ministero dell'Industria nel 1983 in cui vengono visitate le imprese di design Boffi, Molteni, Zanchettin, Bieffe, Snaidero e Giaretta. Paris, Archives nationales. 19910448/23.
- ⁹ "Communiqué de presse VIA", 19 dicembre 1979. Paris, Archives nationales, 19910448/22.

La New Wave italiana?

Dalle esperienze didattiche internazionali di Wolfgang Weingart alle manifestazioni del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny

MONICA PASTORE

Università Luav di Venezia

Orcid ID 0000-0002-9348-1688

Durante gli anni ottanta la grafica ha acquisito una nuova identità, non più sottoposta a rigide gabbie e composizioni, si apre a nuove contaminazioni e linguaggi, supportati soprattutto dalle potenzialità tecnologiche della nuova strumentazione digitale. Questo approccio, avviato con le esperienze didattiche di Wolfgang Weingart nella Kunstgewebeschule Basel e indicato in seguito col termine New Wave, ha influenzato numerosi giovani progettisti europei e statunitensi attraverso conferenze e corsi internazionali. Tra le figure che si appropriano dell'approccio di Weingart spicca quella di April Greiman, la quale arriva a definire uno stile maturo della New Wave californiana, rielaborandola attraverso l'uso del computer, di cui è una delle più importanti esponenti.

Nel contesto di queste realtà internazionali, passando appunto dalla Svizzera agli Stati Uniti e poi nuovamente in Europa, si inserisce l'attività culturale di promozione della grafica estera contemporanea del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny a Venezia. A partire dal 1987 l'istituzione veneziana con la collaborazione di Giorgio Camuffo ospita per la prima volta in Italia la mostra Pacific Wave, coinvolgendo tra molti progettisti anche Greiman, John Casado e Michael Vanderbyl e avviando così un programma culturale di carattere internazionale.

Il contributo oltre a ricostruire la mappa delle geografie relazionali che hanno diffuso il movimento New Wave nel mondo fino all'Italia, traccia le genesi della mostra Pacific Wave (1987) e di alcuni workshop come Fortuny Graphic (1987 e 1995), meritevoli di aver introdotto in Italia non solo i protagonisti della New Wave, ma anche di aver diffuso le nuove istanze tecnologiche e linguistico-espressive.

PAROLE CHIAVE

New Wave
 Palazzo Fortuny
 Anni ottanta e novanta
 Storia della grafica italiana
 Network

1. L'apporto teorico e pratico di Wolfgang Weingart

A partire dalla fine degli anni sessanta il panorama della grafica internazionale è sottoposto a un processo di rinnovamento e di configurazione di nuovi linguaggi visivi e modalità di progettazione, in quanto chiamata a tradurre radicali trasformazioni dei contesti economici, sociali, culturali e non ultimo l'avvento di nuove tecnologie, prima elettroniche e poi digitali. Tali cambiamenti hanno introdotto un diverso approccio al progetto grafico, una interpretazione del "mondo" più espressiva e contaminata con i linguaggi provenienti specialmente dai nuovi media che si affianca a quella di impronta razionalista e sistematica, espressione tipica della Scuola tipografica svizzera erede del modernismo prebellico. In particolar modo alcuni progettisti grafici esplorano differenti possibilità stilistiche manipolando soprattutto la tipografia mediante espedienti come la distorsione, la sovrapposizione di livelli e la differenza di scala.

Provenienti proprio dal paese elvetico le nuove istanze visive, chiamate successivamente *New Wave* grafica,¹ si diffondono negli Stati Uniti - nazione in cui divengono concrete - soprattutto attraverso workshop e conferenze internazionali che fanno conoscere nelle realtà accademiche californiane principalmente le esperienze didattiche e le sperimentazioni tipografiche di Wolfgang Weingart, considerato il capostipite del "movimento".

Il passaggio statunitense è fondamentale per capire la trasmissione della *New Wave* nel nostro Paese, in quanto sono lì insediati i giovani protagonisti responsabili del suo approdo in Italia alla metà degli anni ottanta, periodo in cui si sviluppa la microstoria ricostruita in questo contributo.

Per ricomporre le geografie relazionali riguardanti Weingart e la diffusione oltreoceano del suo approccio tipografico postmodernista sono stati presi in considerazione tre principali sue attività: la conferenza *How can one make swiss typography?* svolta per la prima volta negli Stati Uniti nel 1972 - un tour cominciato presso il Philadelphia College of Art² -, i corsi di tipografia avanzata alla Kunstgewebeschule Basel³ e i workshop all'interno dello Yale University Summer Program in Graphic Design⁴ a Brissago in Svizzera. Riconosciuto, come spiega Sergio Polano (1998) su *Casabella* introducendo la traduzione italiana,⁵ come:

[...] un documento storico nel campo della grafica contemporanea, per il radicale ripensamento della tradizione svizzera e l'apertura a nuovi orizzonti critici, espressi originalmente e anzitempo da Weingart. Le riflessioni contenute in questa conferenza hanno avuto particolare e profonda influenza sulla grafica statunitense, pronta a volgerli in suggerimenti operativi [...] (p. 48).

L'intervento statunitense di Weingart evidenzia il confronto tra il concetto di tipografia/grafica svizzera e la personale concezione tipografica, più contemporanea, che non accetta un dogma progettuale assoluto e tende a essere libera da schemi apparendo eterodossa. Un approccio maturato dal progettista svizzero attraverso le esperienze didattiche che ha condotto all'interno della Kunstgewebeschule Basel a partire dal 1969, un corso avanzato di tipografia frequentato in gran parte da studenti stranieri, in maggioranza statunitensi (Weingart, 1987).

Trasferisce quindi soprattutto oltreoceano le sue convinzioni. Il progettista, accortosi che la grafica svizzera era diventata "sterile e anonima" (Weingart, 2000, p. 269), incomincia a porsi delle domande sulle "certezze tipografiche" che lo spingono a sviluppare "attraverso l'insegnamento e le sperimentazioni, nuovi modelli progettuali" (Polano, 1998, p.49) incentrati su: la violazione della griglia; le modalità di divisione visiva del testo, ossia se il capoverso dei paragrafi sia l'unico modo di indicare i paragrafi; la variazione del peso percettivo delle parole non come elemento di disturbo, ma come valore aggiunto; l'utilizzo della crenatura come elemento di enfasi e non come errore tipografico. Weingart nelle sue conferenze ridiscute anche il metodo di insegnamento con l'idea di far percepire agli studenti il valore particolare alle possibilità sintattiche e semantiche della tipografia (Weingart, 1987), mettendo così in discussione l'egemonia della leggibilità nei testi sino ad affermare: "A cosa serve la leggibilità, se il testo non suscita nemmeno la voglia di essere letto?" (Weingart, 1987, p. 15).

Un ulteriore obiettivo didattico emerso sia dalle sue conferenze sia dai suoi corsi è strettamente connesso al progresso tecnologico della strumentazione di riproduzione della tipografia e della stampa. Weingart, già a partire dalla prima metà degli anni settanta lavorando con sistemi fotomeccanici, fotolitografici e con la fotocomposizione, sperimenta l'utilizzo delle pellicole fotografiche e la sovrapposizione di fotogrammi, vetrini o retini. Un'anticipazione delle potenzialità della strumentazione digitale che riconoscerà trent'anni dopo: "Dopo molti anni, ho compreso che i miei progetti più interessanti sono stati suggeriti dai mezzi tecnici. [...] ho conseguito importanti risultati attraverso il processo tecnico, che spesso conduce a scoperte straordinarie" (Weingart 2000, p. 171). Nel 1985 Weingart arriva persino a supportare l'importanza dell'impiego del computer nella sperimentazione tipografica come testimonia l'inserimento, a chiusura dell'articolo *My typography instruction at the Basel School of Design/ Switzerland, 1968 to 1985*, pubblicato in *Design Quarterly*, di alcuni lavori dei suoi studenti realizzati con immagini prodotte dalla rielaborazione con un computer Apple di pellicole fotografiche col fine di combinare diverse tecniche e linguaggi e ottenere infinite possibilità grafiche (Weingart, 1985, p. 9).

2. Le conseguenze negli Usa e i legami con l'Italia

Se nelle sue conferenze Weingart teorizza sia il suo approccio al progetto grafico sia la sua metodologia didattica, è nei suoi corsi di tipografia inseriti nella Kunstgeweberschule Basel e nel Yale University Summer Program in Graphic Design a Brissago, che si rafforzano le relazioni internazionali e si creano i rapporti diretti con le generazioni dei progettisti americani ed europei considerati negli anni successivi i portavoce mondiali da un lato della *New Wave* e dall'altro dell'avanguardia tipografica.

Tra i futuri progettisti di fama internazionale che hanno frequentato i corsi di grafica avanzata o i workshop tenuti da Weingart sono da menzionare specificatamente gli statunitensi April Greiman e Dan Friedman⁶ e l'inglese Hamish Muir. Questi progettisti non solo influenzeranno con i loro approcci e linguaggi la grafica mondiale degli anni ottanta e novanta, ma nello specifico Greiman e Muir saranno tra i grafici stranieri a condurre per primi i workshop a Palazzo Fortuny a Venezia, intitolati *Fortuny Graphic*, introducendo in Italia la grafica digitale e le sperimentazioni rese possibili attraverso l'uso del computer.

Ritornando alle esperienze formative, dalle testimonianze dei tre progettisti (A conversation with Wolfgang Weingart, 1990; Rea, 1994) emerge che la loro scelta di frequentare i corsi in Svizzera è stata determinata soprattutto dall'incontro fortuito in università con docenti svizzeri emigrati negli Stati Uniti, nel caso di Greiman⁷ e Friedman,⁸ e in Gran Bretagna, nel caso di Muir.⁹

Tutti e tre hanno riscontrato negli insegnamenti della Kunstgeweberschule Basel e di Weingart un approccio alla grafica differente, più intuitivo che cercava di aiutare gli studenti a trovare il modo di analizzare il progetto grafico mentre lo si stava realizzando, un tentativo di far emergere immediatamente gli elementi grafici nella fase di realizzazione (A conversation with Hamish Muir, 1990). Sia Armin Hofmann che Weingart hanno proposto alla nuova generazione di progettisti un metodo che li spingeva a trovare un equilibrio tra l'ordine e la spontaneità progettuale (Conversation with April Greiman, 1990). A partire da questi insegnamenti ciascun progettista ha seguito la propria inclinazione, utilizzando prima la strumentazione pre-digitale e arrivando poi ad utilizzare il computer¹⁰ come strumento di potenziamento del proprio immaginario e linguaggio. A partire dalla metà degli anni ottanta, soprattutto la Greiman ha dato luogo ad uno stile molto espressivo da una parte utilizzando la sua precedente esperienza con gli strumenti fotomeccanici e dall'altra generando con il computer composizioni multilivello e impattanti, considerate ibride per la mescolanza fra elementi grafici, quelli video e le texture computerizzate. Attraverso l'uso di contaminazioni linguistiche e sovrapposizioni digitali riproduce così la sensazione di uno spazio tridimensionale e si guadagna l'appellativo di "Lady of design-with-the-mouse" (Bruinsma, 1995).

Difatti Greiman considera la nuova strumentazione digitale non soltanto un mezzo per visualizzare un'idea progettuale, ma uno strumento che ha permesso un approccio più intuitivo e propone nuove soluzioni progettuali *in progress*. Emerge così che la sperimentazione condotta dalla progettista non si pone in maniera antitetica agli insegnamenti di Basilea, bensì contribuisce a far progredire la visione di Weingart spingendola in un'avanzata direzione sostenuta dall'impiego dei nuovi strumenti tecnologici. La stessa Greiman ribadisce di considerarsi "un ponte unico tra due generazioni" (April Greiman, 1994).

3. L'arrivo della New Wave in Italia: il ruolo del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny

Ciò che è emerso finora è un frammento della storia della grafica contemporanea che traccia soprattutto le connessioni tra alcuni dei più influenti protagonisti - vicende incentrate geograficamente soprattutto tra la Svizzera e gli Stati Uniti - mentre restano ancora del tutto inedite le circostanze che hanno diffuso i movimenti contemporanei e la strumentazione digitale nelle nazioni europee mediterranee, in particolare in Italia.

Per ricostruire le vicende della grafica italiana tra la prima metà degli anni ottanta e gli anni novanta è utile indagare alcune mostre in quanto strumenti di "mediazione" della cultura progettuale capaci di rendere la ricognizione più approfondita.

La testimonianza di tali esperienze è fondamentale per contribuire da un lato a tracciare la rete di geografie relazionali di quegli anni e dall'altro a capire meglio quali siano stati le realtà, i movimenti e i protagonisti internazionali che venivano considerati dei riferimenti. Per queste ragioni si considerano quelle mostre che hanno esposto tematiche chiaramente connesse con il cambiamento in atto dovuto all'introduzione del digitale, scandagliando per prime quelle connotate da uno sguardo rivolto verso lo scenario estero di matrice soprattutto anglosassone, una realtà che ha anticipato di qualche anno questa transizione rispetto a quella italiana.

Di fatto questi eventi dalla metà degli anni ottanta in poi hanno permesso la diffusione in Italia della cultura grafica americana e nord europea contemporanea facendo da apripista nello scenario italiano all'introduzione di nuovi linguaggi visivi nati con l'apporto del computer, ospitando i protagonisti della rivoluzione digitale del graphic design internazionale, come appunto la Greiman e molti altri.

In particolar modo si fa riferimento alle iniziative espositive e agli eventi organizzati a Venezia dal progettista Giorgio Camuffo¹¹ con la collaborazione del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny,¹² *Pacific Wave. Californian Graphic Design* (27.09-27.12.1987) e *Fortuny Graphic* (1987 e 1995).

A partire dai primi anni ottanta Palazzo Fortuny a Venezia si dimostra interessato agli ambiti che esplorano le nuove tecnologie elettroniche e digitali. Complice di questo slancio pionieristico verso le innovazioni è stata la 42^a edizione della Biennale d'Arte di Venezia del 1986, dal titolo *Arte e scienza*,¹³ che permetterà a Sandro Mescola e Silvio Fuso – rispettivamente direttore e vicedirettore del Centro – di vedere tutto il potenziale ancora inespresso delle trasformazioni tecnologiche in atto in quegli anni, fino ad allora percepite unicamente come appannaggio di tecnici informatici e di ingegneri (42^a Esposizione Internazionale d'Arte, 1986). L'edizione mette in scena le indagini e le esplorazioni che l'arte stava conducendo appropriandosi dei nuovi mezzi informatici e telematici, dal telefax ai primi prototipi di email, dai software di videoscrittura, all'esordiente *computer graphic animation* realizzati con una rete di Macintosh.¹⁴ Questo incontro fortuito da un lato con la tecnologia applicata ai diversi linguaggi visivi e dall'altro con la figura di Maria Grazia Mattei – curatrice del laboratorio/evento *Ubiqua. Network planetario* alla 42^a edizione della Biennale d'Arte di Venezia del 1986 –, spinge il Centro a portare avanti l'idea di occuparsi, in quanto spazio culturale, di ricerche trasversali ai diversi ambiti che indagassero sul rapporto nascente tra i nuovi strumenti digitali e la cultura (Mattei, 2020). Grazie alla collaborazione con Mattei si assiste a un cambio di prospettiva rispetto al computer, considerato non più solo “una macchina che serviva a fare calcoli ingegneristici, ma che intorno ad esso si era creato un mondo nel quale si cominciava a interagire.” (Mattei, 2014, p. 5). Tra le tante novità introdotte dal Centro ci sono anche le nuove modalità di coinvolgimento del pubblico articolate attraverso un programma di attività laboratoriali e seminari, destinati a tutti e non esclusivamente ai professionisti.

L'interesse più specifico del Centro verso il settore della comunicazione visiva deriva dal contributo di Camuffo che, nei primi anni ottanta, stava intraprendendo un percorso di indagine conoscitiva nell'ambito della grafica contemporanea, già avviata, nei casi più avanzati, all'utilizzo del computer come mezzo espressivo. Con la curatela della mostra *Pacific Wave. Californian Graphic Design* Camuffo, assieme a Fuso e Mescola, porta così per la prima volta in Italia i maggiori esponenti della Pacific Wave americana, come April Greiman, Clemente Mok, Lucille Tenazas, Michael Vanderbyl o Rudy Vanderlans.

Gli intenti dei curatori sono molteplici, *in primis* di indagare le tendenze del movimento americano cosiddetto *Pacific Wave*, che risulta essere in quegli anni la corrente più promettente e all'avanguardia rispetto all'uso del computer nell'ambito del graphic design, secondariamente di esaminare le connessioni della grafica con le altre discipline come il video, la moda, la fotografia e

l'architettura, e infine di riflettere sul ruolo dei progettisti grafici nel mondo della comunicazione visiva proprio in relazione all'evoluzione delle strumentazioni digitali.

Un ulteriore aspetto rilevante di questa mostra si trova nell'introduzione del catalogo (Camuffo, 1987, pp. 6-7) in cui si spiegano quali sono state le motivazioni aggiuntive che hanno spinto i responsabili del Centro a introdurre nel programma del Museo Fortuny un nuovo ambito di ricerca, ossia il graphic design, che fino ad allora non è mai stato esposto in questa sede. L'attenzione da parte dell'istituzione culturale veneziana verso ciò che stava accadendo a livello internazionale è frutto di un duplice motivo: l'affacciarsi anche in questo campo - e analogamente a quello dell'arte - delle tecnologie digitali e la maggior importanza che stava assumendo il graphic design nei *culture studies* negli anni ottanta.

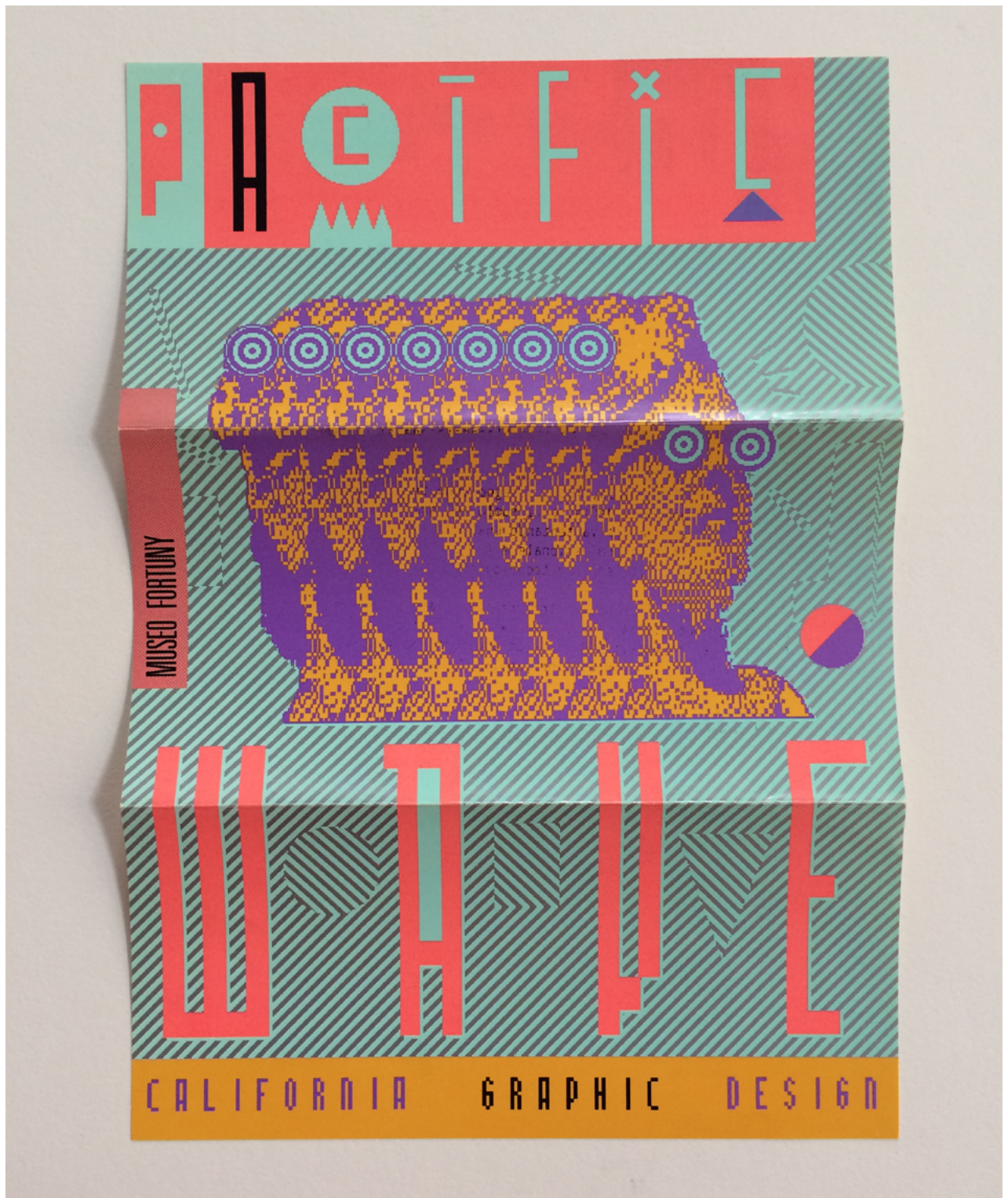
Non per ultimo, l'esigenza di introdurre il nuovo settore nasce dalla necessità del Centro di applicare una nuova filosofia nell'organizzazione delle proprie iniziative culturali, ovvero di integrare l'attività espositiva con quella formativa e di documentazione. In questo modo si poteva accedere a una nuova modalità di fruizione degli spazi espositivi, intesi non più unicamente come semplici contenitori, ma anche come luoghi-laboratorio, dove le mostre non restano più eventi singoli, ma iniziative coordinate di progetti di ricerca più articolati.

L'ambito del graphic design si inserisce perfettamente in questa nuova visione del Centro, perché possiede nella propria essenza sia il fare che il sapere, prestandosi a essere idoneo come oggetto dei laboratori. Così alla mostra vera e propria sulla grafica della *Pacific Wave* si affiancano dei workshop, *Fortuny Graphic 1* tenuti dai tre graphic designer più iconici del design californiano.

4. La mostra *Pacific Wave* e le iniziative laboratoriali correlate

Se questi sono gli intenti della direzione del Centro, lo scopo di Camuffo è quello di portare per la prima volta in Italia un diverso approccio alla grafica, o usando le sue parole "una ventata di aria fresca" (Camuffo, 2020), e di introdurre nello scenario italiano quei nuovi linguaggi che altrove stavano modificando non solo le istanze stilistiche, ma anche il ruolo del progettista grafico all'interno del processo di produzione del graphic design. Per Camuffo è evidente che oltreoceano le necessità della committenza stavano cambiando di pari passo ai mutamenti sociali ed economici e si richiedeva ai progettisti grafici di avere un ruolo sempre più attivo in contrapposizione a quello di semplice "interprete ordinato" (Camuffo, 1987, pp. 8-9) che la Scuola tipografica svizzera aveva proposto fino ad allora.

Fig. 1 — Nella pagina seguente, Studio Camuffo, *Pacific Wave Californian Graphic Design*, pieghevole della mostra (fronte), 1987. Courtesy Archivio Palazzo Fortuny.





Assessore alla Cultura
Sen. Mario Rigo

Direttore di Palazzo Fortuny
Sandro Mescola

Progetto
Giorgio Camuffo

Curatori
Giorgio Camuffo
Silvio Fuso
Sandro Mescola

Collaboratore
Roberto Barazzuol

Sede e durata
Museo Fortuny, Venezia
27.09 / 27.12 1987
Orario: 9/19 (chiuso lunedì)

Espositori
Clement Mok, Apple Computer
Esprit Design Studio
Saul Bass
Keith Bright
John Casado
Colossal Pictures
John Coy
Michael Patrick Cronan
James Cross
Emigré, Rudy Vanderlans
April Greiman
John Hersey
Kit Hinrichs
Michael Mabry
Michael Manwaring
Gerald Reis
Robert Miles Runyan
Michael Schwab
Deborah Sussman
Lucille Tenazas
Michael Vanderbyl
Vigon / Seireeni

Workshops
Aperti a un massimo di 15 persone
Quota di partecipazione: L. 500.000
In lingua inglese
Date da confermare
April Greiman, Graphic designer
John Hersey, Illustratore
John Casado, Graphic designer

Informazioni
Pacific Wave
Segreteria dei Workshops
Centro di documentazione
di Palazzo Fortuny,
San Marco, 3780
Campo San Beneto
30124 Venezia, Italy
041.5200995/5221977
Orario: 9/13

Centro di Documentazione
di Palazzo Fortuny
Assessorato alla Cultura
Comune di Venezia

Merchandising

Saranno in vendita al pubblico
10 T-shirt su disegni originali
3 posters su disegni originali
1 serigrafia originale a tiratura limitata
1 borsa in carta su disegno originale

Catalogo

a cura di
Giorgio Camuffo
coordinamento editoriale
Giacometti Associati
testi introduttivi di
- April Greiman
- Michael Vanderbyl
- Pierluigi Cerri
- Aldo Cibic
brossura 160 pagine a colori
formato 22x28,5 cm.
stampa Edizioni Magnus

Allestimento

a cura di
Massimo Orio Boselli
Daniele Rigano

Contributi

Per l'allestimento e il simbolo in volume
Facco pubblicità, Padova
Per la produzione delle T-shirt
Benetton SpA, Ponzano
Per la stampa dei posters
Tipografia Commerciale, Venezia
Nuova Stampa, Castello di Godego
SAC Serigrafia, Vallà di Riese
Per la borsa in carta
Eurobags SpA, Carbonera (TV)
Per le attrezzature dei workshops
Apple Computer Italia

Ufficio Stampa

Assessorato alla Cultura
Comune di Venezia
San Marco, 1221/b
30124 Venezia
041. 5209288

Sponsor



Fig. 2 — Nella pagina precedente, Studio Camuffo, *Pacific Wave Californian Graphic Design*, pieghevole della mostra (retro), 1987. Courtesy Archivio Palazzo Fortuny.

Ricostruendo la vicenda più nel dettaglio, l'idea di presentare proprio i protagonisti della grafica americana in Italia nasce dall'incontro/scontro fortuito di Camuffo con le pagine della rivista giapponese *Idea*,¹⁵ che aveva dedicato un intero numero ad April Greiman e ad altri progettisti della *Pacific Wave* (Figg. 1 e 2).

Da qui l'intuizione di ospitare una mostra del tutto inedita che raccontasse un modo di progettare innovativo e con l'uso di un mezzo differente da quelli finora impiegati nella professione del grafico. Inoltre Camuffo è conscio che negli anni ottanta in Italia le riviste estere costituiscono gli unici strumenti per informarsi sullo scenario internazionale, anche se al contempo la conoscenza della lingua inglese diventa spesso uno scoglio per apprendere le discussioni in atto negli articoli pubblicati.¹⁶ Al contrario egli riconosce negli espedienti espositivi delle mostre, data la loro immediatezza, la capacità di facilitare la comprensione dei fenomeni diffusi altrove ed ecco che così si pongono le basi per l'ideazione della mostra *Pacific Wave* a Venezia.

Convinto della potenzialità della sua idea, Camuffo decide allora di affrontare direttamente un viaggio in California, facendosi accompagnare da un altro progettista grafico italiano, Roberto Barazzuol, conosciuto lavorando nello studio di Giulio Cittato e che da qualche anno viveva a San Francisco, dove aveva preso parte alle riflessioni condotte dal gruppo della rivista americana *Emigre* (Barazzuol, 1986; Barazzuol, 2019).

Camuffo riesce a convincere i progettisti grafici della *Pacific Wave* a partecipare alla mostra, chiedendo ad alcuni di loro di condurre dei workshop e ad altri di avviare una collaborazione con uno dei partner finanziatori della mostra, ossia il gruppo tessile Benetton.¹⁷ Si intessono così le relazioni tra la città lagunare e lo scenario contemporaneo internazionale del graphic design, rapporti che col passare del tempo si consolideranno con parte del territorio veneto non solo attraverso la figura di Camuffo, ma anche con il Centro di ricerca sulla comunicazione Fabbrica fondato a Treviso nel 1994.

Se finora sono state affrontate le premesse della genesi della mostra, dal punto di vista dei contenuti essa si articola in una serie di aree rappresentative della situazione grafica contemporanea: la prima, graphic design e l'avve-

Figg. 3, 4, 5 — Utimpergher, P., *Pacific Wave Californian Graphic Design*, fotografie dell'allestimento, 1987. Courtesy Archivio Palazzo Fortuny.



nimento culturale, comprende il materiale realizzato in occasione di grandi eventi culturali e sportivi, ad esempio le Olimpiadi di Los Angeles; la seconda, graphic design e industria, tratta i progetti per la grande industria attraverso alcuni video per Apple Computer e il progetto di branding per l'azienda di abbigliamento Esprit; la terza, graphic design e la comunicazione, sottolinea la formazione culturale e il differente approccio alla comunicazione di studi professionali, gruppi di ricerca, riviste e scuole (Figg. 3, 4 e 5).

Dal punto di vista del progetto dell'identità della manifestazione Camuffo mette in atto qualche espediente per enfatizzare ulteriormente le caratteristiche innovative del movimento della *Pacific Wave*.

Per prima cosa realizza appositamente "un'identità scoordinata" (Camuffo, 2019) in contrasto con il concetto di unitarietà tipico delle istanze visive della Scuola tipografica svizzera - ancora molto diffusa in Italia negli anni ottanta -, che al contempo restituisce visivamente le caratteristiche grafico-compositive della *New Wave* americana (Fig. 6). Inoltre Camuffo assegna a ciascun progettista americano coinvolto nella mostra il progetto di un preciso artefatto, ad esempio alla Greiman affida un manifesto da includere nel catalogo differente da quello che promuoveva la mostra sui muri di Venezia.

Per rendere l'esperienza dell'iniziativa più completa, all'esposizione *Pacific Wave. Californian Graphic Design* si affiancano tre workshop, *Fortuny Graphic* (2-17.11.1987),¹⁸ tenuti dai progettisti grafici più rappresentativi del graphic design californiano - John Casado, April Greiman e John Hersey - in dialogo con alcune realtà produttive italiane, per permettere ai partecipanti di lavorare direttamente sulla progettazione di una serie di artefatti grafici originali (Fig. 7).

Il successo di questi workshop spinge Camuffo, Fuso e Mescola a ideare e organizzare una seconda edizione dell'iniziativa, dando vita nel 1995 a *Fortuny Graphic 2* (16-21.01.1995), che avrà come ospiti sempre tre importanti progettisti grafici internazionali: David Carson, Tibor Kalman e Hamish Miur (Fig. 8).

Nell'intervento del 19 gennaio 1995, pensato dai curatori per arricchire l'offerta culturale di questa manifestazione, Sergio Polano introduce la situazione della cultura grafica italiana negli anni novanta, definendola come: "Una cultura abbastanza chiusa e pigra, ansiosa di legittimazione social-culturale ma non sempre disposta ad accettare le trasformazioni che l'abbraccio odierno tra comunicazione e tecnologia impone al mondo" (Polano, 1995).

Polano si è avvalso di questo *incipit* per sottolineare non solo la necessità, ma anche l'urgenza di realizzare in Italia più manifestazioni culturali simili a *Fortuny Graphic*, che avrebbero permesso a suo avviso sia la diffusione che la legittimazione, a cui si aspirava, della cultura grafica italiana.

Fig. 6 — Nella pagina seguente, April Greiman, *Pacific Wave Californian Graphic Design*, installazione per la mostra, 1987. Courtesy Archivio Palazzo Fortuny.



The completed sculpture in Venice, Italy



Fig. 7 — Nella pagina precedente, Studio Camuffo, *Fortuny Graphic 1*, pieghevole per una serie di workshop, 1987. Courtesy Archivio Palazzo Fortuny.

Questa critica pungente, ma realistica, è servita a sottolineare maggiormente l'importanza di manifestazioni come *Fortuny Graphic*, in cui sia ha la possibilità di ascoltare, capire e confrontarsi direttamente con i protagonisti della grafica internazionale.

Seppure le fonti per ricostruire a fondo le vicende internazionali delle manifestazioni curate da Camuffo in collaborazione con il Centro siano scarse, ciò che emerge è l'indiscutibile configurazione dell'istituzione veneziana come uno dei pochissimi luoghi di dibattito in Italia sulla grafica contemporanea internazionale e il suo rapporto con le tecnologie digitali negli anni ottanta e novanta: un piccolo tassello della storia della grafica italiana contemporanea.¹⁹

Inoltre la ricostruzione di questa vicenda ha permesso di tracciare alcune relazioni intercorse negli ultimi due decenni del Novecento tra certi progettisti internazionali e quelli italiani, fornendo una breve panoramica sugli strumenti di diffusione della cultura progettuale.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- 42^a Esposizione Internazionale d'Arte La Biennale di Venezia. *Arte e biologia. Tecnologia e informatica*. (1986). Electa.
- A conversation with Hamish Muir. (1990). *Emigre*, 14, 22.
- A conversation with Wolfgang Weingart. (1990). *Emigre*, 14, 24-25.
- April Greiman. *It's now what you think it is*. (1994). Artemis.
- BARAZZUOL, R. (2019, 20 maggio). Intervista di Monica Pastore a Roberto Barazzuol, Udine.
- BRUINSMA, M. (1995). *April Greiman. The way of the mouse*. <https://maxbruisma.nl/items/index.html?greim-eng.htm>.
- CAMUFFO, G. (1987). *Pacific Wave: Californian graphic design*. Magnus.
- CAMUFFO, G. (2019, 30 maggio). Intervista di Monica Pastore a Giorgio Camuffo, Venezia.
- CAMUFFO, G. (2020, 24 giugno). Intervista di Monica Pastore a Giorgio Camuffo, Venezia.
- Conversation with April Greiman. (1990). *Emigre*, 14, 26.
- FUSO, S. (2020, 9 settembre). Intervista di Monica Pastore a Silvio Fuso, Venezia.
- HOFMANN, A. (1985). Thoughts on the study and making of visual signs, Basle School of Design/Yale School of Art 1947 to 1985. *Design Quarterly*, 130, 1-20. www.jstor.com/stable/4091152
- MATTEI, M. G. (2014). *Alle radici del nuovo*. In D. De Kerckhove, *Psicotechnologie connettive*. Egea.
- MATTEI, M.G. (2020, 16 aprile). Intervista di Monica Pastore a Maria Grazia Mattei.
- POLANO, S. (1995). *Fortuny Graphic presentazione 19.01.1995*, appunti, archivio privato.
- POLANO, S. (1998). Wolfgang Weingart. Dal Nieuwe Beelding al New Wave. *Casabella*, 655, aprile, 48-63.
- POLANO, S. (2020, 24 febbraio). Intervista di Monica Pastore a Sergio Polano, Cormons.
- R. B. (1987, settembre 26). La grafica e il design californiani in mostra a Venezia. *La Repubblica*. <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1987/09/26/la-grafica-il-design-californiani-in-mostra.html>.
- REA, P. (1994). Reputation: Dan Friedman. *Eye*, 14. www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-dan-friedman.
- Roberto Barazzuol. Disegno grafico. (1986). *Emigre*, 5, 21-23.
- WEINGART, W. (1985). My typography instruction at the Basle School of Design/Switzerland, 1968 to 1985. *Design Quarterly*, 130, 1-20.
- WEINGART, W. (1987). How can one make Swiss typography? Theoretical and practical typographic results from the teaching period 1968-1973 at the School of Design Basel. *Octavo. Journal of typography*, 4.
- WEINGART, W. (2000). *Typography: my way to typography*. Lars Müller Publishers.

NOTE

- ¹ Originariamente il termine *New Wave* è usato per la prima volta a metà degli anni settanta dalla stampa musicale inglese per descrivere il genere musicale connesso in un certo qual modo al punk. Successivamente è preso in prestito nell'ambito del graphic design per indicare il nuovo approccio tipografico sviluppatosi in Svizzera. Richard Hollis l'ha utilizzato per primo nel volume *Graphic Design. A Concise History* del 1994 (p. 187).
- ² Weingart dal 1972 al 1973 è invitato come relatore in più istituzioni statunitensi, fra le altre Cooper-Herwitt Museum, Cranbrook Academy of Art, Herman Miller Design Department, Californian Institute of Art, Princeton University e Yale University.
- ³ Armin Hofmann invita Weingart a insegnare tipografia alla Kunstgewerbeschule Basel nel 1968 e successivamente, dal 1974 al 1996, prende parte come docente allo Yale University Summer Program in Graphic Design a Brissago, un programma internazionale di workshop dedicati a progettisti grafici, studenti e docenti.
- ⁴ L'ideatore del Yale University Summer Program in Graphic Design/Brissago è il progettista svizzero Armin Hofmann. L'esperienza di Hofmann prima come docente della Kunstgewerbeschule Basel e successivamente come *visiting professor* nelle più prestigiose università statunitensi - tra le tante anche la Yale University - lo ha portato a dare vita a questa offerta formativa internazionale nel 1973, consolidando così le relazioni professionali tra Svizzera e Stati Uniti nell'ambito del progetto grafico.
- ⁵ La documentazione della conferenza del 1972 è stata pubblicata per la prima volta in Europa dalla rivista sperimentale inglese *octavo* nel 1987 e successivamente tradotta in italiano da Sergio Polano in *Casabella* nel 1998.
- ⁶ Dan Friedman (1945-1995), progettista grafico e docente americano, ha contribuito significativamente alla diffusione del post-modernismo e della *New Wave* americana.
- ⁷ April Greiman ha frequentato il corso di laurea in Grafica presso il Kansas City Art Institute dove hanno insegnato la tedesca Inge Druckrey e lo svizzero Hans Allemann, entrambi in contatto per diverse vicissitudini con Hofmann. Quest'ultimo durante una sua mostra organizzata a Kansas City ha conosciuto Greiman durante il suo ultimo anno di studi e l'ha invitata a presentarsi a settembre con un suo portfolio per l'ammissione alla Kunstgewerbeschule Basel.
- ⁸ Friedman è stato studente al Carnegie Institute of Technology a Pittsburgh dove ha conosciuto tra i docenti Ken Hiebert, progettista grafico e insegnante americano, formatosi alla Kunstgewerbeschule Basel con Hofmann. Cit. Rea, P. (1994).
- ⁹ Hamish Muir ha studiato grafica al Bath Academy of Art, a capo del dipartimento c'era lo svizzero Benno Zehnder, il quale gli ha suggerito di iscriversi al programma estivo della Kunstgewerbeschule Basel.
- ¹⁰ Per la trattazione di questo articolo l'autrice ha scelto di operare una semplificazione delle tecnologie impiegate dai progettisti trattati, focalizzandosi soprattutto su quelle digitali finora poco indagate nello scenario italiano.
- ¹¹ Giorgio Camuffo si avvia alla professione di graphic designer nei primissimi anni ottanta, iniziando a collaborare come freelance con Giulio Cittato, colui che lo farà appassionare allo scenario della grafica statunitense. Parallelamente si avvicina alle attività del Museo di Palazzo Fortuny nel 1979 prima come utente, partecipando ai workshop della manifestazione dedicata alla fotografia *Venezia '79 - la Fotografia*, e successivamente come progettista, occupandosi della comunicazione del museo prima sotto la direzione di Cittato e poi autonomamente. Questo sodalizio con l'istituzione veneziana lo spinge a cimentarsi come curatore di diverse iniziative legate alla cultura progettuale.
- ¹² Il Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny, fondato nel 1979, nasce come luogo di ricerca all'interno del Museo di Palazzo Fortuny con l'intento di creare un polo di eccellenza che si occupasse di professioni e ambiti professionali tangenti al mondo dell'arte e connessi maggiormente con il mondo del lavoro e la società.
- ¹³ La 42ª edizione della manifestazione veneziana, diretta da Maurizio Calvesi, trattava la tematica *Arte e scienza*, che fu divisa in due differenti sezioni/filoni: la prima intitolata *Tra passato e presente* comprendeva *Spazio, arte ed alchimia e Wunderkammer*; la seconda, *Nell'età delle scienze esatte*, era divisa a sua volta in *Arte e biologia, Colore, tecnologia ed informatica e La scienza dell'arte*.
- ¹⁴ In particolar modo all'interno della sezione *Arte e biologia. Tecnologia e informatica*, presso gli spazi delle Corderie dell'Arsenale, si è costituito un laboratorio/evento *Ubiqua. Network planetario* - ideato da critici d'arte Roy Ascott, Maria Grazia Mattei, Tom Sherman e Tommaso Trini - in cui diversi gruppi d'artisti, collegati da tutto il mondo, sono stati invitati a interagire tra di loro scambiandosi messaggi attraverso le strumentazioni sopracitate. Questo processo creativo di collaborazione a distanza anticipa per certi versi la condizione di interazione del futuro media web.
- ¹⁵ Cfr. *Idea Magazine*, 179, 1983
- ¹⁶ Questa condizione è stata avvalorata dalle testimonianze dei progettisti intervistati.
- ¹⁷ Dalla testimonianza di Giorgio Camuffo e dai documenti consultati in archivio di Palazzo Fortuny emerge la stipula con Benetton per la realizzazione di t-shirt disegnate da John Hersey e messe in commercio dall'azienda trevigiana.
- ¹⁸ Sullo svolgimento e sugli esiti dei workshop non è stato possibile reperire ulteriori informazioni, per mancanza di fonti adeguatamente conservate in Archivio. Ciò che ha permesso una ricostruzione parziale delle vicende della prima edizione *Fortuny Graphic* del 1987 sono le testimonianze dei progettisti grafici (Barazzuol, Camuffo e Girardi) e del responsabile del Centro (Silvio Fuso).
- ¹⁹ Per approfondire il ruolo del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny nella diffusione della cultura digitale nella grafica come in altri ambiti attigui si veda la tesi di dottorato dell'autrice di prossima discussione: Pastore, M. (2021). *Linguaggi ibridi. I progettisti grafici italiani e il computer come nuovo strumento di progetto tra gli anni ottanta e novanta* [Tesi di dottorato, Università luav di Venezia].

Fig. 8 — Nella pagina seguente, Hamish Muir, *Fortuny Graphic 2*, poster per il workshop, 1995. Courtesy Sebastiano Girardi.



Ibero-American 1980s Rock Album Cover Design

A Comparative Study

PAULO EDUARDO MORETTO
University of São Paulo

PRISCILA LENA FARIAS
University of São Paulo
Orcid ID 0000-0002-2540-770X

During the 1980s, post punk and new wave American and British rock bands gained visibility among young people in Western major urban centres. Influenced by them, countless rock bands appeared in Ibero-American cities such as São Paulo (Brazil), Buenos Aires (Argentina), Mexico City (Mexico), and Madrid (Spain). The aesthetic experimentation observed in the musical universe, with songs mixing rock'n'roll with punk rock, new wave, and regional styles, can also be perceived in many of those bands' album covers, with compositions that break up with canonical design rules. After a brief historical and cultural contextualization, this article presents the results of a research that investigated to what degree Brazilian, Argentinian, Mexican and Spanish 1980's rock covers shared the same visual characteristics. To this end, design theories on visual language and typography were employed, complemented by observation and examination of selected album covers.

KEYWORDS

Design Culture
Postmodernism
Transnational Design
Graphic Memory
1980s Rock

1. Introduction

In the 1980s, the consolidation of the collapse of the grand narratives (Lyotard, 1993) influenced, among other aspects of society, the artistic production, opening doors to postmodernism and other creative possibilities, with liberty for new visual experiments. The same dissatisfaction that led young New Yorkers and Londoners to review the logic of the cultural industry, giving rise to punk and its aesthetic and conceptual derivations, with its freedom for appropriations and the questioning of rules, made an entire generation, born in non-hegemonic western countries, take ownership of this new creative logic and, mixing these new global references with local references, produce a new form of rock.

A similar movement took place in the field of graphic design, apparently with less amplitude, but with enough strength to challenge the modernist canons that used to dictate design education, aesthetics and creation processes. In this context, new relations between global and local design were established, enabling different cultural transfers and exchanges (Poynor, 2010). Based on

a previous research on Brazilian rock album covers from the 1980s (Moretto & Farias, 2020), this study seeks to identify similarities, differences and peculiarities in album covers of the same musical genre produced in other Ibero-American countries (Argentina, Mexico and Spain).¹

2. Historical and musical context

Throughout the 1980s, the world underwent substantial social and economic changes. The geopolitical tension between the USA and the Soviet Union became strategic and ideological, with repercussions all over the world, culminating in the fall of the Berlin Wall in 1989 and the end of the Cold War, two years later. Gradually a new geopolitical order, under the auspices of the world economic, social, cultural and political integration, and globalization ideals, got established. Along the decade, this whole context worsened in the West due to a strong economic recession and the cultivated fear of communist rise, making the election and permanence of conservative governments viable. For many Western countries, these were difficult years, marked by high levels of unemployment, extremely high rates of inflation, significant loss of purchasing power for the population and an increase in their external debts (Marangoni, 2012). In two leading countries, right-wing governments were elected (Ronald Reagan, President of the United States, from 1981 to 1989, and Margaret Thatcher, Prime Minister of the United Kingdom, from 1979 to 1990), both with great rejection and targeted by constant protests from workers, young people and more progressive groups. Other countries, such as Brazil, Argentina, Mexico and Spain, witnessed the decay of authoritarian regimes with often slow and conflicting processes of re-democratization.

In the musical scene, in the late 1970s, punk rock took rock'n'roll, from the elaborate excursions of progressive rock into jazz and classical music, back to "basics": three chords and a simple melody —only louder, faster and more aggressive than in the past. On both sides of the Atlantic, bands abandoned the sonic excesses that characterized hard rock or the virtuosity of psychedelic rock and stripped the music down to the essentials. In New York, the Ramones, considered the first punk band, popped up in 1974 and, in London, the Sex Pistols debuted one year later (Vinil, 2008). With different proposals and sounds, the direct approach of both bands revolutionized music. In the USA, punk remained a niche phenomenon, but in the United Kingdom, it was a large-scale movement, with socio-cultural implications, such as the "do it yourself" culture. Gradually, punk would derive, in macroscopic terms, into three branches: post-punk (more experimental and conceptual than punk); new wave (more pop, danceable, performative, featuring synthesizers); and

hardcore (heavier, faster and even more aggressive than punk, but also less self-destructive and more socially concerned).

Young people in the world's major urban centres were attentive to the international socio-cultural scene, especially London and New York. The growing importance given to the young since the end of the Second World War had already guaranteed them a leading role in Western cultures since the 1960s. This phenomenon took on new contours in the 1980s, especially in terms of mass culture and consumption. In many countries, the international music industry bet on this target audience as a strategy to survive the economic crisis, exploring the dissatisfaction of young people and encouraging new rock bands, especially those that presented songs in local languages, such as Portuguese and Spanish. This could partially explain the cultural appreciation experienced by Ibero-American 1980s rock bands. In Brazil, this new trend in rock became generally identified as Brazilian Rock or BRock, and, in Latin America, it was known as "rock en tu idioma". In Spain, a significant part of this movement was represented by the "Movida Madrileña" scene. The aesthetic experimentation observed in the musical universe—with songs that mixed rock'n'roll with punk rock, new wave and regional styles—could also be perceived in graphic compositions that broke up with canonical design rules, as observed in 1980s Brazilian rock album covers (Moretto & Farias, 2020).

3. Criteria used for visual analysis

A model for describing and analysing 1980s Brazilian rock albums covers was previously proposed by us (Moretto & Farias, 2020). It was based on the essential elements for creating and analysing graphic pieces presented by North-American designers Ellen Lupton and Jennifer Cole Phillips's *Graphic design: the new basics* (Lupton & Phillips, 2008), and specially on the principles of graphic language described by British theorist Michael Twyman (1986), founded on pictorial, verbal and schematic elements. The aspects of graphic language analysed were essentially related to the syntactic dimension of visual language. Album covers were initially examined according to the concepts of plural and singular elements, as proposed by Brazilian graphic design researcher Isabella Aragão (2011). Plural elements, according to Aragão, are those commonly used in the creation of graphic pieces of a given time and place (patterns), while singular elements, on the contrary, are unique elements that distinguish some of these visual artefacts individually, without repercussions on the whole group. The model was then adopted to compare Brazilian and Ibero-American rock albums covers. Table 1 presents the criteria adopted by us for the description and analysis of the covers and synthesizes the model proposed.

Tab. 1 — Criteria for description of 1980s Ibero-American rock album covers.

VISUAL STRUCTURE (PLURAL, PLURAL WITH VARIATIONS, SINGULAR)	PICTORIAL ELEMENTS	PHOTOGRAPH	BAND' S PORTRAIT	NEUTRAL BACKGROUND
				SCENARIO
				GRAPHIC INTERVENTIONS
		OTHER PHOTOS	CONTEXTUAL	
			ASSOCIATION	
	ILLUSTRATION	COLLAGE		
		APPROPRIATION OF OLD IMAGES		
		STYLE IMITATION		
	VERBAL ELEMENTS	MAIN VERBAL ELEMENT	BAND' S NAME OR ALBUM TITLE	
			POSITION: TOP, CENTRE OR BOTTOM	
			HOMOGENEOUS OR HETEROGENEOUS SET OF CHARACTERS	
UPPER, LOWER OR MIXED CASE				
TRANSFERABLE OR PHOTOTYPESET CHARACTERS, CALLIGRAPHY OR LETTERING				
POSTMODERN CHARACTERISTICS				
SECONDARY VERBAL ELEMENT	SAME GRAPHIC TREATMENTS AS THE MAIN VERBAL ELEMENT (OR NOT)			

4. 1980s rock album covers in Brazil

The Brazilian rock albums released in the 1980s examined in the previous study (Moretto & Farias, 2020) were found in specialized stores or vinyl record fairs in the city of São Paulo, during a search that lasted for more than two years. Since it is practically impossible to determine the absolute number of records released in the period studied, or actually gain access to all of them, a representative sample was selected². It yielded a set of 90 records³ produced between 1979 and 1993, released by 41 bands, many of them very popular and part of the so-called mainstream, all within the musical genre commonly referred to in Brazil as BRock.

Fig. 1 — First line, Brazilian album covers: *Cinema mudo*/Paralamas do Sucesso (Ricardo Leite, 1983/Brazil), *Camisa de Vênus*/Camisa de Vênus (Marta, 1983/Brazil) and *Revoluções por minuto*/RPM (Ricardo Leite e Geraldo Alves Pinto, 1985/Brazil). Second line, American and British covers: *October*/U2 (Rapid Exteriors, 1981/UK), *Marquee Moon*/Television (Tony Lane, 1977/USA) and *Outlandos d'Amour*/The Police (Michael Ross, 1978/UK).



Observing this set of covers, it was possible to identify a plural visual structure consisting of a dominant pictorial element in the composition (a photograph or an illustration) and two verbal elements (band name and album title). Another common characteristic is that the name of the band is usually the main verbal element, predominantly in upper case and located on the top of the cover, while the album title (also often set in upper case but in smaller bodies and using letters with different designs) is recurrently less evident and situated at the bottom of the cover. Noticeably, plural characteristics are patterns commonly observed in the group, but which are not necessarily present in all pieces of that group.

The three covers in Figure 1 (first line) mostly adhere to the format just described. However, on the second cover, since the name of the band and the title of the album are coincident, there is no secondary verbal element. This visual structure identified on Brazilian rock album covers of the 1980s can be considered a plural characteristic, but it is not a totally rigid structure, nor is it exclusive to this musical genre or era. This way of organizing the visual elements of the album covers is observed at other moments in history and, even, in other musical genres and, also, in other graphic pieces, such as in books and posters.

The increase in the number of bands in the 1980s and the practicality of locating records when placed on store shelves may have influenced the recurring adoption of this visual solution.

Fig. 2 — Brazilian album covers: *Fausto Fawcett e os robôs efêmeros*/Fausto Fawcett (Jorge Barrão e Luiz Zerbini, 1987/Brazil), *Cabeça dinossauro*/Titãs (Sérgio Britto, 1986/Brazil) and *Ronaldo foi pra guerra*/Lobão e os Ronaldos (Jair de Souza e Valéria Naslausky, 1984/Brazil).



The small variations when using this structure, on the other hand, can also be explained by this recurrence and the need to bring something new to the covers, but without giving up the functional issue of easily identifying the albums on store shelves.

Out of the various results obtained from the analysis of the selected material, it was noted that many of the covers included images of the musicians as the main pictorial element, normally portraying them in similar poses. The same kind of images could be observed in album covers of American and British bands that influenced Brazilian rock music in the 1980s. Upon a closer look, it was possible to identify three main subgroups among these Brazilian covers: covers with portraits in a scenario (Fig. 1, cover 1) covers with portraits on a neutral background (Fig. 1, cover 2), and covers with graphic interventions in the portraits (Fig. 1, cover 3). The same visual solutions could be identified in American and British rock covers released in the late 1970s and early 1980s, such as those also shown in Figure 1 (second line).

About one third of the covers studied had illustrations as the main pictorial element. Many of them adopted the same plural visual structure described above and made use of collages, with compositions made from other images of different origins, superimposed or placed side by side (Fig. 2, cover 1). This visual approach was widespread and used in zines in different cultural contexts, such as those created by members of the São Paulo 1980s punk scene (FARIAS, 2011). Other trends among illustrations found in Brazilian rock covers were reappropriations of drawings produced in other contexts (Fig. 2, cover 2 uses a Leonardo Da Vinci's drawing) and the creation of original images in the style of other periods or media, such as 1950s propaganda pamphlets, cartoons, comics and other vernacular references (Fig. 2, cover 3). These characteristics are generally associated with postmodernism, which began to gain traction in 1980s graphic design.

Fig. 3 — Album covers: *Virus/* Agujero Interior (designer unknown, 1983/Argentina), *Dibujos animados/Nacha Pop* (designer unknown, 1985/Spain) and *Dangerous Rhythm/Dangerous Rhythm* (designer unknown, 1981/Mexico).



5. 1980s Ibero-American rock covers (Argentina, Mexico and Spain)

Given the difficulty inherent in locating antique album covers from other countries in specialized stores or fairs in Brazil, it seemed more adequate, for the purposes of the study reported here, to search for representative images of these covers on the Internet. As many of these images are in low resolution, the analysis was restricted to more general aspects of composition or the use and positioning of pictorial and verbal elements. The observation of details such as serif styles or subtleties of textures was hindered and likely to go unnoticed. Images were found for 101 albums, released between 1980 and 1994, by 29 bands, consisting of 34 albums by eight Argentine bands, 37 albums by thirteen Mexican bands and 30 albums by eight Spanish bands. All selected bands were part of musical contexts similar to Brazilian BRock bands, and experienced some relevance within it.

A point to be highlighted is that this study was developed in the broader context of a project that brings together researchers from the fields of design and history dedicated to studies on visual and graphic design, print culture, and on the history of art and design, focusing on the relationships between modernism and local traditions that shaped Ibero-American visual design cultures in the twentieth century. This justifies the choice of the countries from which the rock album cover images were considered. The same study could be carried out with material from countries such as Portugal, France or Italy, since, also in these other countries, this new way of making rock found fertile ground among young people in the 1980s.

5.1. Visual structure

One third of the 1980s Ibero-American rock covers under study (36 out of 101) have a visual structure similar to that commonly found in the Brazilian case (one pictorial and two verbal elements, one principal verbal element at the top and a secondary verbal element at the bottom of the composition, such as in Figure 3, left). About half of them (45 out of 101) have structures

that are variants of this plural structure, usually with the displacement of the secondary verbal element towards the main verbal element at the top of the cover or the absence of the secondary verbal element (Fig. 3, centre). Only twenty of the covers have singular visual structures, organized in a totally different way —with verbal elements arranged vertically, for instance (Fig. 3, right).

5.2. Pictorial elements

The analysis of Ibero-American rock album covers revealed that, as well as in the Brazilian case, their compositions were organized around a pictorial element with the predominance of photography (74 out of 101: 22 from Argentina, 26 from Spain and 26 from Mexico). Photographs that portray the members of the bands were also a recurring solution in this group (56 out of 101, of which 16 were Argentine, 19 Spanish and 21 Mexican).



Fig. 4 — First line, American and British covers: *Ramones/Ramones* (photo by Roberta Bayley, 1976/USA), *Pretenders/Pretenders* (photo by Chalkie Davies, 1980/UK) and *B-52's/B-52's* (Tony Wright, 1979/USA). Second Line: Brazilian covers, *Educação Sentimental/Kid Abelhas e os Abóboras Selvagens* (Miro, 1985/ Brazil), *Inocentes/Inocentes* (Carlos Giannotti, 1989/Brazil) and *As aventuras da Blitz/Blitz* (A Bela Arte, 1982/Brazil). Third line: Ibero-american covers, *Dulce Navidad/Ataque 77* (designer unknown, 1989/Argentina), *En la mira/Ritmo Peligroso* (designer unknown, 1985/México) and *Música moderna/Radio Futura* (designer unknown, 1980/Spain).

Figure 4 shows the album covers of American and British rock, in the first line, and similar solutions adopted in the design of Ibero-American 1980s rock covers (including Brazilian covers). In the second line, three Brazilian album covers, and, in the third line, an Argentine, a Spanish and a Mexican cover, successively. The similarities in the poses in which the bands were portrayed, regarding the framing, as well as the photographer's point of view (always below the line of sight of the subjects), and the aggressive, but also blasé, attitude of the band members, is a constant in the examples and in countless other covers analysed. The same categories identified among Brazilian covers were identified in the Ibero-American group: portraits of the band on a scenario (Fig. 4, left column), portraits of the band on a neutral background (Fig. 4, central column) and portraits of the band with graphic interventions (Fig. 4, right column).

In the 1980s, Ibero-American rock was made by bands from distant parts of the world with various musical influences, ensuring not only a wide musical spectrum, but also a great visual diversity in their album covers. References to international aesthetic trends, present in their music, also appear in the album covers. The common use of photos of the bands, with strong reference to foreign music groups, puts in evidence the choice of clothing worn by their members, including boots and overcoats, not always appropriate for local climatic conditions. In general, bands more attentive to new wave used to adopt a more extrovert and festive outfit with vibrant colours, while bands under a stronger influence of punk and post-punk tended to adopt black and grey outfits, with darker and more aggressive postures, as shown in Figure 5.



Fig. 5 — Top line: albums of bands with new wave look, *Recrucece/Virus* (designer unknown, 1982/Argentina), *Una o ninguna/ Aerolíneas Federales* (designer unknown, 1991/Spain) and *Sombbrero Verde/Sombbrero verde* (designer unknown, 1981/Mexico). Bottom line: albums of bands with post punk look, *Que país é este?/Legião Urbana* (Fernanda Villa-Lobos, 1987/Brazil), *La mafia del baile/Loquillo y Trogloditas* (designer unknown, 1985/Spain) and *Caifanes/Caifanes* (designer unknown, 1988/Mexico).

Fig. 6 — Album covers: *Niño sin amor*/El Tri (designer unknown, 1987/Mexico), *Como conseguir chicas*/Charly Garcia (designer unknown, 1989/Argentina) and *Llegando los monos*/Virus (designer unknown, 1987/Argentina).



Fig. 7 — Album covers: *La máquina del tiempo*/Los Twist (designer unknown, 1985/Argentina), *Busca amor*/Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio (designer unknown, 1990/México) and *La cagaste... Burt Lancaster*/Hombre G (designer unknown, 1986/Spain).



Other photos used on the covers of Ibero-American albums do not portray band members. As noticed in the Brazilian case, some covers feature scenes with people in situations that refer to the title of the album, like the photo of a boy in a degraded environment used on the cover of *Niño sien amor* [Boy without love] (El Tri, 1987, Fig. 6, left), or the girl with sensual look photographed with a large bouquet of flowers in *Como conseguir chicas* [How to get girls] (Charly Garcia, 1989, Fig. 6, centre). Other covers show photos of landscapes and objects, normally related to the theme of the album, but more abstract photographic images were also used in some covers, as in *Llegando los monos* [Monkeys arriving] (Virus, 1987, Fig. 6, right), bringing these images closer to the universe of the fine arts.

Many of the covers analysed use photographic images in collages which, as mentioned before, are a recurring feature on the 1980s rock album covers, both in Brazil and Ibero-American countries. Some of these collages use photos of bands, as can be seen on the cover of *La máquina del tiempo* [The time machine] (1985), by the Argentine band Los Twist (Fig. 7, left). Covers like this one reinforce the importance and representativeness of these two characteristics (use of bands' photography and collage) for the whole group. In addition to collage, it was noticed that about a third of the covers use other kinds of illustrations as the main pictorial element, specially the ones that appropriate the visual language normally associated with cartoons, graffiti, rock art, children's books, etc.

An example of this is the comic-like drawing of *Busca amor* [Look for love] (Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio, 1990, Fig. 7, centre), that bears the title of the album in a balloon typical of this universe. More evident appropriations were also observed, as in the cover of *La cagaste... Burt Lancaster* [You screwed up... Burt Lancaster] (Hombre G, 1986, Fig. 7, right), in which a promotional photo of the actor was used as the pictorial element of the cover. All these features were also identified on Brazilian 1980's rock album covers and, as stated earlier, are commonly associated with postmodernism in graphic design.

5.3. Verbal elements

As mentioned earlier, the predominance of covers with two verbal elements found in the Brazilian covers was seen in the set of Ibero-American covers too (72 out of 101), with the tendency for the name of the band to be the main verbal element (usually positioned close to the upper edge of the composition), and the title of the album to be the secondary verbal element (commonly located at the bottom of the cover), as in *Doble vida* [Double life] of the Argentine band Soda Stereo (Fig. 8, right). Counteracting this trend, ten Ibero-American covers had three or more verbal elements, six of which in albums by Mexican bands. An example of that is *La ley del desierto, la ley del mar* [The law of the desert, the law of the sea] (Fig. 8, centre), by the Spanish band Radio Futura, which presents, in addition to the band name and part of the album title (“La ley del desierto”), the names of the songs. Different letterforms were employed to set the various verbal elements, but the composition was structured on a grid with schematic elements (geometric stripes) and large areas of flat colour, ensuring a balanced aspect to the whole. In *Hecho en México* [Made in Mexico] (Fig. 8, cover 3), the composition is organized around two main elements: one pictorial (an illustration of a guitar with its body shaped as the map of Mexico) and one verbal (the name of the band drawn with three-dimensional sans serif letters in Mexican national colours).



Fig. 8 — Album covers: *Doble vida*/Soda Stereo (designer unknown, 1988/Argentina), *La ley del desierto, la ley del mar*/Radio Futura (designer unknown, 1984/Spain) and *Hecho en México*/El Tri (designer unknown, 1986/Mexico).

Fig. 9 — Top line: album covers, *En la mira/Ritmo Peligroso* (designer unknown, 1985/Mexico), *Tomando tierra/Aerolíneas Federales* (designer unknown, 1988/Spain) and *Tierra del fuego/Virus* (designer unknown, 1989/Argentina). Bottom line: album covers, *El ritmo del garaje/Loquillo y Trogloditas* (designer unknown, 1983/Argentina), *La dicha en movimiento/Los Twist* (designer unknown, 1988/Spain) and *Simplemente/El Tri* (designer unknown, 1989/Mexico).



Around these two elements, numerous verbal elements, set with letters in different shapes and bodies, were arranged in an irregular manner, occupying the entire graphic field.

In most of the Ibero-American covers under study, as well as in the Brazilian covers previously analysed, a prevalence of the use of uppercase and sans serif characters to set the verbal elements, whether main or secondary, was observed. Another plural characteristic noted in both groups of covers was that the secondary verbal elements were treated differently from the main ones, in smaller bodies, with different letter shapes or colours, as can be seen in the covers shown in Figure 9.

This almost indiscriminate use of letters with different shapes, colours and sizes can also be associated with postmodernism, which led this study to analyse the covers in terms of the adoption of postmodern treatments applied to typography. This was done based on the list of postmodern strategies compiled by Brazilian graphic design researcher Mirella Migliari (Migliari, 2010). Both in the Brazilian and Ibero-American covers, some of the following features were observed: use of eclectic typography, weight juxtaposition and extreme spacing, deteriorated typography, distortion, diffuse legibility and vernacular references. Some examples of this can be observed in Figure 10.

Fig. 10 — Album covers: *21 años después*/Alex Lora y El Tri (designer unknown, 1983/ Mexico), *Himno de mi corazón*/ Los Abuelos de la Nada (designer unknown, 1984/Argentina) and *Las canciones malditas*/Kaka de Luxe (designer unknown, 1983/ Spain).



6. Conclusion

The analysis of 1980s Ibero-American rock album covers, based on a comparison with Brazilian covers of the same period and musical genre, identified common and recurring characteristics in both groups, such as the adoption of a 'plural' or recurring compositional structure, and the use of visual references from other cultural and historic contexts. Other recurring trends were found in the treatment given to verbal elements and the use of photos of the bands in certain poses, revealing the influences and exchanges of references between designers in the musical universe of rock.

By using common compositional elements and procedures, Ibero-American rock covers (including Brazilian ones) stood aligned with solutions presented by designers in other parts of the world, in what seems to be an effort to make those covers recognizable in terms of international rock trends and genres. The mixing of this international vocabulary with local repertoires and references, coherent with expectations that those albums would have been sold mostly locally, add to those covers some kind of differentiation in terms of visuality, eventually leading to unexpected solutions.

As in the study previously carried out by us on Brazilian covers (Moretto & Farias, 2020), some of the graphic pieces under study challenged the proposed analysis framework to some degree. The use of portraits of bands in collages, for example, has proved to be more recurrent than initially predicted. This probably reflects a posture that characterized a significant part of the graphic production at that time: the adoption of solutions that would defy traditional rules. This is particularly true in what regards the challenge to canons of modernist design (hierarchy, alignment, legibility, etc.), an attitude usually described as postmodern, and that found fertile ground among young people.

The analyses and comparisons presented basically focus on the syntactic dimension of the visual language of the studied graphic pieces, observing their formal characteristics and the relationships between the constituent

elements of their visual compositions. An analysis that considers the semantic and pragmatic dimensions of these artefacts would improve their understanding and allow for a better interpretation of their relationship with local and global production.

A possible development of this line of studies would be to focus on endogenous and exogenous design productions, even if restricted to the universe of rock covers, seeking to better understand their flows (transfers or cultural exchanges). Further research could also include comparative studies encompassing other graphic artefacts (magazines, posters, flyers, etc.) created in contexts where rock played an important role in the socio-cultural life of local youth during the 1980s.

Acknowledgement

The research reported here is supported by a CAPES (the Brazilian Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel) PhD grant, and is part of the research project 'Studies on Iberoamerican visual design culture in the 20th century: convergences, contrasts and conflicts between modernisms and local traditions,' supported by UIU - Unión Iberoamericana de Universidades.

REFERENCES

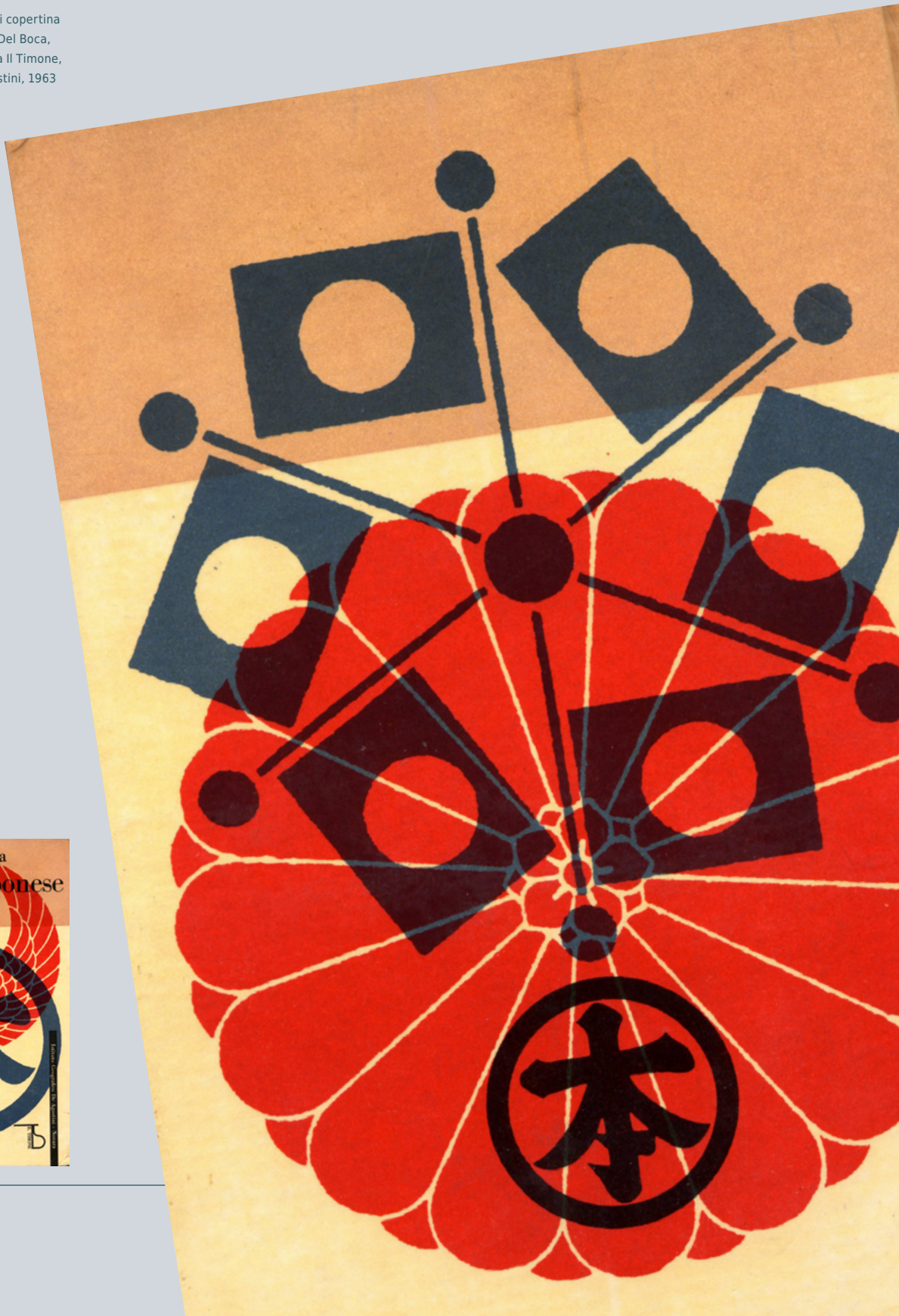
- ARAGÃO, I. (2011). O plural e o singular nas composições visuais dos rótulos de bebida [The plural and the singular in the visual compositions of drink labels]. In S. Campello & I. Aragão (eds.), *Imagens comerciais de Pernambuco: ensaios sobre os efêmeros da Guaianases* [Commercial images from Pernambuco: essays on the ephemeral of Guaianases], pp. 93-113. Néctar.
- FARIAS, P. (2011). Sem futuro: the graphic language of São Paulo city punk. In *Design History Society Annual Conference 2011: Design Activism and Social Change*. Fundació Història del Disseny.
- LUPTON, E., & PHILLIPS, J. C. (2008). *Graphic design the new basics*. Princeton Architectural.
- LYOTARD, J.-F. (1993). *O pós-moderno explicado às crianças: correspondência 1982-1985* [The Postmodern Explained: Correspondence 1982-1985]. Dom Quixote.
- MARANGONI, G. (2012). "Anos 1980, década perdida ou ganha?" ["1980s, lost or won decade?"]. In: *Desafios do desenvolvimento* [Development challenges]. Ipea.
- MIGLIARI, M.E.M. (2010). *Tipografia pós-moderna nas Bienais da Associação dos Designers Gráficos: 1992-2009* [Postmodern typography at the Biennials of the Graphic Designers Association: 1992-2009]. PhD dissertation, Puc-Rio.
- MORETTO, P., & FARIAS, P. L. (2020). 1980's Brazilian Rock Album Covers: A Visual Analysis. In: F. Vukic & I. Kostesic, eds. *Lessons to Learn? Past Design Experiences and Contemporary Design Practices. Proceedings of the ICDHS 12th International Conference on Design History and Design Studies*. UPI2M Books.
- POYNOR, R. (2010). *Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo* [No more rules: graphic design and post-modernism]. Bookman.
- TWYMAN, M. (1986). Articulating graphic language: a historical perspective. In M. E. Wrolstad, & D. F. Fischer (orgs.). *Toward a new understanding of literacy*, p. 188-251. Praeger.
- VINIL, K. (2008). *Almanaque do rock* [Rock Almanac]. Ediouro.

NOTES

- ¹ Ibero-American countries are to be understood as a group that includes Portugal, Spain, and Latin American nations, usually former territories of the two Iberian countries, where Spanish or Portuguese are official languages. In this article, the term "Ibero-American" is sometimes used in opposition to the term "Brazilian" just in order to identify two different sets of rock album covers. Album covers from Argentina, Brazil, Mexico and Spain were considered once the research reported here is part of a project conducted by researchers from the Universities of Buenos Aires (Argentina), São Paulo (Brazil), UNAM (Mexico), Barcelona and Complutense de Madrid (Spain).
- ² The main criteria for the selection of covers were, first, that they could be found in second hand stores, that the bands were recognized by the musical media as part of the musical genre in focus, and, finally, that they were released during the 1980s. It is important to note that this last criterion was, in a way, more malleable, since cultural movements are not synchronized with the calendar decades, making it possible for covers produced in the late 1970s and early 1990s to also be included. Obviously, no criteria of personal aesthetic taste was taken into account in the selection of the material. The availability of the selected covers in such stores and fairs is evidently dependent on the relative popularity of the corresponding albums. Therefore, virtually all well-known albums of the period, and most minimally popular ones, were included in this sample.
- ³ As the study presented here aimed to identify and characterize a visual language from an era, the fact that it does not identify its authors is not, in principle, relevant, but that may be the focus of future investigations. Furthermore, the albums bought in second hand stores did not have, for the most part, the sheets inserted internally in which the authorship credits are usually found. The term "design gráfico" (graphic design) was still not usual in Brazil in the 1980s. Credits to the design of the album covers, when given, adopted terms such as 'art', 'cover', 'creation', 'art direction', among others. On the album covers produced in other countries and presented in this article, which were all located on the internet, no credit to the designers could be identified.

RACCONTO VISIVO

Max Huber, retro e prima di copertina per il libro di T. Harris e A. Del Boca, *Occhio giapponese*, Collana Il Timone, Istituto Geografico De Agostini, 1963 (courtesy of AIAP CDPG).



A Visual Narrative on the Presence of Japanese Characters in the São Paulo City Urban Landscape (1930-1970)

EDUARDO ARAÚJO DE ÁVILA
University of São Paulo
Orcid ID 0000-0003-1208-1760

Districts that receive Asian immigrants are characterized by a specific urban landscape, formed by textual and visual elements, which differ from the usual Latin/Western system. In cities where these districts are established, typographic elements indicate landmarks of identity representation and historical reference for the Asian immigrant communities that live and work in the region. This phenomenon has occurred in streets of multicultural cities like New York and Milan. In Brazil, this phenomenon can be observed especially in the Liberdade district in São Paulo city. Since the beginning of the twentieth century, Liberdade had commercial and cultural institutions where some inscriptions could be found, mainly from Japanese writing systems (hiragana, katakana, and kanji). In this visual essay of historical approach, the author examines the typographic landscape present in inscriptions inserted in the public environment of Liberdade, by means of some photographs taken between the 1930s and 1970s. As a result, the purpose of this visual narrative is to understand how the relationship between typography, writing and the urban context constitutes the graphic heritage of Liberdade.

KEYWORDS

Japanese Immigration
São Paulo (Liberdade)
Japanese District
Typographic Landscape
Japanese Writing System

1. Introduction

This study corresponds to a part of the first observations on the presence of Asian letters in the historic district of Liberdade. In that way, the text was developed as a visual narrative. This brief visual essay presents some notes from a doctoral research in development at the Visual Design Research Lab at the University of São Paulo, School of Architecture and Urbanism. The doctoral research is linked to the project entitled “Typographic Landscapes: Advanced studies of letters in the urban environment”, coordinated by Professor Priscila Farias. Furthermore, the visual essay proposes a reading of some photographs, which were recorded between the 1930s and 1970s by different photographers: professionals and amateurs. Today, these photographs are part of collections, such as the Correio da Manhã newspaper collection, which belongs to the Arquivo Nacional, Brazil; the Instituto Moreira Salles collec-

tion; and the Kobayashi and April Press collections. According to Brazilian photographer and researcher Boris Kossoy (2014), photographs are a visual testimony in which it is possible to detect a series of data that can help to clarify facts, as in written documents. The study had the theoretical contribution of Kossoy on use of documentary photographs as a historical source.

2. Background of the Liberdade district urban landscape

Japanese immigration to the Americas began in the second half of the nineteenth century. According to the Japanese-Brazilian journalist and researcher Cristina Sato (2004), the year 1885 marked the first arrival of Japanese immigrants in Hawaii. Consequently, Japanese immigration extended to the western United States, to the Pacific coast of Canada, to Peru and then to southern Brazil. On June 18, 1908, after sailing 12,000 miles, the ship *Kasato Maru* docked at the port of Santos, Brazil, bringing the first Japanese immigrants to the country. It is important to emphasize that Japanese immigrants reacted according to their customs and traditions in the initial phase of their installation in Brazil. As a result, they formed closed groups, composed exclusively of Japanese citizens (Sato, 2004, pp. 33-40).

In the 1910s, Japanese immigrants who had not adapted to working on the farms arrived in the capital of São Paulo and settled in the Liberdade district, concentrating on Rua Conde de Sarzedas, before settling in other regions of that neighborhood (Fig. 1).

Fig. 1 — Claude Lévi-Strauss, Rua da Liberdade, main street in the Liberdade district, c. 1937. Instituto Moreira Salles.



In São Paulo city, where modern buildings emerged at the top of still rustic hills, there were districts like Liberdade, where cattle lived with cars and trams on the streets, and homemade bed sheets, hanging on the clotheslines, formed the foreground for the imposing buildings. This was the landscape that Claude Lévi-Strauss, then a young French visiting professor of sociology, and photographer in his spare time, found and recorded between 1935 and 1937, when he came to teach at the University of São Paulo. The anthropologist recorded the Liberdade district through photographs, before the district became the “Brazilian Japantown”, and through the images he observed that a city is like a text that, to understand, it is necessary to know how to read and analyze. From this perspective, the “texts” found in the urban landscape of Liberdade district, located in the central area of the capital of São Paulo state, underwent a gradual transformation (Fig. 2).

Fig. 2 — Claude Lévi-Strauss, Rua Santana do Paraíso, vicinity of the Liberdade district, c. 1937. Instituto Moreira Salles.



Over the centuries, different architectural styles have characterized the urban space of Liberdade district. One of the styles that characterized the neighborhood at the beginning of the twentieth century was the eclectic style, which corresponds to the period of the República Velha (1889-1930) in Brazilian history, and which influenced the development of the city. In architecture, eclecticism is the combination of architectural styles from the past to create a new architectural language. During the nineteenth century, Portuguese and Italian immigrants built *sobrados*¹ that corresponded to the current architectural style and which, over the course of time, became pensions

and republics that would be inhabited, in the first decades of the twentieth century, by Japanese immigrants (Fig. 3).

Fig. 3 — Hildegard Rosenthal, Children on the sidewalk in the Liberdade district. In front of the townhouse, in the background, there is a sign of Hotel Suehiro in *rōmaji*, 1940s. Instituto Moreira Salles.



Between the 1930s and 1940s, there were about 2,000 Japanese immigrants in São Paulo (Sato, 2018). They came directly from Japan and from the interior of the state of São Paulo, after ending the work contract in the field. Everyone was looking for an opportunity in the city. The central location of the neighborhood meant that immigrants could also be closer to work. As the number of immigrants in the neighborhood grew, so did the commercial activity. Soon inns, emporiums, restaurants, stores, and Japanese-owned markets were emerging. Japanese immigrants worked in various activities, but almost all commercial establishments worked to serve the Japanese-Brazilian community (Fig. 4).

Fig. 4 — Hildegard Rosenthal, Meeting point. Japanese traders in the Liberdade district, 1940s. Instituto Moreira Salles.



In the 1940s, in full population and industrial expansion that would transform the capital of São Paulo into a metropolis, São Paulo was recorded by the Swiss photographer Hildegard Rosenthal (1913-1990).

Rosenthal arrived in Brazil in 1937, fleeing Nazism. In São Paulo, she would become one of the first photojournalists in the Brazilian press, reporting for foreign and national media, such as the newspapers *O Estado de S. Paulo* and *Folha da Manhã*.

In the Liberdade district, Rosenthal takes photos that record the daily lives of people who lived and worked in the neighborhood. The images show commercial establishments, such as Japanese products stores, restaurants, and pastry shops (Fig. 5).

Fig. 5 — Hildegard Rosenthal, sweet shop in Liberdade district. Detail for the Casa Motomu projecting irregular type sign, 1940s. Instituto Moreira Salles.

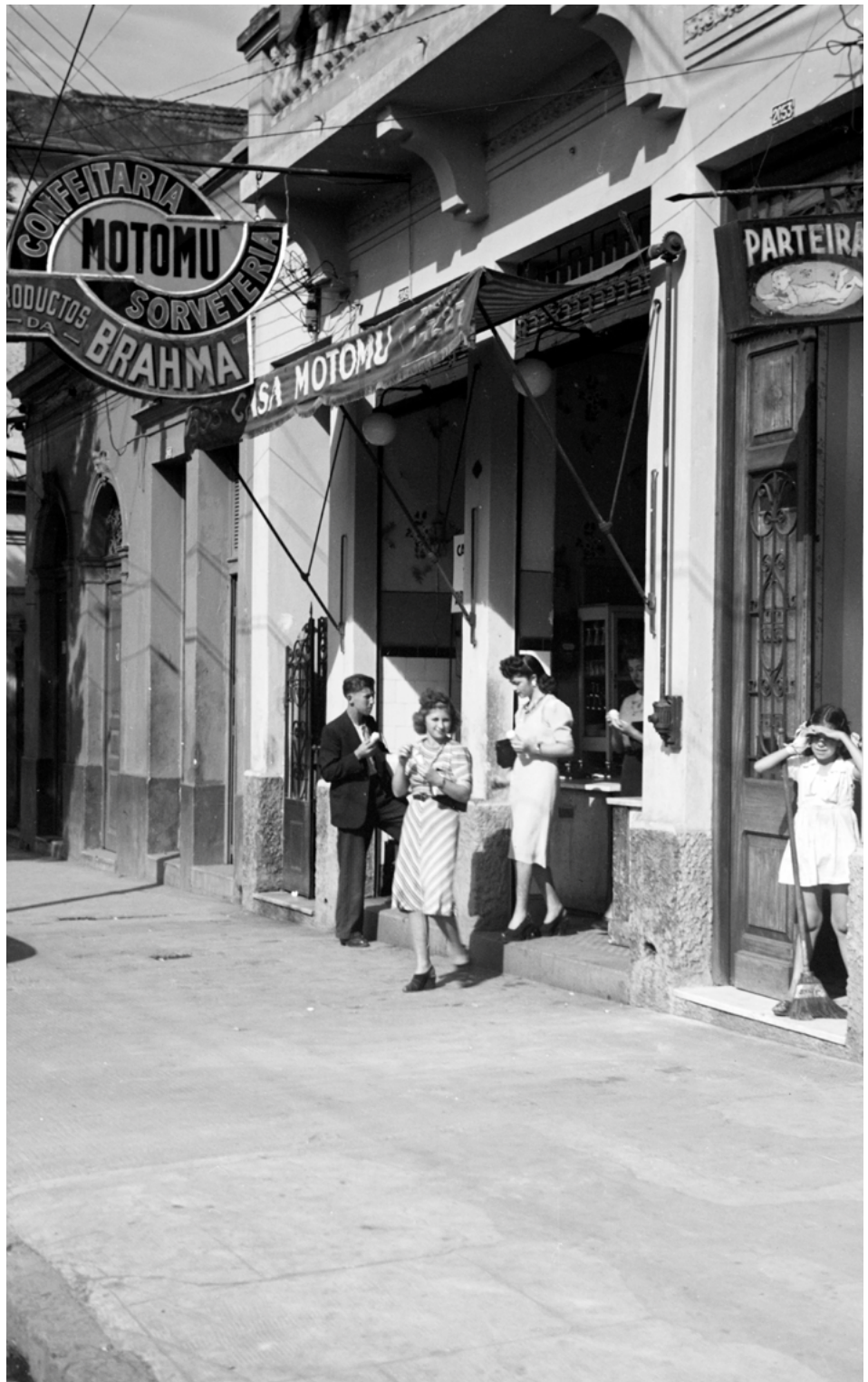


Fig. 6 — Hildegard Rosenthal, untitled, Detail for the G.Kuniy store shopfront projecting type sign, 1940s. Instituto Moreira Salles.



At the beginning of the twentieth century, with the arrival of immigrants, Rua Conselheiro Furtado, a street in São Paulo city downtown area, was at its peak, where it was possible to find Japanese cuisine restaurants, Japanese-style inns, and Japanese products stores. The G.Kuniy was one of those stores that imported Japanese products, which were identified with small signs at the entrance of the store. The signs consisted of the name of the store and a description of the type of establishment. Different types of lettering styles were used in the visual communication of the stores (Fig. 6).

3. The characterization of the Japanese district in São Paulo city

Between the 1960s and 1970s marked the beginning of changes in the neighborhood. From 1968, in Liberdade there were commercial establishments and cultural institutions that displayed verb-visual inscriptions, constituted mainly by the Japanese writing systems: *hiragana*, *katakana*, and *kanji* -Sino-Japanese characters. In the neighborhood it is also possible to find bilingual inscriptions that are elaborated with these writing systems, in association with the Latin alphabet system. In these cases, the words inscribed in the visual communication artifacts are romanized *Rōmaji* - or Japanese character transcription system for Roman/Latin letters - is a frequent practice in the production of visual communication pieces, to be exhibited in Asian districts, due to the need to expand the communicational capacity of the pieces to reach different audiences (Fig. 7).

There were signs, usually consisting of a base panel made with sheet metal, in which the inscriptions were painted or printed in an upright position, simulating the format of the *nobori* flags,² similar to signs in Japan. It was possible to read in Japanese characters the type of each commercial establishment. This was part of a scenario that transformed the central street into an environment with characteristics of the typographic landscape found in Japan. The main characterization is to reproduce different models, based on typography, lettering styles and traditional Japanese calligraphy (Fig. 8).

According to Brazilian graphic designer and researcher Priscila Farias (2016), the concept *typographic landscape* represents the landscape that is formed by a subset of characters present in the urban environment, which form words, names and other messages composed of letters and other characters. Farias emphasizes that typography, in this context, must be understood in a broad sense, which includes inscriptions obtained through creative processes that would be classified as lettering or calligraphy (Farias, 2016).

Fig. 7 — Dilson Martins, untitled, Detail for the Suehiro Restaurant projecting banner type sign, c. 1970. Correio da Manhã Collection. Arquivo Nacional.



Fig. 8 — Dilson Martins, untitled, Detail for the Taishū Shokudō (Popular coffee shop) projecting columnar type sign, c. 1970. Correio da Manhã Collection. Arquivo Nacional.



Fig. 9 — Dilson Martins, untitled, Detail for the shop window type sign with movie news, c. 1970. Correio da Manhã Collection, Arquivo Nacional.



Highlighting the public and accessible character of some of these inscriptions, typography researcher Sue Walker (2001) defines “public writing” as the inscriptions, sometimes artistically produced, present in the public space, such as notices, posters, and signs, as well as pamphlets and newspapers (Fig. 9).

The Japanese-Brazilian anthropologist and researcher Alexandre Kishimoto, in his research on Japanese cinemas in the Liberdade district, comments that there was a consensus on the importance of the emergence of Cine Niterói for the formation and consolidation of Japanese trade in the region, as well as for the characterization of Liberdade as a Japanese district (Kishimoto, 2013). Inaugurated in the 1950s, Cine Niterói was the first cinema room intended exclusively for the exhibition of Japanese films in Brazil. From 1961, it began showing films by the Toei Company, a Japanese film production and distribution company. This partnership is visible in the building fascia³ (Fig. 10).

According to Brazilian researchers Cecília Saito and Marco Souza (2015), the Japanese district does not correspond to the entire space destined for the Liberdade, but it is only a part of that space that concentrates commercial and cultural environments maintained predominantly by Japanese immigrant communities.

Fig. 10 — Dilson Martins, untitled, Detail for the Cine Niterói building fascia type sign (with the Toei Company logo on the left side), c. 1970. Correio da Manhã Collection, Arquivo Nacional.



Fig. 11 — Dilson Martins, untitled, Detail for the Casa Hase building façade (with different types of signs for the Japanese products store), c. 1970. Correio da Manhã Collection, Arquivo Nacional.



In other words, the dynamics in the Liberdade district became known over time as the “Bairro Oriental” of Liberdade. In fact, this is not a neighborhood itself, but just a delimited area within the district (Fig. 11).

It is important to consider that the local culture is constituted by the set of microcultures that exist in it, of which migrant cultures are an intrinsic part. Therefore, it is possible to observe how the graphic communication of Asian districts contributes to delimit territories marked by identity representations, as well as to establish different processes of socio-cultural interaction. From another point of view, these same spaces are seen as exotic places, as they represent ethnic and cultural stereotypes, by social groups that do not have the same repertoire as Asian immigrant communities. In addition, for these groups the landmarks are the boundaries of an essentially tourist environment (Fig. 12).

Fig. 12 — Next page, unknown author, untitled, Detail for the illuminated signs (building fascia type sign) with Japanese characters, c. 1967-1974. Kobayashi/ Abril Press.

Several factors contribute to the bricolage⁴ that characterizes the Brazilian Japanese district, resulting in a fragmented and multiple typographic landscape. With the participation of immigrant cultures, mainly contrasting with characteristics from Brazilian culture, this bricolage is the result of a continuous and complex process, which promotes different collective imaginaries.



Fig. 13 — Unknown author, un-titled, Detail for the illuminated signs (projecting banner type sign) with Japanese characters, c. 1967-1974. Kobayashi/Abril Press.



On the one hand, the imaginary of Japanese immigrants in São Paulo is based on their repertoire of memories, practices, visual expressions and, particularly, verbal, and written language. This repertoire determines how these people establish the visual communication of their spaces for social and commercial interaction. On the other hand, other people who do not belong to the Japanese community develop other imaginary of these same visual communication systems, based on decontextualized and stereotyped information (Fig. 13).

4. Conclusion

Through the photographs it is possible to observe a variety of signs featuring inscriptions in different styles of Japanese typography. The photographs also reveal some examples of inscriptions in the urban landscape, from the most official and perennial to the most spontaneous and ephemeral. It is possible that these inscriptions were made by various processes: printing, lettering, calligraphy, among others. In this context, such inscriptions are understood as visual references to the Liberdade district and its history and memory, with implications for the constitution of collective identities and a sense of place for Japanese immigrants. Over the decades, the phenomenon of appropriation of the urban environment by Japanese immigrants has occurred on streets, squares, and corners of Liberdade. These areas were adapted in a mimetic process, so that they look the same, although more modest, as the historic streets and commercial districts of cities in Japan. Therefore, without proper contextualization about the origin of cultural practices and about the participation of immigrants in the formation of Brazilian visual culture, the difficulty in analyzing complexity increases the risk of taking a trivialized and naturalized look at cultural manifestations, such as visual processes and communicational aspects of the typographic landscape of Asian districts around the world.

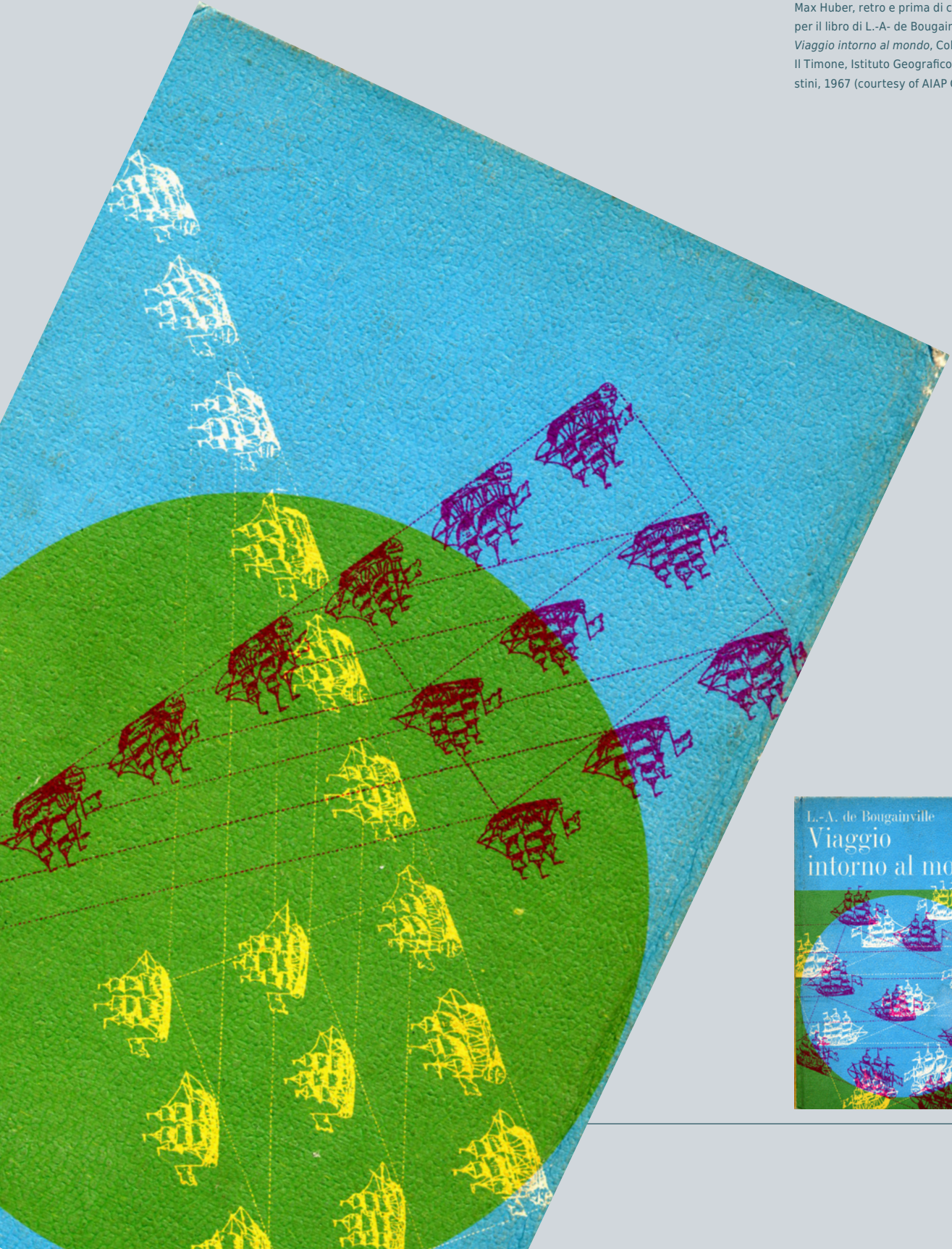
REFERENCES

- FARIAS, P. (2016). *Estudos sobre tipografia: letras, memória gráfica e paisagens tipográficas*. Tese de Livre-Docência - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo.
- KISHIMOTO, A. (2013). *Cinema Japonês na Liberdade*. Estação Liberdade.
- KOSSOY, B. (2014). *Fotografia & história*. Ateliê Editorial.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1995). *Saudades de São Paulo*. Cia. das Letras.
- TAM, K. (2014). The architecture of communication: the visual language of Hong Kong's neon signs. In *Mobile M+ neonsigns.hk: an interactive online exhibition celebrating Hong Kong's neon signs*. Hong Kong: M+, West Kowloon Cultural District Authority. <http://www.neonsigns.hk>.
- SATO, C. (2004). *Brasil em Ideogramas: Histórias de Vida de Jornalistas da Imprensa Nipo-Brasileira*. Dissertação de Mestrado - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.
- SATO, F. N. (2018). *História do Bairro da Liberdade*. Associação Cultural e Assistencial da Liberdade.
- SAITO, C., & SOUZA, M. (2015). A comunicação bilingue do bairro da liberdade. *Revista Extraprensa*, 8(2), 19-25. <https://doi.org/10.11606/extraprensa2015.85153>.
- WALKER, S. (2001). *Typography and Language in everyday Life: prescriptions and practices*. Pearson Education.

NOTES

- ¹ It is a form equivalent to the Anglo-American "townhouse", featuring typically two floors with a balcony.
- ² Japanese banners which are flags in the shape of verticalized rectangles, attached to a pole with a crossbar. The *nobori* were important on the battlefields of feudal Japan.
- ³ According to the typology of signs described in the paper by Keith Tam (2014).
- ⁴ Although the concept of "bricolage" has specific meanings in many other fields, including anthropology, architecture, and visual arts, the sense of bricolage used in this case refers to small jobs carried out by someone who is not specialized. In this sense, bricolage becomes a metaphor for the practice of elaborating Japanese graphic communication artifacts (such as signs and posters), produced by individuals who generally do not have specialized training for such practice.

Max Huber, retro e prima di copertina per il libro di L.-A. de Bougainville, *Viaggio intorno al mondo*, Collana Il Timone, Istituto Geografico De Agostini, 1967 (courtesy of AIAP CDPG).



Riletture

ICSID

Un «Bridge between Worlds»

RAIMONDA RICCINI

Università Iuav di Venezia

Orcid ID 0000-0002-2490-9732

Il numero di *AIS/Design. Storia e Ricerche* dedicato alle Geografie non poteva ignorare il ruolo ricoperto da una grande istituzione del design, per sua vocazione globale e relazionale, come l'International Council of Society of Industrial Design (ICSID), oggi rinominata WDO.¹ Fondata nel 1957 a Londra, l'Associazione non si è assunta soltanto il compito di rappresentare, organizzare, diffondere e difendere la professione del design. Ha decisamente contribuito, attraverso un'attività di conferenze, di scambi e di workshop a livello internazionale, a fondare teoricamente la disciplina, a partire dalla sua definizione.

Le organizzazioni professionali del design, dislocate in tutti i continenti, con un gran numero di paesi e persone coinvolte, con un forte impatto su milioni di designer nel mondo, hanno avuto un ruolo determinante nel processo di ampliamento delle relazioni a livello globale. D'accordo con Jonathan M. Woodham (2005), crediamo che gli storici debbano ora guardare a istituzioni quali ICSID e ICOGRADA come a una fonte importantissima per ridisegnare la mappa mondiale della storia del design. Di particolare interesse è sicuramente il ruolo che ICSID ha saputo interpretare come punto di relazione tra i cosiddetti paesi del Primo mondo e quelli della Periferia, così come anche nella "diplomazia della Guerra Fredda".²

PAROLE CHIAVE

Associazioni

ICSID

Conferenze

Design

Non si tratta di ripercorrere qui le attività che storicamente ICSID ha messo in campo per ampliare il suo campo d'azione, attività numerosissime e peraltro note (Messell, 2016). L'obiettivo delle due riletture che qui riproponiamo è più modesto e circoscritto. Vogliamo mettere in risalto un frangente specifico, visto attraverso la conferenza ICSID del 1977 a Dublino, con due articoli pubblicati su *Modo* del gennaio-febbraio e del marzo 1978, a direzione di Alessandro Mendini: la flagrante evidenza della dimensione globale delle contraddittorie forme dello sviluppo, che non poteva più essere elusa, e la necessità di affrontarla in chiave progettuale.

Una consapevolezza che a partire dalla conferenza irlandese diede luogo a importanti sviluppi, come la Dichiarazione di Ahmedabad del 1979, grazie alla cooperazione fra l'United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), l'ICSID e l'Indian National Institute of Design, di cui abbiamo già dato conto nel numero di *AIS/Design. Storia e Ricerche* dedicato al Social Design (2020).

Nella conferenza di Dublino del 1977 che qui offriamo alla rilettura, si scontrano e incontrano opposte filosofie della progettazione, sul crinale decisivo degli anni settanta del secolo scorso, durante il quale viene meno il modello economico integrato fra gli Stati del Primo mondo e non se ne è ancora affermato uno nuovo. Sono anche gli anni nei quali da un lato viene messo radicalmente in discussione il modello progettuale-produttivo dominante e, insieme, viene formalizzato un genere specifico di design dello sviluppo basato su paradigmi antropologici legati alle culture locali. In quel periodo, i movimenti informali del cosiddetto design alternativo sono stati incorporati nel design industriale, mentre le metodologie e le considerazioni legate agli aspetti antropologici dello sviluppo sono state fondamentali per assicurare la preminenza della professione del design nelle nuove politiche di sviluppo emergenti e nelle strutture di *soft power*. (Clarke, 2016)

Tania Messell (2019) ha messo bene in evidenza come in quegli anni ICSID abbia cercato di intervenire nei processi produttivi locali, per sollecitare logiche di razionalizzazione e integrazione di alcune economie periferiche nei mercati internazionali. In particolare furono i paesi dell'America Latina a rappresentare le aree di massima attenzione, culminata nel congresso di Città di Messico del 1979 sul tema *Disegno industriale e sviluppo umano*.³

In questo scenario complesso, si svolge la Conferenza di Dublino, che aveva al centro il tema *Identità e Sviluppo*. Il testo di Franco Raggi ci restituisce un affresco ironico e puntuale dell'evento, che si svolge su quattro giornate di incontri. Il punto nodale, secondo Raggi, rimane quello della ricerca dell'identità del designer (o forse meglio, del progettista in senso lato), un designer del tutto spaesato di fronte a una delle tante crisi dei fondamenti della modernità.⁴ Non è un caso che il titolo si riferisca alla ricerca dello psicanalista, ovvero alla ricerca di una bussola tra le opposte idee di soluzione progettuale ai problemi dello sviluppo (e della sua equità): dall'architettura solipsistica di Paolo Soleri, alle strategie incrementalistiche degli studiosi indiani, al metodologismo radicale di Herbert Ohl, al design dal volto umano di Rodolfo Bonetto, all'autarchia culturale di Victor Papanek.

Vale la pena di soffermarsi sulle posizioni di quest'ultimo, uno dei protagonisti assoluti, allora come ora, di un design modellato "per il mondo reale", ma un mondo beninteso a scala locale, secondo le risorse disponibili. Ne vale la pena, anche perché questo filone di pensiero, oltrepassando la dimensione "periferica" alla quale si voleva rivolgere, ha rappresentato anche nei paesi occidentali uno dei capisaldi di un pensiero progettuale debole, sostanzialmente antindustriale e antitecnologico, che è giunto sino a noi sottoforma di teorie come quella del "piccolo è bello", o delle "tecnologie appropriate", o della "decrescita felice", o della "rigenerazione", o della "prossimità". Dunque è in questa chiave che va riletto, io credo, il secondo testo che qui ripropiniamo. Si tratta di un riadattamento del discorso di Papanek fatto alla stessa conferenza di Dublino, con il titolo *Pedalando sul trattore*, la cui rilettura offre l'occasione per riflettere su temi drammaticamente attuali, irrisolti nonostante già oltre quarant'anni fa se ne fosse compresa appieno la portata. Viene il dubbio che, allora come ora, risposte come quelle di Papanek non fossero - e non siano neppure oggi - all'altezza delle sfide poste dall'ampiezza e dalla gravità delle diseguaglianze a livello globale, che semmai, nel mondo contemporaneo, si sono ulteriormente acuite.

REFERENCES

- Ahmedabad Declaration on Industrial Design for Development, 1979 (2020). *AIS/Design. Storia e Ricerche*, 7(12-13), 240-243.
- CLARKE, A. J. (2016). Design for Development, ICSID and UNIDO: The Anthropological Turn in 1970s Design. *Journal of Design History*, 29(1), 43-57.
- MESSELL, T. (2016). *Design across borders: The establishment of the International Council of Societies of Industrial Design (ICSID), 1953-1960*. ICDHS.
- MESSELL, T. (2019). Globalization and Design Institutionalization: ICSID's Xith Congress and the Formation of ALADI, 1979. *Journal of Design History*, 32(1), 88-104.
- SERULUS, K. (2017). "Well-Designed Relations": Cold War Design Exchanges between Brussels and Moscow in the Early 1970s. *Design and Culture*, 9(2), 147-165.
- WOODHAM, J. M. (2005). Local, National and Global: Redrawing the Design Historical Map. *Journal of Design History*, 18(3), 257-267.

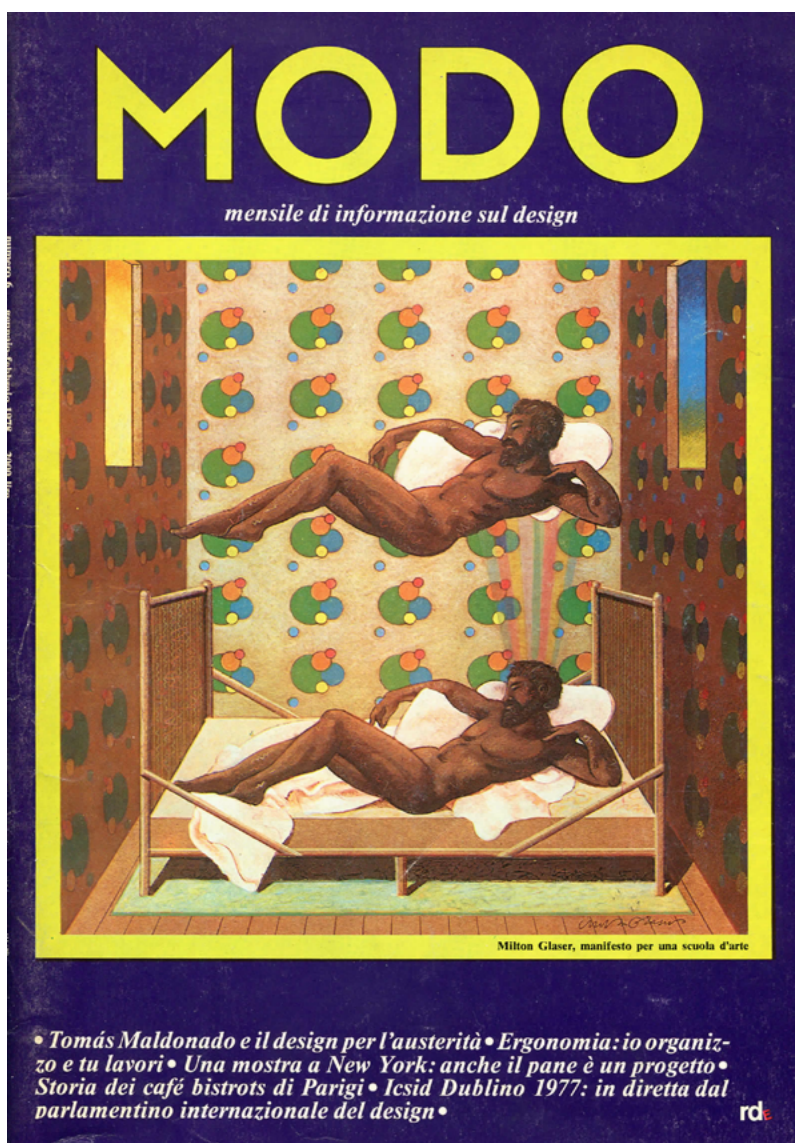
NOTES

- ¹ The World Design Organization (WDO)TM, formerly known as the International Council of Societies of industrial design (ICSID), is an international non-governmental organization that promotes the profession of industrial design and its ability to generate better products, systems, services, and experiences; better business and industry; and ultimately a better environment and society. <https://wdo.org/about/>
- ² Le relazioni al di là della Cortina di ferro erano incoraggiate non soltanto dalle prospettive commerciali, ma anche dalla presenza di una rete di personalità di spicco del design che intrecciavano rapporti e scambi culturali e professionali oltre Cortina. Come racconta Katarina Serulus (2017), fu soprattutto attraverso la rete transnazionale dell'ICSID che le scene del design dell'Est e dell'Ovest potevano incontrarsi.
- ³ Il punto è cruciale perché in quell'occasione emersero posizioni contrarie a una struttura centralizzata dell'ICSID, e venne creata l'organizzazione di design latinoamericana ALADI da parte di un circolo di designer latinoamericani, che sostenevano una progettazione basata su pratiche locali e militavano per una cooperazione regionale finalizzata all'indipendenza economica e culturale dell'America Latina. Cfr. Messell, 2019.
- ⁴ Vale la pena di annotare il passaggio (p. 24) in cui Raggi descrive gli italiani intenti a fare shopping piuttosto che a buttarsi a capofitto in un dibattito del quale forse poco capivano, "dimostrando che il design non ha una sua cultura specifica storicamente e tecnicamente determinata".

ICSID a Dublino. Il designer va dallo psicanalista

«MODO», n. 6, gennaio-febbraio 1978

FRANCO RAGGI



argomenti

MODDO 6

Icsid Dublino: il designer va dallo psicanalista

speciale



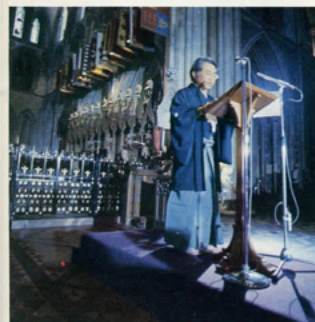
foto P. O'Toole

1. Dublino, Grafton Street.
2. Cattedrale di St. Patrick, 19 settembre 1977 ore 11: apertura ufficiale del congresso.

Chi è il designer? Come conciliare esigenze commerciali dei paesi industrializzati col diritto del terzo mondo ad uno sviluppo equilibrato? Hanno provato a discuterne 500 designers a Dublino

di FRANCO RAGGI

Addobbata come per un matrimonio reale, la cattedrale di St. Patrick a Dublino ha accolto la cerimonia inaugurale del decimo congresso internazionale delle asso-



Discorso di benvenuto del presidente uscente, il giapponese Kenij Ekuan.

ciazioni di industrial design. In una atmosfera irreali gli officianti (il presidente uscente Kenij Ekuan in kimono e il comediografo Denis Johnston) hanno salutato con formule di rito i più di 800 designers venuti da 33 paesi a discutere sul



2

tema « Identità e sviluppo ».

Il classico « chi siamo?, dove andiamo? », nella sua inquietante vaghezza giunge come interrogativo, dopo venti anni di vita dell'Icsid, a sancire almeno a livello internazionale una crisi più filosofico-esi-

stenziale che professionale. Una sorta di complesso di inferiorità rispetto a campi operativi e disciplinari con un background storico e culturale più omogeneo e riconosciuto.

Non a caso a fare la prolusione di 21

MODDO 6

questo congresso è stato invitato un critico d'architettura come Bruno Zevi, che non ha potuto fare a meno di dichiarare la sua meraviglia per l'invito, e di meravigliare a sua volta i presenti affermando paradossalmente i vantaggi di non avere una identità, giacché « solo una condizione



Bruno Zevi, nella prolusione al congresso, ha affermato la necessità per i designers privi di identità di rifarsi alle norme anticlassiche che presiedono ad ogni progettazione moderna.

e un linguaggio privi di identità non corrono il rischio di essere ingabbiati dentro una grammatica classicista ».

In effetti il problema dell'identità, comunque lo si affronti, sia che si parli di architettura che di industrial design, pone la questione della modernità e cioè del superamento e della ricomposizione oggi, in una pratica di progetto, delle forze culturali ed economiche che gravitano intorno all'azione del fare e del produrre l'universo artificiale.

Zevi ha però voluto fissare, rispetto a questa problematica fluida, una boa di riferimento: il Movimento Moderno (da Wright a Le Corbusier) rispetto al quale calcolare e valutare una pre-modernità e una post-modernità della pratica progettuale. Da consumato istrione qual è, e con un senso dello spettacolo che pochi hanno mostrato di possedere, ha così evocato Pirandello e i « Sei personaggi in cerca d'autore », dove ovviamente l'Autore è il Design e i sei personaggi (ma sono molti di più) sono i caratteri e gli aspetti (la fenomenologia del produrre) che il progettista si trova a dover dominare quando progetta.

La citazione è servita ad introdurre l'affermazione che il comportamento moderno per eccellenza è il comportamento anti-classico, fatto più di negazioni che di affermazioni, più di non-norme che di norme, un procedimento piuttosto che un sistema di segni. In conclusione, l'attacco è stato portato al Post-Modernismo (e al libro di Charles Jencks « Post Modern Architecture », che considera l'eredità del passato in architettura come un repertorio neutro di forme, rivalutando il collage come comportamento eretico) e bruciando nevroticamente l'eredità del Movimento Moderno senza approfondirne gli imperativi etico-culturali. Questi sono pragmaticamente fissati nelle famose « sette invariabili dell'architettura », delle quali Zevi stesso da tempo è sacerdote.

Di fatto, malgrado una esortazione fiduciosa finale « ad usum designers », Zevi ha affermato un primato storico dell'ar-



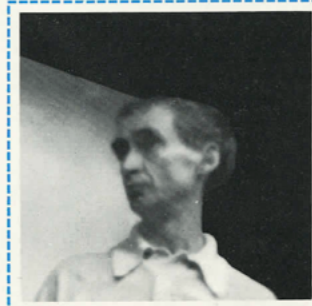
Il discorso di benvenuto ai congressisti pronunciato dal Major di Dublino.

chitettura nello svolgimento dei temi chiave dello sviluppo della cultura materiale, e cioè una funzione guida nella ricerca e definizione di una identità per il vasto mondo della progettazione; tesi che, piombata su un uditorio forse più attonito che attento, non ha provocato il dibattito che meritava.

Il congresso si è così inesorabilmente avviato con un programma micidiale di conferenze e comunicazioni sempre parallele che creavano una situazione di « panico da assenza ». Appena in un'aula il livello di interesse diminuiva (avveniva spesso), il dubbio che nelle altre aule succedesse qualcosa di più interessante muoveva gruppi di congressisti che si incrociavano nei corridoi del Congress Centre. Una sorta di flusso osmotico nel tentativo di sapere tutto.

Il sottile tema dell'identità passava in secondo piano rispetto a quello dello sviluppo, che giustificava e permetteva la esposizione, a volte piatta a volte stimolante, del lavoro dei congressisti. La parata delle stars diventava così l'unico motivo d'interesse.

Paolo Soleri, serafico frate laico dell'utopia, espone il lento costruirsi di Arco-



Paolo Soleri sotto tiro dopo la presentazione dei suoi progetti.

santi (città autosufficiente nel deserto dell'Arizona) come atto di fede nelle possibilità taumaturgiche dell'architettura. Con coraggio dichiara la sua estraneità ai problemi della partecipazione creativa; l'architettura è una sua scelta personale, chi

viene ad Arcosanti esegue partecipando ad una dimensione collettiva del lavoro, rito di cui Soleri è il sacerdote. Alle obiezioni di carattere tecnologico e sociologico sulla realizzabilità del suo progetto, può rispondere negandone il carattere utopico e sostenendo la realtà « qui e ora » di un luogo in cui sfuggire all'alienazione della città contemporanea. Il vero miracolo in realtà è come ogni anno Arcosanti riesca a richiamare centinaia di studenti che, pagando mille dollari, hanno il diritto di fare i manovali in uno dei deserti più caldi del mondo. Nella Hall erano in vendita delle serie di litografie firmate dall'autore per finanziare il suo progetto-vita.



Victor Papanek, sostenitore di una decolonizzazione tecnologica dei paesi in via di sviluppo.

Il problema dell'identità, risolto da Soleri sul piano dell'impegno poetico personale, è riemerso nello show di un'altra star internazionale, Victor Papanek, avviato ormai a divenire l'esperto mondiale per il design nei paesi in via di sviluppo. « Dobbiamo renderci conto che, nel sistema politico economico internazionale, ognuno è impegnato solamente a cucirsi il suo paracadute » ha detto con spettacolo cinismo. In altre parole, non esiste forma d'aiuto da parte dei paesi industrializzati nei confronti del terzo mondo che non nasconda alla fine un calcolo personale. Il design è l'aspetto emergente sul piano progettuale di un fenomeno commerciale ed economico che si muove in base alle regole del profitto. Culture e tec-

nologie locali, ove non possano divenire merci di scambio, vengono soppresse dalle economie più forti. La soluzione prospettata da Papanek, e che riprende le tesi del suo libro «Design for the Real World», è quella di una autarchia culturale che progetti la sua cultura materiale a partire dalle risorse locali secondo una scala di bisogni reali. Ma questa tesi appare demagogica perché si fonda su una autonomia economica difficilmente realizzabile e, a parte il pianeta Cina, non si vede chi e come possa realizzare su grande scala le condizioni politiche per una gestione corretta delle risorse nei paesi in via di sviluppo. Le immagini proposte da Papanek, più suggestive che concrete, illustrano alcuni esempi di design autoctono, con materiali e tecniche semplici, in contrapposizione alle follie sensuali dell'occidente consumistico: le prime pericolosamente vicine all'etica paternalistica del buon selvaggio, le seconde alla boutade.

In effetti il nodo che rimane irrisolto, anche nella filosofia accattivante di Papanek, è il rapporto tra l'economico e il politico rispetto al concetto di sviluppo. I paesi poveri infatti possono vendere materie prime solo in quanto comprano tecnologie e «know how».

Development (sviluppo) è concetto abbastanza relativo. Lo hanno dimostrato gli indiani venuti in tre a raccogliere consensi — anche paternalistici — e un premio di 10.000 dollari della Philips, che così si sentirà la coscienza più tranquilla. Per gli indiani del National Institute of Design di Ahmedabad, i grossi problemi non sono né teorici né estetici, sono pratici. «Moltiplicate un piccolo problema per cinquecento milioni e avrete un grosso problema.» In India si fanno dei progetti per produrre o migliorare alcuni oggetti elementari e anche complessi (si va dal fornello a brace alla caldaia, dal ventilatore alla pompa per l'acqua), ma il problema reale è come rendere trasmissibili



L'indiano Ashoke Chatterjee dell'Institute of Design di Ahmedabad.

questi risultati: in altre parole, come produrre e far comprendere la qualità di certi miglioramenti ad una sterminata massa di produttori-consumatori che in gran parte lottano per soddisfare elementari bisogni vitali.

Un americano ingenuo dice: «Perché non fate delle elicotte e le spedite ai fabbricanti?», «O.K., ma chi le capisce le copie, chi lo sa leggere un disegno?» ribatte l'indiano. «What can we do?» conclude.

Più che una domanda è l'affermazione di un divario strumentale tra paesi sviluppati e non. Questi ultimi poi, se vogliono inserirsi sui mercati per recuperare parte degli investimenti utilizzando i bassi costi di mano d'opera, sono obbligati a mimare l'immagine e la cultura dei paesi forti in serie di oggetti che, se fossero destinati ai mercati interni, sarebbero diversi.

La colonizzazione da tutti deprecata ha quindi risvolti e radici ben più complesse.

città, e se dipendesse da Ohl vi farebbe anche il letto e il comodino.

Coerente con la sua impostazione «ultima», Ohl ha ribadito il tentativo di esorcizzare l'arbitrio creativo e il disordine formale con il «metodo». La razionalizzazione selvaggia del processo che va dalla domanda all'offerta, cioè dal bisogno al prodotto, la sua riduzione a diagramma, garantisce la trasmissibilità ma anche il controllo del processo di progettazione.

MODO 6



Sfilata di moda per i congressisti alla Loggia Massonica di Dublino.

che non si fermano alla pura importazione di brevetti ma investono la costruzione e il funzionamento di un intero modello culturale.

Durante le cinque giornate di congresso, punteggiate da sfilate di moda, concerti e cocktails nei quali i giapponesi erano senz'altro quelli che si inchinavano di più e scambiavano più biglietti da visita, il divario è stato reso ancora più allucinante dalla diversità e impermeabilità dei contributi dei partecipanti.

Poco prima dell'indiano Rao, Herbert Ohl «di Germania» aveva implacabilmente illustrato alcuni suoi lavori di pro-

Quest'atteggiamento propone l'utopia del «metodo neutrale» secondo il quale nella produzione di un oggetto in assoluto la riduzione dei componenti e delle operazioni costitutive è «in sé» positiva. Ne discende l'assoluto metodologico che privilegia la coordinazione modulare e l'unificazione dimensionale estesa dai livelli dimensionali ragionevoli a livelli cosmici. Così per esempio sembrerebbe molto giusto ed economico produrre — come mostrava Ohl — una serie di contenitori per apparecchi elettronici usando e componendo sempre lo stesso profilato, ma se poi vediamo che la filiera per produrre due o più profilati costa poco di più e il tutto funziona meglio, capiamo quanto sia esiguo il limite tra il razionalismo e il formalismo.

Alla ricerca di un «design dal volto un po' più umano» Rodolfo Bonetto, unico italiano invitato insieme a Zevi, ha chiamato marketing, product planning e manager a dividere le responsabilità del designer. Solo grazie al tono conciliante ed ecumenico, l'invito non è parso una chiamata di correto; malgrado tutte le buone intenzioni infatti ognuno di costoro, insieme o a braccetto, si muove per il profitto che tra i bisogni umani non dovrebbe essere il principale, ed è anche «merito» loro se alla fine il designer vaga con i suoi sensi di colpa alla ricerca di una identità verificando giornalmente la distanza tra l'universo di auspiazione umanitaria della cultura del design e la dura Real Politik delle industrie.

Così, tra energetici richiami all'ordine, fughe esistenziali e aperture populistiche verso i terzi mondi, e mentre la maggior parte dei designers italiani venuti a Du-



Herbert Ohl.

duct design basati su teorie totalizzanti, per non dire totalitarie, a base di giunti universali estrusi tuttofare e componente edilizio magico con il quale si fa tutta una

MODO 6



Le aule del Congress Centre, nelle quali si sono avvicendati in parallelo gli oratori.

blino sciamavano per l'Irlanda su auto a nolo e in shopping frenetici, il congresso viaggiava senza scossoni sui binari dell'Accademia, dimostrando che il design non ha una sua cultura specifica storicamente e teoricamente determinata.



Rodolfo Bonetto.

Forse, da altri punti di vista, questa è una fortunata condizione che permette interpretazioni più libere ed indipendenti della realtà, tuttavia rimane l'equivoco bisogno di una cultura unitaria e globale del design come chiave di lettura.

Il design è mestiere antico e nuovo allo stesso tempo. Antico perché da sempre qualcuno pensa, progetta e realizza strumenti per lavorare, comunicare, giocare e ammazzare; nuovo perché solo con la fine dell'800 la rivoluzione industriale ha creato le condizioni di concentrazione del potere decisionale sulla progettazione e di monopolio di quello produttivo per le quali il prodursi della cultura materiale non è più un fenomeno collettivo e spontaneo.

In questa fase di concentrazione la cultura specifica (l'identità) è lo strumento ideologico di coesione necessario a dare a tutta l'operazione la garanzia di qualità e di valore necessaria al suo consumo e al suo riconoscimento.

L'architettura, grazie anche alle condizioni strutturalmente diverse che la pro-



Un momento del congresso.

ducono, ha superato questa fase e ora — crisi o non crisi — naviga sicura protetta da un'identità che è la consapevolezza della necessità della sua storia e dei valori-stili riconosciuti. Il problema può essere l'evoluzione, la trasformazione o l'azzeramento di questi valori; problema molto meno angosciante di quello esistente



Kenij Ekuon apre la movimentata assemblea dei delegati dell'Icsid.

nella cultura del design priva di identità storiche e linguistiche.

L'utopia del Bauhaus, non a caso proposta da un architetto, ha tentato di dare

una soluzione teorica e linguistica all'equazione ma l'esito, culturalmente rilevante specie nel campo dell'architettura, non ha quantitativamente e quindi sostanzialmente toccato il mondo delle merci. Quest'ultimo si è mosso e si muove sordo all'idealistico richiamo all'ordine che periodicamente giunge dalla cultura europea. Le leggi che stabiliscono il definirsi, il consumarsi e il trasmettersi della cultura materiale appaiono difficilmente governabili, e comunque sempre dipendenti dalle condizioni globali, che sono economiche.

Con i fragili ed eterogenei strumenti che la cultura del design ha mostrato all'Icsid, al progettista rimane l'alternativa di dichiararsi professionista dentro il sistema per il suo funzionamento o uomo di cultura fuori per la sua critica (si accettano anche posizioni intermedie).

Su questo tema, liberato dalle scorie procedurali del congresso, il dibattito si è sviluppato più vivace nell'assemblea generale, una specie di piccolo parlamento del design dove sono stati discussi programmi e funzione futuri dell'Icsid, e votati i rinnovi delle cariche.

La partecipazione delle delegazioni è stata massiccia. L'Adi, con la formazione Mari-Barresse-Bonetto, è scesa in campo agguerrita e decisa a mettere sul tappeto questioni fondamentali, come la reale funzione culturale dell'Icsid, l'utilità dell'attività svolta finora al di là della diplomazia del compasso, e soprattutto la necessità che la votazione dei candidati avvenisse sulla base di un programma politico culturale presentato e discusso in assemblea dagli stessi.



La Segretaria generale dell'Icsid Josine de Cressonnières. La sua candidatura alla presidenza è stata ritirata, lasciando libero il campo al sovietico Yuri Soloviev. Servizio fotografico di Franco Raggi.

Come si può intuire, questioni talmente fondamentali da mettere in crisi — se discusse — l'intera associazione. Cosa che l'Icsid — nella sua cristallina immobilità — non aveva nessuna voglia di fare. La lodevole quanto timida iniziativa degli italiani, condensata in due mozioni, si smorzava contro l'indifferenza dei delegati.

Solo gli irlandesi contrapponevano un manifesto dove in parole povere si diceva che il designer deve sviluppare prodotti in maniera efficiente e con profitto, che il problema centrale è l'industria e i rapporti dei designers verso questo interlocutore, e che quindi l'Icsid deve essere un'organizzazione per lo scambio di informazione tra

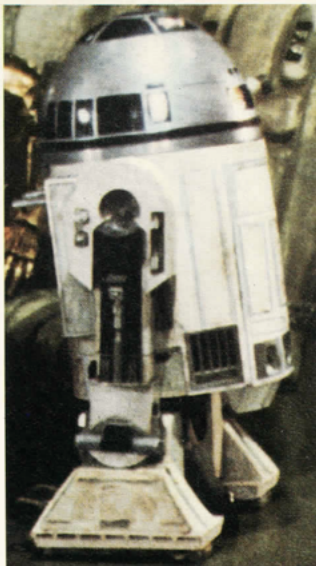
professionisti e poi «anche» un'organizzazione culturale. Ce n'era per scatenare un putiferio, ma anche qui alla fine ha prevalso la logica dei giochi di corridoio e degli schieramenti plurinazionali, e le questioni di fondo sono state accantonate per risolvere il problema della successione al trono.

Problema molto importante visto che, la sera prima dell'assemblea, c'è stato un contrastato cambiamento di lista e una operazione diplomatica notturna di Mari per garantire la presentazione della lista originale. Pur fra i contrasti, emergeva la candidatura del sovietico Juri Soloviev, che alla fine è diventato il nuovo presidente. Cosa ci fosse sotto non si è capito bene: si parla di manovre anglosassoni per continuare a controllare, tramite l'amico Soloviev, una struttura che, da quando è stata fondata, è saldamente nelle loro mani; ma la circospezione e l'animosità delle manovre appare comunque sproporzionata al potere reale dell'Icsid. Posizione forse simile a quella del manzoniano Conte zio considerato potente perché faceva credere di esserlo.

Alla fine, tutti a casa con l'impressione che non fosse successo niente, e appuntamento a Città del Messico nel '79.

Dublino, che nella fantasia di molti era più una aspettativa letteraria che un luogo reale, ha accettato sonnecchiamente il congresso senza offrire elementi di interesse, se si esclude il contemporaneo minicongresso di design degli studenti irlandesi.

A noi, abituati alla tensione vitale e permanente della situazione giovanile italiana (P38 incluse), il congresso-baby è parso quasi idilliaco: una specie di repubblica dei ragazzi, il cui legame con il congresso-major era la possibilità degli studenti di mandare alcuni delegati (i migliori) ad assistere braccia conserte al congresso.



L'ambiente robotizzato, dal film «Guerre stellari».

se (di un mondo migliore) garantite dal progresso non sono state mantenute. Le tecnologie sempre più sofisticate, anziché affrancare l'uomo dalla fatica, non hanno fatto che mantenerlo schiavo. La scienza («neutra» e «al servizio dell'Umanità») non ha affatto aperto le porte del paradiso.

Agli uomini-braccia (ma anche donne e bambini) del capitalismo nascente (costretti alle macchine per quindici ore gli adulti e per otto i bambini, stipendi da fame e ambienti infernali) succedono — secondo il modello taylorista — i «gorilla ammaestrati» e i più moderni uomini-automa. La storia dell'adattamento del lavoro all'uomo in realtà è la storia dell'adattamento dell'uomo al lavoro. Le molte trasformazioni del sistema organizzativo del lavoro infatti non hanno mai riguardato sul piano decisionale i destinatari di queste modificazioni, ma sempre e soltanto i tecnici, gli esperti investiti di questo mandato. All'operaio che lavora alla macchina tocca invece conoscere soltanto in che modo produrre, mai che cosa e per chi.

Il primo ad occuparsi dei metodi di esecuzione della produzione è Fred Taylor. E con lui che si comincia ad esercitare un effettivo controllo sul modo col quale l'operaio svolge il proprio lavoro: nasce così, alla fine dell'ottocento, la scienza padronale.

I tempi di lavorazione si fanno sempre più stretti. Il lavoro è scomposto in fasi ripetitive più brevi possibile. L'operaio perde ogni possibilità di controllo sia sulla macchina che sui suoi stessi movimenti stabiliti (come ottimali) da altri per lui.

«Voi non dovete pensare! C'è altra gente pagata per questo», raccomanda Taylor. Ma sono i coniugi Gilbreth (lui ingegnere, lei psicologa) ad occuparsi per primi con zelo dell'analisi dei movimenti e dei tempi di lavoro. Usano addirittura la macchina fotografica e la cinepresa per

Cos'è l'ergonomia

La sua origine etimologica proviene dal greco (ergos: lavoro; nomos: legge) e vuol dire «legge del lavoro» o «principio direttivo per effettuare un lavoro». È K. F. Murrel di Cardiff (capo della «Naval Motion Study Unit») a darne una prima formulazione scientifica nel 1949.

L'obiettivo — si dichiara — è quello di adattare il lavoro al lavoratore attraverso lo studio scientifico delle relazioni esistenti tra l'uomo e il suo ambiente di lavoro, compresa l'intera organizzazione del lavoro stesso.

Si avvale dell'applicazione di diverse scienze per studiare, progettare, creare (come riferiscono i manuali) «le cose di cui l'uomo ha bisogno per il suo benessere, diminuendone la fatica, agevolandone il lavoro e la produttività».

L'ergonomia insomma si occupa per definizione del modo in cui si progettano le macchine e del loro funzionamento «per armonizzarle alle capacità e ai limiti dell'uomo». Ma sotto il dichiarato umanitarismo di fatto si muovono interessi diversi: lo studio dei limiti delle possibilità umane e la sua applicazione alle condizioni del lavoro è servito fino ad oggi soprattutto a spostare sempre di più (verso l'interesse dei pochi a scapito dei più) i margini del superprofitto.

Alcune organizzazioni nazionali (la prima fu la Ergonomics Research Society, inglese) ed un'associazione internazionale (la International Ergonomics Association) si occupano di ergonomia. A queste organizzazioni aderiscono: analisti del lavoro, architetti, chimici industriali, ingegneri, fisici, fisiologi, medici, psicologi industriali e molti altri esperti. La Società Italiana di Ergonomia (che ha sede a Milano) si propone — come si legge nel suo statuto — «lo scopo di riunire organizzazioni e persone interessate allo studio scientifico del lavoro e all'ambiente dove questo si effettua». La S.I.E. pubblica un notiziario periodico, organizza seminari e veri e propri corsi (tenuti annualmente) per diffondere le conoscenze delle discipline connesse all'ergonomia.

La società (nata intorno al '74) intende costituire «un momento di incontro e di scontro per quanti, nel mondo del lavoro, della ricerca e dell'insegnamento, operano per realizzare il benessere del lavoratore».

studiare i gesti di chi lavora scomponendoli in micromovimenti. Nel 1885, alla sola età di 17 anni, Gilbreth (occupato in una azienda edile) si accorge che ogni muratore ha un metodo proprio per eseguire il lavoro: non se ne trovano due che lavorino esattamente allo stesso modo. Tanta autonomia (operaia) è inammissibile: non può che causare disordine e sprechi. Si mette all'opera: analizza, indaga, razionalizza. Risultato: i muratori che nel raccogliere il mattone lasciavano che una delle due mani restasse inattiva, se la ritrovano occupata con una cazzuola piena di calce. La produzione sale a 350 mattoni l'ora per operaio, dai 120 di prima. L'equazione risparmio di tempo, au-

MOD. 6

Ergonomia: io organizzo e tu lavori

L'ergonomia nell'organizzazione del lavoro tra scienza neutrale/padronale e la nuova scienza di chi lavora

di NIVES CIARDI

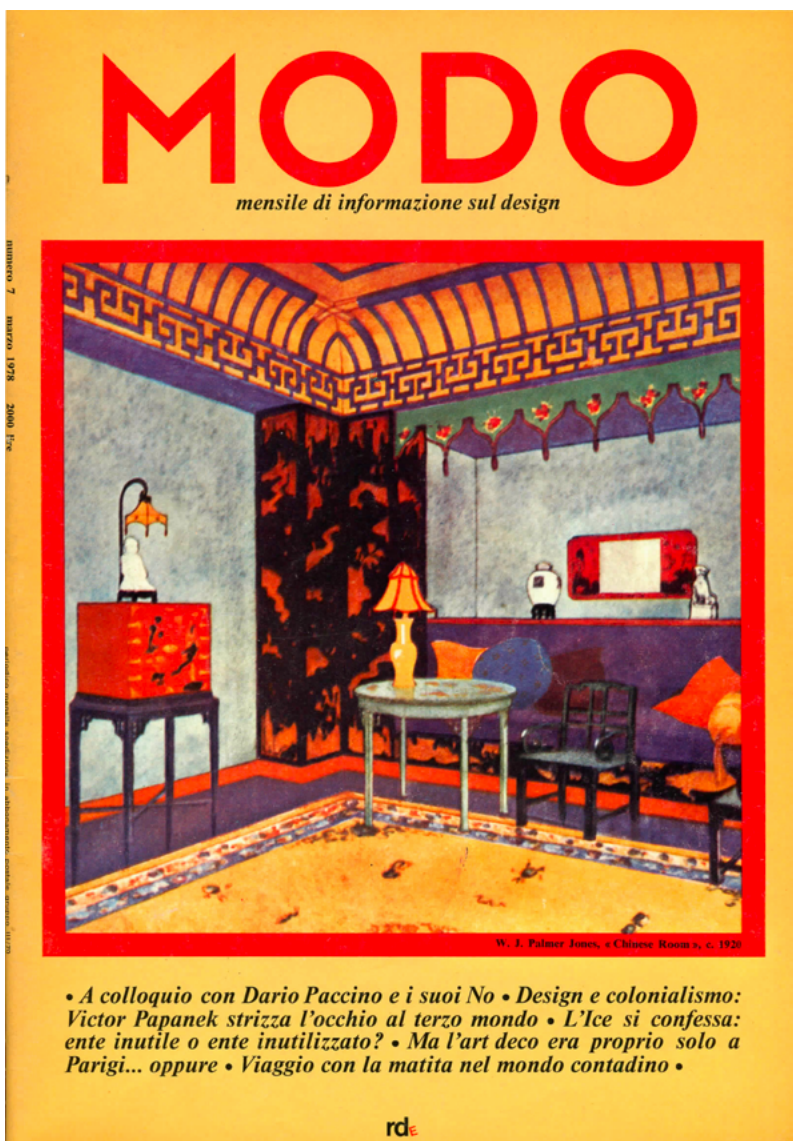
È solo nel mondo della fantascienza che gli uomini riescono a farsi sostituire dalle macchine vivendo liberi dalla servitù del lavoro. Ma anche lì i robots finiscono spesso per diventare i capi spietati di un nuovo ordine. Sul pianeta terra le promes-



Pedalando sul trattore. Tecnologie ad hoc per il terzo mondo

«MODO», n. 7, marzo 1978

VICTOR PAPANEK



progetto

MODULO 7

Pedalando sul trattore Tecnologie ad hoc per il terzo mondo

Come i paesi sottosviluppati possono costruire coerentemente la loro cultura materiale. Alcune esperienze di anticolonialismo progettuale

di VICTOR PAPANEK

Vi sono oggi due grandi movimenti nel mondo, che si sviluppano simultaneamente e che, a prima vista, sembrano in opposizione tra loro. Uno è la continua spinta verso un maggiore accentramento, una maggiore unificazione e verso strutture di potere che sembrano funzionare dall'alto in basso ed in forma piramidale. La tendenza opposta riguarda un numero sempre maggiore di persone che mirano

1/3. Prototipo di trattore a pedali: il pianale posteriore può essere usato anche per il trasporto di materiali.

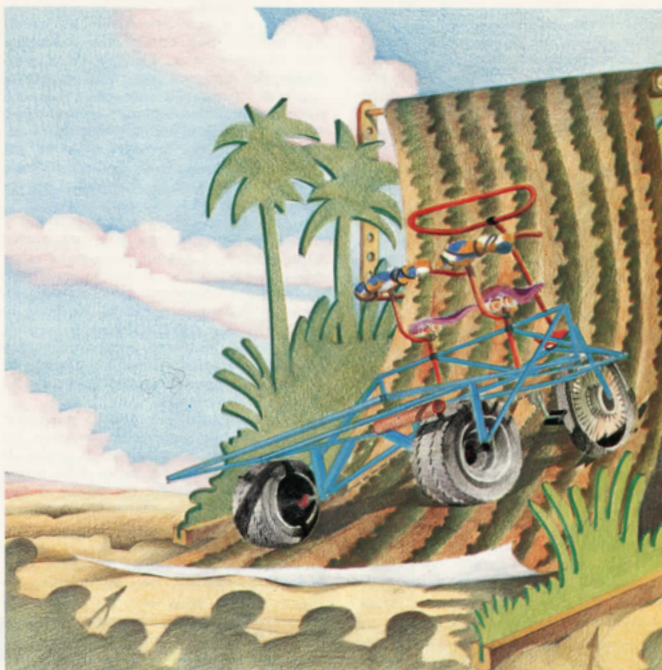


Illustrazione di Valentino Parmiani

ad ottenere una maggiore autonomia, autodeterminazione e maggiore partecipazione decisionale a livello locale, con il potere che si esprime attraverso svariati gruppi indipendenti.

Un'analogia a questa situazione può essere vista in termini politici considerando la tendenza verso una Comunità Economica Europea più potente da una parte, e dall'altra l'esistenza di movimenti egualmente potenti che lottano per una maggiore autodeterminazione nell'ambito europeo, quali il nazionalismo scozzese, il movimento indipendente basco, i tentativi di separatismo del Galles e della Cornovaglia e molti altri movimenti simili dalla Bretagna alla Catalogna.

Per risolvere le contraddizioni tra questi movimenti apparentemente opposti, dobbiamo cercare di avere una visione più ampia. Per millenni i cinesi ci hanno offerto un diagramma schematico ideale per mezzo dello Yin/Yang. Senza approfondire il simbolismo specifico dello Yin/Yang in termini di maschio/femmina, sole/



21

MOD. 7

luna, cielo/terra, forte/debole, buio/luce, eccetera, è utile ricordare che la totalità si presenta come insieme: un cerchio ininterrotto equamente diviso in una parte nera ed una bianca, ma con un po' di nero nell'area bianca e un po' di bianco nell'area nera. Questa è una visione olistica



della vita e dell'universo. Ritengo che questo stesso simbolo costituisca il migliore diagramma della contraddizione apparente tra accentramento e decentramento.

Non c'è dubbio che alcune cose nelle nostre società debbano essere accentrate sempre di più con il passare del tempo. L'industria elettronica dei « chip » (cristalli al silicio) è basata su un periodo di produzione « minimale » ed una rete distributiva di 80.000 unità all'anno. Se l'inquinamento atmosferico di una città come Gary nell'Indiana (Usa) raggiunge l'area sovrastante Scozia, Norvegia, Danimarca, Svezia e Finlandia in quattro o cinque giorni a causa di normali venti costanti, si può capire perché i fattori inquinanti vanno controllati su scala mondiale.

Con i viaggi aerei odierni, una malattia infettiva, e quindi un'epidemia, si potrebbe diffondere in un tempo massimo di 27 ore: di qui la creazione dell'Istituto Mondiale della Sanità.

D'altronde, la gente in ogni parte del mondo sente sempre più l'esigenza di un maggiore potere decisionale sulle proprie condizioni di vita e sui problemi locali. Il design contemporaneo e la tecnologia hanno fornito in molti casi i mezzi per raggiungere questi obiettivi.

Spesso la possibilità di decentramento è indissolubilmente legata ad un maggior accentramento (e spesso ad alta tecnologia).

Alcuni anni fa, studiai una radio da realizzare in un'industria a conduzione familiare in un piccolo centro indonesiano. Era alimentata con qualsiasi fonte rudi-

L'intero problema del design ad un livello tecnologico « intermedio » o « appropriato » per i paesi del terzo mondo è straordinariamente complesso.

Spesso un apparecchio come la radio viene politicizzato in breve tempo. La radio può essere accolta dalla gente nei paesi in via di sviluppo come un ulteriore esempio dello sfruttamento neo-colonialista: « Ci danno una tecnologia di infimo ordine (che loro stessi non usano), perché tanto noi siamo gente del terzo mondo ». Ma, al contrario, la distribuzione di apparecchi tecnologicamente avanzati costringe i paesi in via di sviluppo a problemi di manutenzione, di parti di ricambio e rifornimenti che provengono da società ad alta tecnologia, che quindi attingono pesantemente alle esigue riserve di denaro liquido dei paesi più poveri.

Non vi è equilibrio facile tra questi due estremi, può essere utile solamente una visione olistica. La risposta al problema del designer coinvolto in questa specie di Comma 22, deve essere il lavoro in un'équipe che comprenda lavoratori ed utenti del paese in via di sviluppo. Il designer stesso deve lavorare e vivere nel paese in questione per un tempo sufficiente a capirne e sentirne i problemi. Le « tre settimane » creano solo pseudo esperti.

Deve essere chiaro a lavoratori ed a utenti che la tecnologia proposta è solo « transitoria ». (La radio indonesiana originale non è più usata. Gli indonesiani, bene o male, ora comprano radio « regolari » come le Panasonic o Mitsui. Tuttavia la radio originale serve allo scopo, per un breve periodo di tempo, come apparecchio transitorio, aiutando a portare la gente da un livello di pre-alfabetismo ad un livello di post-alfabetismo.)

L'identità nazionale diventa più appariscente quando ogni paese sviluppa un suo mercato di esportazione. Il design di esportazione, sempre a causa delle necessità di denaro liquido, ma anche in ter-

1. Simbolo grafico dello Ying-Yang.
2,3. Radio ad energia alternativa. L'energia prodotta dalla combustione di cera o altro fa funzionare un ricevitore non selettivo.

Ogni paese ha delle esigenze specifiche, determinate dal clima, dalle materie prime esistenti, dalla manodopera specializzata, dalle forme d'espressione tradizionali e dai metodi di esecuzione. Queste sono le basi dalle quali il design e la creazione di prodotti, servizi ed esperienze devono partire per avere senso.

Gli arredamenti ed i mobili venduti dalla Danimarca, Svezia e Finlandia al resto del mondo funzionano in modo eccellente, soprattutto perché in questi paesi esiste da quasi cento anni un attivo mercato interno. Anche i dispositivi elettronici, i televisori, gli elementi hi-fi, le macchine fotografiche e le automobili di piccola cilindrata esportate dal Giappone presuppongono una forte e attiva domanda interna.

L'Inghilterra invece progetta beni di consumo di alto livello, che spesso non riescono a « sfondare », dato che il mercato interno richiede di frequente beni importati da altri paesi oppure spesso, e ciò è significativo, è manipolato da operatori economici industriali.

Basteranno due esempi: mentre i canadesi riproducono una gamma vastissima di prodotti americani ed inglesi, hanno alcune esigenze particolari ed esclusive. Di qui i caschi da hockey, le maschere e le protezioni per le gambe (che si basano su un forte mercato interno), che sono apprezzati e venduti all'estero. Il clima nella parte settentrionale del Canada ha favorito lo sviluppo di un'intera gamma di cingolati, progettati per lavorare in condizioni di freddo intenso e di neve, e che trovano un ampio mercato in Norvegia, Svezia, Finlandia, Alaska ed Unione Sovietica.

Analogamente, ma per ora senza successo, l'Australia ha ideato l'automobile « Holden ». È progettata, a grandi linee, per le zone semidesertiche australiane ma, in pratica, non è risultata in grado di affrontare le condizioni dell'entroterra. Se l'Australia ideasse una macchina per grandi distanze adatta alle condizioni desertiche della zona, troverebbe un ampio mercato anche nel sud-ovest degli Stati Uniti, nel Nord Africa, nel Medio Oriente e in Mongolia.



2

mentale di energia, molto economica, realizzata con lattine usate e sembrava un buon mezzo di divulgazione di notizie locali ed internazionali in una società che allora soffriva in grande misura di analfabetismo. Ma ormai sono passati diciotto anni e sono possibili ripensamenti.



3

mini di fiducia nazionale nelle proprie capacità, è il requisito essenziale nel mondo in via di sviluppo. L'esperienza ha mostrato che i beni di consumo disegnati solamente per l'esportazione non si impongono finché non viene creato un forte mercato interno.

L'« arte da aeroporto » è un fenomeno recente che consiste nella realizzazione di pezzi « etnici » o pseudo primitivi, da vendere a turisti a caccia di souvenir negli aeroporti. In paesi come il Kenya, questa è divenuta una delle principali industrie nazionali, a scapito della tradizionale arte

dell'intaglio in favore di una scultura accuratamente eseguita per sembrare « indigena » (qualsiasi cosa questo termine significhi) ai viaggiatori annoiati.

Senza dare giudizi sugli effetti che ciò può avere sulle arti e mestieri tradizionali di un paese, possiamo osservare che questo vincola economicamente i produttori al denaro, alla moda ed ai capricci dei paesi economicamente avanzati.

Come ho scritto nel libro « Design for the Real World », l'arte da aeroporto diretta ai turisti può andare solo in una di queste due direzioni: a) può essere accettata dai viaggiatori ed importata in paesi economicamente avanzati; tuttavia se i paesi compratori si trovano in difficile situazione economica, allora l'industria indigena viene cancellata; b) se questo tipo di oggetti d'arte da aeroporto ha successo ma i paesi compratori godono di benessere, allora, volenti o nolenti, la moda ed i capricci per tutto ciò che è « in » avranno ancora più peso. L'ambita statuetta del Kenya di oggi sarà sostituita dal pendaglio del Guatemala di domani e dal tamburo marocchino. In entrambi i casi gli

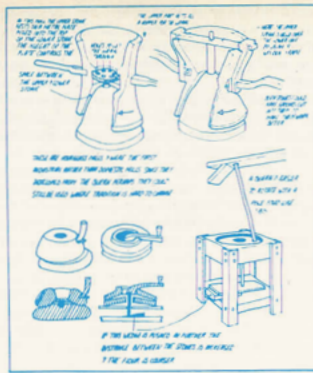


intagliatori indigeni o altri gruppi di artigiani dell'arte da aeroporto si sono vincolati ai capricci e alle disponibilità finanziarie dei paesi economicamente avanzati.

I grossi maglioni di lana naturale provenienti dall'Irlanda e dalle lontane Ebridi hanno trovato compratori in tutto il mondo. Intesi originariamente come maglioni per marinai e pescatori, i modelli erano diversi a seconda del villaggio, per aiutare l'identificazione delle salme dei pescatori ributtate a riva dalle maree. Lo stile della maglieria, i modelli, i materiali e la perizia di esecuzione forniscono la garanzia di un mercato interno e di ottime esportazioni.

Tenendo a mente quanto detto precedentemente, esaminiamo alcune brevi storie-tipo riguardanti i designers che lavorano in paesi in via di sviluppo con sensibilità, modestia e sobrietà, ed in stretta collaborazione con utenti e lavoratori dei paesi in questione.

Il colore blu indaco è ottenuto in pozzi all'aperto nel Chad e nell'Africa Nord-Equatoriale. L'aria impregnata dalla misura, attorno ai pozzi aperti, diventa una area ideale per la proliferazione di zanzare anofele e di mosche tse-tse, quindi un terreno particolarmente atto alla incu-



4. Victor Papanek.

5. Progetto per macine casalinghe, distribuito nei paesi in via di sviluppo.

6. Solido biodegradabile: coperto di semi e di una soluzione nutritiva è in grado di invertire i cicli di erosione nelle regioni aride.

bazione della malaria e della malattia del sonno. Senza danneggiare l'industria del colore indaco, tradizionalmente ed economicamente importante, è stato possibile costruire coperchi in legno a tenuta stagna per questi pozzi. I coperchi vengono costruiti in piccole industrie a conduzione familiare, e la loro utilizzazione debella il 90 % della malaria e della malattia del sonno.

In molte parti del mondo donne e ragazzi passano sette o otto ore al giorno, giorno dopo giorno, a trebbiare e battere il grano ed altri cereali per ricavarne farina e olii vegetali. È un lavoro massacrante. I giapponesi hanno creato una piccola macina elettronica giocattolo per risolvere questo problema. Ci sono però alcune difficoltà: la maggior parte dei villaggi dell'entroterra non hanno elettricità, e qualora l'avessero, non possiedono il denaro liquido per importare un dispositivo costoso. E anche se fossero disponibili sia l'elettricità che il denaro, il modello giapponese macinerebbe l'intero raccolto di una tribù in due o tre minuti; ciò distruggerebbe un fattore importante per la stabilità sociale della tribù, cioè il raggruppamento delle donne che chiacchierano mentre lavorano.

Christine Lock, una studentessa inglese che ha lavorato con me in Danimarca, decise che in quanto designer aveva il dovere di rendersi utile, ma solo attraverso un « intervento minimo ». Invece di progettare e costruire un ulteriore mulino, ella preparò una raccolta di schizzi, tipo « Whole Earth Catalog », con centinaia di disegni di macine primitive usate in tutto il mondo. Ne stampammo parecchie centinaia di copie e le inviammo nei paesi del terzo mondo. Oggi, cinque anni più tardi, il risultato è che circa ottanta persone in diversi paesi in via di sviluppo hanno progettato da soli le loro macine, ciascuna adatta ad un particolare tipo di raccolto, di fibra e di metodi di lavoro tipici del paese in questione. Un intervento minimo ha portato ad un reale decentramento.

Il Chad possiede poco di ciò che al giorno d'oggi si ritiene utile: nessuna materia prima degna di nota, nessuna industria in via di sviluppo e la manodopera specializzata è quasi inesistente. Il paese

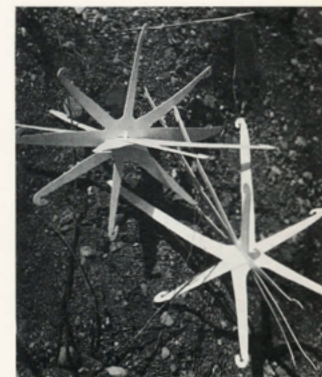
nel suo insieme è il risultato della ripartizione coloniale francese. Studiando l'artigianato del Chad, abbiamo individuato i modelli ed il design usati dai lavoratori del cuoio e dai fabbricanti di selle delle popolazioni Zande, Azande, Fulani e Tuareg. È stato possibile usare alcuni di questi modelli come base per una vera industria di materiali tessili stampati usati ora sia per il mercato interno, sia per la esportazione in altre parti dell'Africa. Tutto ciò serve a proteggere i modelli tradizionali del Chad e, allo stesso tempo, ad eliminare le importazioni di false « scene di caccia inglesi » trasferite su tappeti in Marocco e Libia.

Gli stessi modelli sono stati usati per sviluppare nel Chad un'industria di laterizi. Le tegole con i loro tradizionali colori primitivi vengono ora esportate ed usate dagli architetti per palazzi governativi, consolati ed ambasciate in molti stati dell'Africa Nera.

Osservando un tipico villaggio messicano abusivo, dapprima ci si sente impotenti. C'è moltissimo da fare. Nelle città importanti del Messico spesso i 2/3 della popolazione vive in comunità abusive.

È stato comunque possibile, per mezzo di un programma di aiuti tecnici, entrare in queste comunità e lavorare direttamente con la gente del posto. I passi fatti hanno portato all'invenzione di travi per il soffitto realizzate in calcestruzzo, mattoni e catene. Costruendo queste travi con catene flessibili è ora possibile dare alle abitazioni più spazio e finestre più ampie. Questo miglioramento della qualità dello spazio domestico ha portato al rafforzamento della struttura familiare, a maggiori possibilità per l'industria a conduzione familiare e ad una maggiore identificazione nella loro abitazione, dimostrato anche dal fatto che hanno iniziato a coltivare giardini pieni di fiori.

Sono inoltre stati prodotti nuovi materiali per costruzioni, come pannelli rinforzati ottenuti da calcestruzzo mescolato ad erbe locali essiccate. Dal motore di un vecchio camion è stato ricavato un macchinario che produce trenta mattoni per volta. Articoli igienici per bambini: passeggini, vasi e seggioloni per tenerli lontani dal



suolo infestato di insetti nocivi, sono stati disegnati in modo tale che ogni padre può costruire gli oggetti per i propri figli servendosi di un solo utensile, il machete. Sono stati aperti centri di informazione sulla progettazione che insegnano un uso 23

MOD. 7

MODULO 7

migliore dei materiali e disposizione degli spazi con esempi di mobili da realizzare in tela, panno o carta. Dal momento che gli abitanti dell'entroterra si rifiutano per tradizione di mangiare pesce (fonte di proteine nella maggior parte del Messico) sono stati organizzati, per la Festa del Venerdì, concerti serali in piazza dove vengono distribuiti pasti a base di pesce fresco assieme a ricette, danze e musica Mariachi.

È stata studiata una sedia formata da cinque pezzi di legno ed un inserto di « avorio vegetale ». Queste sedie si ispirano ad un sedile messicano tradizionale, si smontano, si appiattiscono nella valigia del turista e perciò forniscono valuta straniera.

Spostandoci 12.000 miglia verso Papua nella Nuova Guinea, troviamo problemi simili nelle comunità abusive locali. Molte case sono costruite con cartone, bidoni di latta eccetera; queste case sono pericolose, piene di insetti, e durano poco. Più preoccupante è il fatto che alcuni, che hanno raggiunto un certo benessere, stanno costruendo, all'interno dei villaggi, bungalows copiati da quelli degli uomini bianchi. Benché realizzate con legno nuovo e pannelli, sono inadeguate al modo di vita ed al clima di Papua. È stato possibile far capire alla gente che, ritornando ai materiali ed ai metodi di costruzione tradizionali (tessitura ed intreccio di fibre vegetali essiccate), si possono costruire case con una migliore aereazione, più sane, prive di insetti, più durature, più economiche e che conferiscono maggiore carattere ed identità locale. La riutilizzazione di tetti di paglia per i villaggi è stata affiancata all'uso di materiale di copertura misto con assicelle per case private: vengono perciò eliminate le coperture in metallo ondulato, cioè un materiale di importazione costosa.

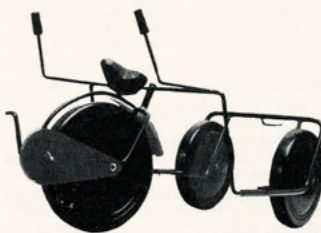
Il lavoro della scuola nazionale d'arte presieduta da Tom e Margaret Craig a Boroko, vicino a Papua nella Nuova Guinea, ha costituito un forte stimolo sia per lo stato che per l'industria, per un ritorno all'arte indigena ed ai modelli originari, combinandoli con la tecnologia attuale nella progettazione di musei, edifici governativi ed attrezzature industriali. L'uso della scultura, della grafica, di posters, danze, murali ed altro ancora si rifà alla tradizione che ancora una volta si trasforma in realtà di vita. Ogni giorno la gente si rende conto che un passato vitale trova la sua continuazione nel presente senza essere manipolato secondo un modello pseudo-etnico. L'esperienza di vita e di lavoro a Papua di Tom Craig, durata circa sedici anni, è una garanzia contro un falso revival condiscendente.

Così la costruzione di una nuova sede del Parlamento viene utilizzata correttamente per iniziare un'intera serie di design sperimentale e di schemi di lavorazione. Erano necessarie ad esempio 1.600 sedie: è apparso sensato iniziare con una produzione modesta di mobili in legno duro locale, piuttosto che pagare ingenti costi di importazione. Inoltre la natura esotica del legname di Papua nella Nuova Guinea ne assicura l'eventuale mercato estero sotto forma di mobili contemporanei ben progettati ed eseguiti. Così viene inaugurato un nuovo ciclo di esportazioni che dipende non solo dalle materie prime esotiche, ma dalla capacità di un lavoro intensivo e dal buon design.

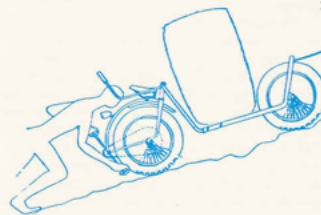
Il clima tropicale ha permesso a Tom Craig, assieme ad architetti e costruttori del luogo, di sviluppare nuove e interes-

santi tipologie edilizie. Costruiti con scarti di legno e basati sulla circolazione d'aria naturale, queste strutture di pareti formate da assi sono assai migliori — sul piano dell'isolamento termico — delle strutture in calcestruzzo che spremono energie e risorse nel tentativo di raffreddare gli ambienti mediante grandi impianti elettrici dal dubbio funzionamento.

Circa sette anni fa, un mio studente del Guatemala che si stava specializzando progettò un camion azionato a forza fisica. Il veicolo trasporta il peso dell'uomo che lo aziona pedalando, e un carico di 600 libbre su un terreno relativamente disestato. Con due persone ai pedali, il camion può trasportare il loro peso più 850 libbre. Questo veicolo fu progettato per tenere lontani dalle coltivazioni di caffè i gas di scarico, in quanto le piante di caffè sono particolarmente sensibili all'inquinamento dovuto a macchine a combustione interna. L'autocarro è stato progettato ap-

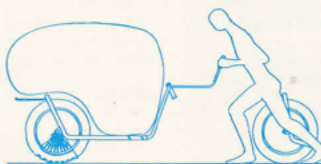


1

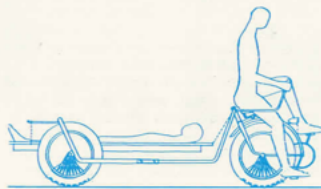


2

1/4. Triciclo multiuso a propulsione muscolare.



3



4

positamente per il decentramento dei mezzi di produzione: non viene prodotto da una fabbrica, ma da dozzine di negozietti di biciclette in grado di adattare ogni veicolo alla configurazione specifica del terreno cui è destinato. È costruito con parti

di biciclette usate, di motociclette, sezioni di tubi, ruote di porta-mazze da golf e catene di biciclette. Nel Guatemala e a Cuba ne esistono ora circa 6.000. Poiché Papua dispone di un eccellente raccolto di caffè nelle Highlands, si sta svolgendo una ricerca per produrre anche là autocarri a bicicletta ad un livello decentrato.

5. Lampada da notte indonesiana con reostato.



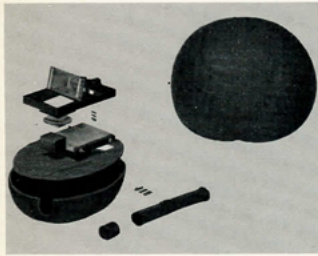
5

Uno studente indonesiano, Imam Zainuddin, mentre lavorava con me in Danimarca studiò una lampada con interruttore di intensità regolabile (reostato) da utilizzare nel suo paese. Per ragioni culturali, la maggior parte degli indonesiani ha paura del buio e preferisce avere una luce fioca accesa tutta la notte. Anche se esistono interruttori regolabili, finiscono col consumare la stessa quantità di elettricità, pur variando da « alta », « media » e « bassa » intensità. Imam inventò un interruttore che riduceva drasticamente il consumo di energia. Inoltre, la sua lampada funziona come « trappola » per insetti: al mattino si possono rimuovere tre molle in acciaio e togliere gli insetti morti. Il globo della lampada è una sfera di plastica, già usata come lampara dai pescatori indonesiani. Tutte le altre parti sono in metallo e vengono prodotte da piccole industrie a conduzione familiare a Bali, le stesse che producono parti simili per strumenti metallici di precisione. L'interruttore è prodotto a Bandung, nell'isola di Giava. La lampada, oltre ad avere un ampio mercato interno, può essere venduta come la « lampada di Giava » in altri paesi del sud-est asiatico, soddisfacendo così i due aspetti più importanti del design del terzo mondo: incassare denaro liquido ed aumentare l'identità culturale nazionale.

Sotto gli auspici dei governi della Nigeria e della Tanzania, è stato creato un mangianastri che fornisce informazioni agli abitanti delle zone selvagge quali: l'utilizzazione delle riserve d'acqua e l'irrigazione; il controllo delle nascite e l'aborto; la salute pubblica e l'alimentazione; l'agricoltura e altro. Mentre i cittadini di questi due paesi comprano normalmente mangianastri di serie nelle città, gli abitanti delle zone selvagge non hanno familiarità con questi apparecchi. La Nigeria, come la

Tanzania, ha scelto l'inglese come lingua ufficiale. Tuttavia, sono parlati 238 dialetti indigeni e molta gente dell'interno è analfabeta. Qui per migliaia di anni l'informazione si è basata sulla tradizione orale. Così sono stati presi parecchi mangianastri Philips e portati nelle zone interne per vedere in quanto tempo la gente avrebbe « imparato ad usare » gli apparecchi, superando la loro sola incapacità da prealfabetismo, cioè l'insicurezza nel distinguere un segno (+) da un segno (-), (una

6.7. Esempi di contenitori in fibra vegetale o in guscio per il registratore Batta-Koya.



differenziazione necessaria per allineare le pile in modo corretto). È stato creato un contenitore per pile autoallineanti e semplificato il mangianastri. È chiamato Batta Koya (nel linguaggio del popolo Hausa significa « insegnante che parla »). Ora il mangianastri è diventato lo strumento base del sistema, i nastri che forniscono le informazioni di maggior rilievo diventano le componenti di passaggio del sistema, colmando il divario tra i mezzi di informazione e le società in condizioni di prealfabetismo e di post-alfabetismo.

Papua, in Nuova Guinea, che ha la più alta concentrazione di dialetti rispetto a qualsiasi altro posto nel mondo, con circa 800 linguaggi diversi parlati da meno di quattro milioni di persone, sta studiando lo stesso apparecchio che risponda ad interessi particolari in modo da adottarlo localmente.

Vivendo in un mondo che cerca dispe-

solare e la combustione di metano. Tralasciando l'ultimo, per il momento, risulta chiaro che la più imponente concentrazione di tutte le fonti alternative di energia è situata a sud dell'Equatore, nella parte meridionale dell'emisfero. Qui i monsoni, i tifoni, le stagioni delle piogge, le fonti geotermiche e vulcaniche e la luce solare si trovano concentrate in grandi quantità.

Tuttavia, la maggior parte delle ricerche di energia alternativa è stranamente condotta nella parte settentrionale dell'emisfero. Esperimenti interessanti, sebbene patetici, come « Autonomous House » (casa autosufficiente) effettuati a Cambridge, in Inghilterra, sono destinati, a causa del clima, ad ottenere al massimo successi marginali. Quando si riuscirà a trovare una energia alternativa, avverrà nella parte meridionale della Terra, ed io ritengo fon-

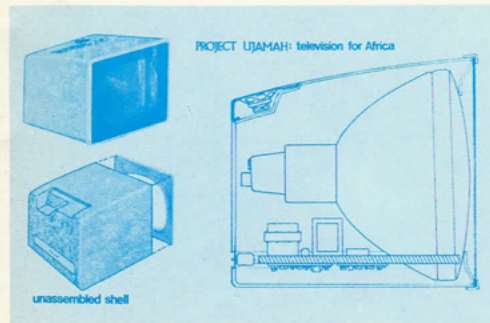


damentale un massiccio intervento del design e di esperimenti di ricerca finanziati dalla Banca Mondiale e dai fondi per le ricerche nei paesi in via di sviluppo. Designers e ingegneri di ogni parte del mondo potranno dare il loro contributo.

Per aiutare lo sviluppo di una identità nazionale e di uno sviluppo globale (specificamente nei paesi in via di sviluppo) è necessario un nuovo modo di impostare il problema del design.

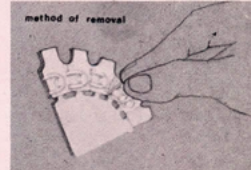
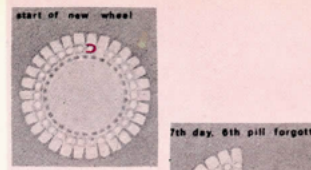
Può essere rassicurante pensare che si è già avuto un modello da seguire. Nell'ottobre del 1975, la ITC di Ginevra in Svizzera ha organizzato un seminario sul tema « Design di esportazione » per designers, ministri di vari paesi, docenti, insegnanti, rappresentanti del commercio e

9,10. Apparecchio televisivo semplificato progettato per conto dell'Unesco e destinato ad utenti africani.



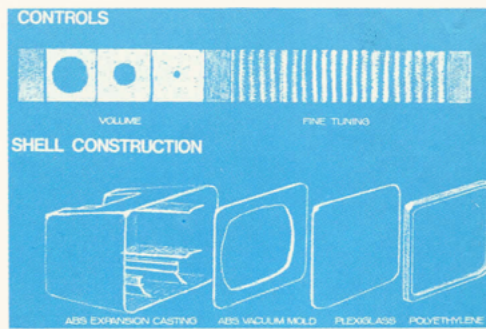
ratamente di creare nuove e migliori fonti di energia, ci troviamo di fronte ad un paradosso culturale, politico e geografico sempre più evidente. Se noi elenchiamo tutte le possibili fonti alternative di energia oggi conosciute, troviamo: la forza del vento, dell'acqua, della pioggia, l'energia geotermica, la forza delle maree, l'energia

dell'industria provenienti dal terzo mondo. I lavori sono durati quattro settimane e sono stati patrocinati da Paul Hogan, Jorg Glasenap e da me stesso. Sarebbe noioso discutere in questa sede l'intero svolgersi del convegno. Sarà sufficiente dire che i designers che provenivano dal terzo mondo hanno iniziato a collaborare tra loro



8. Contenitore di pillole anticoncezionali. Non è necessario saper leggere o contare. In caso di dimenticanza, dopo 24 ore l'indicatore a U con cartina tornasole si arrossa per il contatto con l'aria, avvertendo la donna.

ed è stato raggiunto un allineamento orizzontale di « esperti ». La dipendenza dei paesi del terzo mondo dai paesi economicamente avanzati è stata decisamente superata ed è stata raggiunta una coopera-

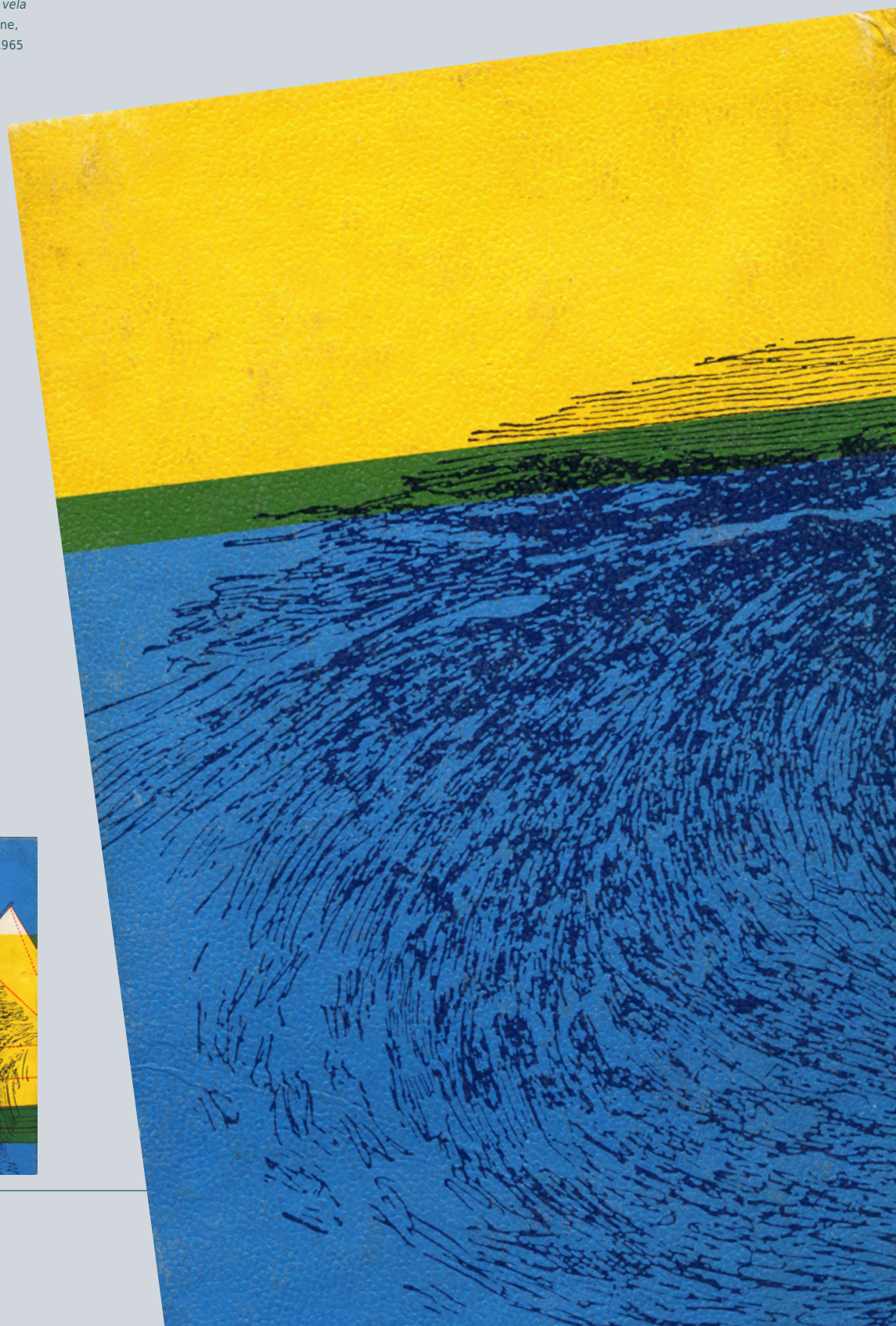


zione per un aiuto reciproco tra i paesi in via di sviluppo. Questa è la via del futuro, e questo è il ruolo del designer.

(Questo testo è un riadattamento, dello stesso autore, della conferenza da lui tenuta al congresso Isid di Dublino, settembre 1977, sul tema « Identità nazionale e sviluppo globale: il ruolo del designer ».)

RACCONTO VISIVO

Max Huber, retro e prima di copertina per il libro di Joshua Slocum, *Una vela intorno al mondo*, Collana Il Timone, Istituto Geografico De Agostini, 1965 (courtesy of AIAP CDPG).



Recensioni

Diciotto storie per una controstoria della cultura tecnologica del progetto

FABIANA MAROTTA

Università degli Studi di Napoli

Orcid ID 0000-0001-8218-316X

Recensione del volume: Perriccioli, P. (a cura di) (2021). *Architettura, Design e Cultura tecnologica. Il racconto di 18 protagonisti del Novecento*. Progedit.

PAROLE CHIAVE

Cultura

Tecnica

Narrazione

Raccontare storie è da sempre una predisposizione dell'essere umano, basata sulla necessità di dare forma e significato alla realtà e al proprio agire, di comunicare i significati colti nell'esperienza mettendo in relazione passato, presente e futuro trasformando l'accaduto in racconto (Bruner, 1992). Attraverso i processi narrativi l'uomo da sempre costruisce il mondo che lo circonda: la narrazione diviene un *dispositivo* interpretativo e conoscitivo attraverso il quale gli uomini delineano coordinate interpretative e prefigurative di eventi, azioni, situazioni e su queste basi costruiscono forme di conoscenza che li orientano nel loro agire (Smorti, 2007). Attraverso l'espedito della narrazione l'essere umano realizza una complessa tessitura di accadimenti ed eventi, utilizzando trame e intrecci non rigidamente coerenti, ma mettendo in moto nuove corrispondenze. La narrazione è quindi portatrice di valori euristici e ha una funzione epistemica, ossia quella di innescare processi di fruizione, interpretazione, rievocazione di esperienze, dando ad esse una forma *possibile*. In questa dimensione di esperienza interpretativa ed ermeneutica, "cultura tecnologica del progetto" e storia intrattengono un legame profondo se li consideriamo come forme di interpretazione del rapporto tra uomo e ambiente costruito. Come narrare, progettare è un'attività che l'uomo da sempre compie quando costruisce il proprio mondo: quella cioè di sottrarre all'indeterminatezza dello spazio i propri luoghi, imponendovi la misura dei



bisogni materiali del corpo e forme che riflettano un senso attribuito a questo “essere-nel mondo”. In tal senso narrare diviene progettare, nel senso di costruire un sistema di orientamento a cui riferirsi e all’interno del quale dare struttura e informare questioni, costruendo un futuro possibile, dal momento che “gli umani fanno le loro scelte in relazione alla prospettiva che riconoscono grazie alla narrazione nella quale sono immersi. E poiché quelle scelte costruiscono il futuro, la narrazione che li accompagna influisce in una certa misura sull’avverarsi di quella prospettiva” (De Biase, 2015, p. 127).

Nella prospettiva di mostrare le molteplici relazioni che intercorrono tra pensiero progettante - e le sue molteplici declinazioni -, e forme narrative, e nell’intento di presentare in maniera del tutto inedita esperienze teoriche e progettuali note, le diciotto lezioni, in forma di racconto, proposte nell’antologia *Architettura, Design e Cultura tecnologica. Il racconto di 18 protagonisti del Novecento*, a cura di Massimo Perriccioli, costituiscono le tessiture di una “mappa aperta” per una storia della cultura tecnologica del Novecento, una “geografia” critica come “interessante materiale di riflessione utile per dipanare la complessità che oggi connota il progetto dei processi di trasformazione dell’ambiente nel quale viviamo” (Perriccioli, 2016), mostrando una molteplicità di punti di vista che non rappresentano mai del tutto e mai definitivamente il *vero*, ma il *verosimile*, perché ripetibile e universale. In questa “opera aperta” (Eco, 1962) vengono allora a disegnarsi delle traiettorie, delle *erranze* del discorso stesso del progetto.

Le diciotto narrazioni portano il lettore a ripercorrere cronologicamente uno sviluppo del discorso del “pensiero tecnico”, a partire dalle *storie* dei più grandi progettisti del Novecento, ne viene fuori un’esposizione in cui compaiono tutti, o quasi tutti i grandi del pensiero progettuale, che hanno portato visioni pionieristiche nel campo dell’architettura e del design, tracciando traiettorie di sperimentazione concettuale e tecnologica che intercettano temi contemporanei come le trasformazioni tecnico-produttive e le emergenti istanze sociali ed ambientali di cui siamo spettatori.

Nel racconto su Richard Buckminster Fuller, oppure in quello su Frei Otto, si scorge in filigrana tutta la cultura tecnologica di grandi “uomini del futuro”, offrendo al lettore l’opportunità di indagare gli aspetti, le ragioni, i problemi e gli interrogativi, le passioni, o al contrario i lampi del pensiero, che complessivamente riguardano la dimensione umana e il suo rapporto con la dimensione tecnologica dell’artefatto costruito. In tal senso diviene programmatico per l’architettura il tema della “cellula”, articolata a diverse scale e a molteplici contesti, attraverso innumerevoli dimostrazioni empiriche, produzioni prototipali, scritti programmatici; la cellula intesa come “individuo”, come “quantum dinamico”, e ancora come “nucleo”, che interagisce con e per l’umanità intera.



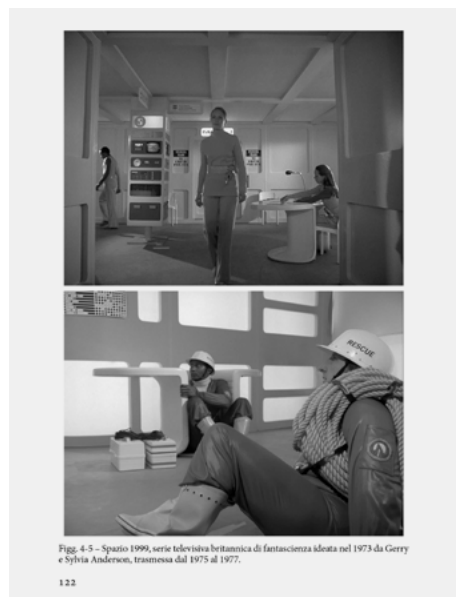
Si parla di grandi sperimentatori che, attraverso una continua sperimentazione sui materiali e le forme derivanti dagli studi sulla natura e sugli elementi biologici, delle nuove tipologie macrostrutturali ad alto contenuto tecnologico, hanno come fine ultimo una progettazione consapevole.

Le narrazioni su i visionari Cedric Price, Yona Friedman, Reyner Banham, gli Archigram si inseriscono in quel fermento di utopie rifondative degli anni settanta, in cui il disagio verso la società e l'euforia per il nascente universo pop-mediale, trovano nell'analogia tra struttura spaziale e struttura anatomica (e percettiva) un campo di sperimentazione di metafore per una risemantizzazione dell'architettura a misura d'uomo. Quello che emerge da questa euforia elettronica, e che troverà realistiche formulazioni progettuali nelle proposte dei progettisti, riguarda la possibilità di pensare l'architettura non più come scatola muraria, ma come una materia sensibile, flessibile, modificabile.

Dai racconti dedicati a Jean Prouvé, Charles & Ray Eames, gli italiani Marzò Zanuso, Alberto Rosselli, Angelo Mangiarotti emergono le ricerche nel campo del disegno industriale, la cui evoluzione entra in stretta relazione tanto con l'aspetto "comunicativo-semantic" - nel richiamare il uso contenuto simbolico o funzionale - quanto con l'aspetto della dialettica progettuale "forma-funzione". Ne emerge, dunque, un vero e proprio dominio dell'attività progettuale, i cui confini sono sempre più labili e incerti, e in cui pensiero umanistico e pensiero scientifico interagiscono nell'affrontare problemi complessi, alla luce di un radicale ripensamento epistemologico delle discipline legate alla cultura tecnica.



121

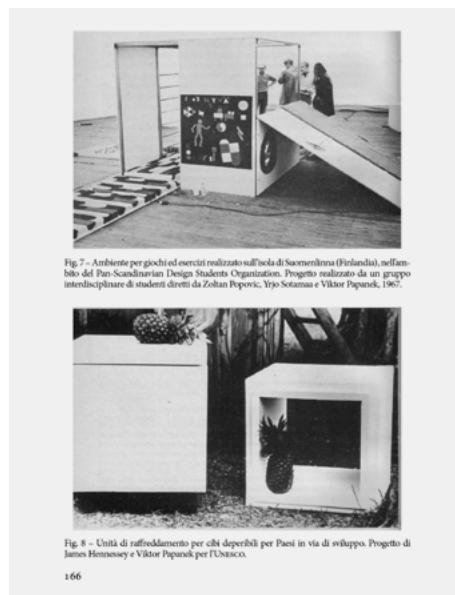
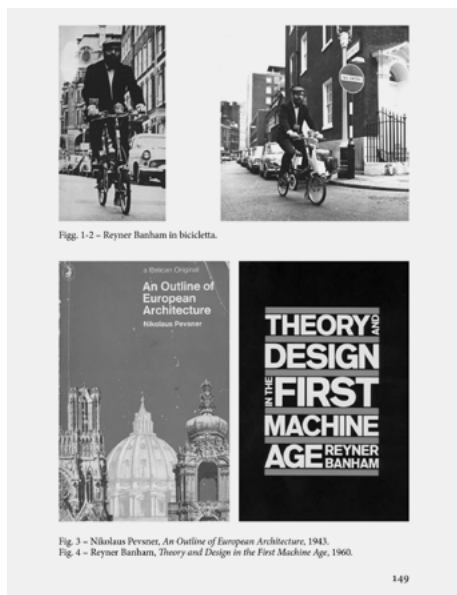


122

Nei racconti su Konrad Wachsmann, Peter Rice, Ove Arup tende invece a dispiegarsi il concetto di una “intelligenza collettiva”, espressione introdotta da Pierre Levy, ovvero “un’intelligenza distribuita ovunque, continuamente valorizzata, coordinata in tempo reale, che porta ad una mobilitazione effettiva delle competenze” (Lévy, 1996, p. 34). Da una intelligenza collettiva si approda poi a una intelligenza che diventa “connettiva” (de Kerckhove, 2001), compiendo in questo senso un passo concreto nell’applicazione del pensiero tecno-filosofico, in cui ogni individuo mantiene la propria identità nell’ambito di un ecosistema molto articolato ed esteso di connessioni (Tagliagambe, 2007). Questa nuova idea sistemica di cultura può essere concepita come il prodotto di scambi multi-culturali e trans-disciplinari, risultato della democratizzazione della cultura come una struttura rizomatica dove “tutto è centro e tutto è periferia” (Maldonado, 1997).

In questa mappa così articolata, invece, le azioni progettuali di Hassan Fathy, Bernard Rudofsky, Victor Papanek descrivono una produzione di artefatti che sostanzialmente si rapportano a domande reali, capaci di mettere insieme il recupero di tecniche arcaiche ai processi tecnologici più avanzati, orientando le scelte progettuali verso nuovi orizzonti operativi connessi al formarsi di una cultura ecologica che capovolge la visione antropocentrica dell’agire umano.

Da questo *framework* emerge il tema della cultura tecnologica del progetto come capace di incorporare e interpretare i processi di trasformazione dell’ambiente costruito in relazione alle connessioni tra uomini, contesti, e cose.



La narrazione di queste esperienze, seppur in luoghi e tempi diversi, seguono un andamento sinusoidale nel campo della cultura tecnologica del progetto e si sviluppano intorno a diverse linee di influenza, tutte interagenti e integrate tra loro, raccolte in modo che il lettore “si venga formando da sé il concetto più idoneo e più rispondente alla realtà dei fatti” (Dorfles, 1972, p. 10), consentendogli di costituire nel tempo della lettura una mappa di orientamento in cui trovare dei riferimenti, di riconoscere delle aree più note, di seguire dei percorsi praticabili.

In tale prospettiva, raccontare storie assume un carattere “archeologico”, nel significato che Foucault attribuisce a quel ‘sapere’ che non interpreta il vero, ma lo elabora, definendone all’interno del tessuto, le relazioni intrinseche, i processi generativi. In questo senso la storia è “qualcosa d’altro”, cioè una descrizione dell’*archivio*, intendendo:

Per archivio l’insieme dei discorsi effettivamente pronunciati; e questo insieme di discorsi è considerato non solo come un insieme di eventi che sarebbero accaduti una volta per tutte e che resterebbero in sospeso, nel limbo o nel purgatorio della storia, ma anche come un insieme che continua a funzionare, a trasformarsi attraverso la storia, a dare possibilità di apparire ad altri discorsi. (Foucault, 1980)

Indice del volume

- *Introduzione. Per una controstoria del pensiero progettuale della modernità*, di Massimo Perriccioli;
- *Richard Buckminster Fuller (1895-1983). L'individuo e il suo universo*, di Alessandra Zanelli;
- *Ove Nyquist Arup (1895-1988). L'utopia del Total Design*, di Andrea Campioli;
- *Hassan Fathy (1900-1989). L'approccio costruttivo resiliente*, di Roberto Bianchi;
- *Konrad Wachsmann (1901-1980). Progettare con le mani*, di Mauro De Luca;
- *Jean Prouvé (1901-1984). Architettura, design e industria. Dalla Maison du Peuple de Clichy alla Cyclopean House*, di Spartaco Paris;
- *Bernard Rudofsky (1905-1988). Architecture without Architects*, di Gerardo Doti;
- *Charles (1907-1978) & Ray Eames (1912-1988). Etica ed estetica della tecnica industriale*, di Massimo Perriccioli;
- *Marco Zanuso (1916-2001). Verso l'integrazione sinergica*, di Roberta Grignolo;
- *Alberto Rosselli (1921-1976). Dalla tecnologia alla fanta-tecnologia*, di Pietro Nunziante;
- *Angelo Mangiarotti (1921-2012). E la sua opera "marcata dal segno dell'intelligenza"*, di Francesca Castanò;
- *Reyner Banham (1922-1988). Banham's columns. Percorsi trasversali di uno storico non allineato*, di Lina Malfona;
- *Victor Joseph Papanek (1923-1998). La realtà del design*, di Massimo Perriccioli;
- *Yona Friedman (1923). Erranza, mobilità e utopia*, di Manuel Orazi;
- *Frei Otto (1925-2015). L'uomo che cammina nelle nuvole*, di Sergio Pone;
- *Nikolaas J. Habraken (1928). Dall'organizzazione per fasce funzionali alla città ordinaria, all'open building*, di Giorgio Giallocosta;
- *Cedric Price (1934-2003). Cinque sottrazioni*, di Giovanni Corbellini;
- *Peter Rice (1935-1992). The "light" side of the moon*, di Roberto Ruggiero;
- *Archigram (1961-1974). Mega-micro apparati oltre l'apparenza*, di Andrea Giachetta;
- *Postfazione. Mappa "aperta"*, di Andrea Campioli.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- DE KERCKHOVE, D. (2001). *The Architecture of intelligence*. Birkhäuser Basel [trad. it. Palombo, M. (a cura di) (2001). *L'architettura dell'intelligenza. La rivoluzione informatica*. Testo & immagine].
- DE BIASE, L. (2016). *Homo Pluralis. Essere umani nell'era tecnologica*. Codice edizioni.
- DORFLES, G. (1972). *Introduzione al design industriale. Linguaggio e storia della produzione in serie*. Einaudi.
- ECO, U. (1962). *Opera aperta*. Bompiani.
- FOUCAULT, F. (1980). *L'archeologia del sapere. Un metodo per la storia della cultura*. BUR.
- LÉVY, P. (1994). *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace. La Découverte* [trad. it. (1996). *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*. Feltrinelli].
- MALDONADO, T. (1997). *Critica della ragione informatica*. Feltrinelli.
- PERRICCIOLI, M. (a cura di) (2016). *Pensiero tecnico e cultura del progetto. Riflessioni sulla ricerca tecnologica in architettura*. Franco Angeli.
- SMORTI, A. (2007). *Narrazioni. Cultura, memorie, formazione del Sé*. Giunti.
- TAGLIAGAMBE, S. (2007). L'epistemologia del progetto come cultura della complessità. In M. Bertoldini (a cura di), *La cultura politecnica 2*. Mondadori.
- VITTORIA, E. (2008). L'invenzione del futuro: un'arte del costruire. In M. De Santis, M. Losasso, & M. R. Pinto (a cura di), *L'invenzione del futuro. Atti del Convegno Nazionale della SITdA Società Italiana della Tecnologia dell'Architettura*. Alinea.

RACCONTO VISIVO

Max Huber, retro e prima di copertina per il libro di A. t'Serstevens, *Itinerario spagnolo*, Collana Il Timone, Istituto Geografico De Agostini, 1962 (courtesy of AIAP CDPG).



Anna Calvera

Il design nel rapporto tra paesi del Nord e del Sud

ANTY PANSERA

Non è mai semplice ricordare un'amica che è stata soprattutto un'importante protagonista della cultura del progetto, voce autorevole per la storia e la teoria del design intesa in senso lato, che si è anche molto spesa nell'impegno per l'Associazione dei designer professionisti di Barcellona (ADP), che ha presieduto tra il 2010 e il 2012: il suo esordio, infatti, è legato all'attività professionale di designer della comunicazione, e dunque progetti di *corporate identity*, per il design editoriale ed anche di *interior design*. E piace ricordare allora l'amore per la sua storica casa di famiglia - i suoi genitori ad averle trasmesso l'amore per la cultura, la pittura, l'opera... la navigazione a vela -, casa Barangé (Fig. 1), nel quartiere di Vallcarca. Ad ergersi, con il ben progettato giardino, su una piazza, a completarla, costruita tra il 1931 e il 1934 da Ricard Churruga (celebre architetto catalano), splendido esempio di "arquitectura racionalista", di cui Anna continuava a curarne ogni particolare.

Fig. 1 — Casa Barangé, la storica dimora della famiglia di Anna Calvera.



Il nostro primo incontro risale agli anni novanta del secolo scorso, a Barcellona, per il I Convegno dei docenti di teoria e storia del design all'Università di Barcellona (1999), dove avevo portato una relazione sull'importanza degli archivi storici aziendali delle imprese di design, frutto dell'allora mia recente archiviazione per il gruppo Fimag.

E da lì, a susseguirsi scambi epistolari e incontri, finché Anna mi ha voluto nel comitato direttivo della FHD, *Fundació Història del Disseny*, di cui è stata cofondatrice, con Isabel Campi (che la presiede a tutt'oggi), Raquel Pelta, Viviana Narotzki, Gui Julier, Oscar Salinas, Conxa Baió, Mireia Freixa, Charo Mora. Attiva dal 2008, gli appuntamenti annuali della *Fundació*, a cui ho preso parte dall'aprile 2010 al 2018, sono stati davvero occasioni significative di interscambi e progetti per coinvolgimenti reciproci. Momenti di lavoro e conviviali: Anna quasi sempre in piedi, sulla porta semi aperta della sala riunioni, con l'eterna sigaretta in bocca. E con Isabel - un'amicizia che devo ad Anna -, un legame da studiose ma anche da amanti del mare e soprattutto della Costa Brava, con Calella de Palafrugell, in Girona, ancora pittoresco centro di pescatori, dove amava trascorrere le vacanze, quando non in giro per il mondo, con suo marito, Joan Vintrò Castells, celebre docente universitario di diritto costituzionale.

Fig. 2 — Anna Calvera all'Università.



Fig. 3 — Con Ezio Manzini e Gillo Dorfles.



Anna Calvera Sagué, classe 1954 (si è prematuramente spenta nel 2018, dopo aver combattuto con un'implacabile malattia), laureata nel 1975 in *graphic design* all'Elisava di Barcellona, Escola Universitària de Disseny i Enginyeria, la prima scuola di design in Spagna e alla Llotja School of Design and Art (ESDA Llotja), uno storico centro di formazione artistica catalano istituito nel 1775 come Escola Gratuita de Disseny i Noble Arts, ha poi conseguito nel 1988 un dottorato in filosofia all'Università della sua città natale, una scelta che ha dato un particolare *imprintig* al suo fare.

Ma eccola poi al Dams, a Bologna: e siamo nel 1977. Una città alla quale è stata sempre legata, e agli amici bolognesi, così come all'Italia, a sfoggiare, tra l'altro, un perfetto italiano. E lì anche l'incontro con Umberto Eco e, in particolare, con Tomàs Maldonado: profonde la stima e l'amicizia, reciproche, a non mancare mai Anna d'incontrarlo nei suoi bliz a Milano. L'ultimo, nel giugno 2017, con Juan naturalmente, entrambi amanti dell'opera, e questa volta anche per assistere, desiderio maturato negli anni, ad uno spettacolo al Teatro alla Scala, la *Bohème* di Puccini.

Dalla professione alla ricerca storica: al rientro a Barcellona dall'Italia, eccola docente di Storia e Teoria del Design ed Estetica sia nell'Università dove si era formata che in altre facoltà e scuole di design della capitale catalana (e dunque all'Elisava, all'Escola Massana, alla Tool...). Quattro decenni di intensa attività sia come apprezzato cattedratico - poderoso il suo profilo accademico - ma anche, soprattutto, di attenta ricerca, sempre nell'intento di intrecciare fili di conoscenza e di approfondimento.

Dunque, e soprattutto, di “fare rete”, internazionalmente: le sue presenze/partecipazioni a numerosissime conferenze hanno certo lasciato un segno in Europa, dalla Fachhochschule di Salisburgo (1994), all’Università Lumière Lyon II, nel 1995; dalla Bauhaus-Universität di Weimar nel 1997, all’EnsAD, École nationale supérieure des Arts Décoratifs di Parigi, nel 1999 e anche al Politecnico di Milano, nel 2006, coinvolta da Arturo Dell’Acqua Bellavitis.

Ma anche in America Latina: all’ISDI, Instituto Superior de Diseño Industrial de L’Avana, 1998; all’USP, l’Università di São Paulo, in Brasile, 2001; alla UAM, Universidad Autónoma Metropolitana, di Città del Messico, nel 2004. E nel 2008 eccola anche in Giappone, a Osaka.

Interventi dove ha sempre sottolineato l’importanza della storia per comprendere i diversi fenomeni del design, in particolare del design della comunicazione, nonché del ruolo del design come fattore economico.

E non si possono non citare almeno i suoi dieci interventi, dal 1999 al 2014, a mappare la realtà della presenza della storia del design e delle sue diverse specificità in Europa: “Storie intrecciate del design”, proprio per l’ICDHS, *International Conferences on Design History and Studies*, di cui è stata tra i promotori, membro anche della *Design History Society*.

E ben ci si spiega allora come sia da annoverare tra i fondatori del gruppo di ricerca sull’arte contemporanea e sulla storia del design, all’Università di Barcellona, il GRACMON, punto di riferimento per lo studio del Modernismo, del Novecentismo e del Design in Catalogna, fondato già nel 1986. Da parte sua, più approfondimenti sulla storia del design a Barcellona, analizzandone i sistemi di produzione, i consumi, i sistemi di mediazione, la “genealogia storica” del “sistema design” della capitale catalana, che si sono concretizzati in *La formació del sistema disseny Barcelona (1914-2014)* e in *Un camí de modernitat* (2014).

Ma anche fra i promotori dello EAD, quel Consiglio dell’Accademia Europea di Design, istituito nel 1995, per “stimolare studiosi, professionisti e amici di tutto il mondo [...] per facilitare lo scambio di conoscenze, la collaborazione, l’innovazione e l’invenzione”: un programma/progetto in cui Anna non poteva non riconoscersi.

La chiamata a far parte del Comitato Scientifico del Design Museum della Fondazione Triennale, nel 2017, ha permesso un suo arrivo, per un paio di volte, a Milano, l’occasione, ancora di rivedere amici, e rivederci.

Entusiasta, tenace, infaticabile organizzatrice, anche di mostre, un piacere averla avuta come “guida”, nell’aprile 2015, nella visita a quell’importante permanente *El disseny gràfic: d’ofici a professió (1940-1980)*, dove ha svolto un significativo ruolo, i suoi studi proprio sui pionieri, sulla prima generazione dei graphic designer spagnoli, al Museo del Design di Barcellona, che

ho visitato prima della sua apertura proprio con lei. E dove ha collaborato anche a quel *Del món al museu. Disseny de producte, patrimoni culturalad*, la sua riflessione, ed analisi, sul design a partire dalla frase di John Heskett: “Il design è il design di un design per produrre un disegno”.

E proprio il Museo ha pubblicato anche il suo ultimo, lungo lavoro: la monografia dedicata a Josep Pla Narbona, *Crits a la paret i poemes visuals. Cartells 1947-2004*, complessa figura di un professionista della comunicazione visiva che ha attraversato di fatto tutto il secolo scorso, “artista pubblicitario”, si diceva allora, poi illustratore di manifesti e libri, docente di arte plastica pubblicitaria, fin dal 1964 a far parte dell'*Alliance Graphique Internationale*. Una carriera ricca ed articolata che Anna affronta e dipana con profondità e leggerezza, a seguire il suo lavoro tra il 1947 e il 2004.

Fig. 4 — Anna Calvera nel salotto di casa a Barcellona.



Curiosa ed attenta ad approfondire le diverse tematiche/problematiche che le si presentavano - e me la vedo ancora nel suo studio/veranda in Plaça Mons 4 -, ad intrecciarle ad un contesto internazionale (che ben conosceva), per carlarle anche nel locale; e proprio in quest’ottica, ha fatto fatto parte dell’ADG/FAD, *Foment de les Arts y del Disseny*, un’associazione privata, indipendente e senza scopo di lucro, con l’obiettivo di promuovere la progettazione, l’architettura nella vita economica e culturale del paese. E qui un altro ricordo, che ben si innesta con questo suo interesse: l’avermi raccontato della particolare casa della sua nonna materna, nei dintorni di Barcellona, gotica con interventi barocchi e ulteriori “ritocchi”.

La sua tesi di dottorato dedicata a *La formació del pensament de William Morris* (pubblicata dalle Edicions Destino, Barcelona, 1992): un tema insolito e una scelta particolare questa di Anna, tema al quale farà seguire, con coerenza, puntualizzazioni sull'influenza proprio di Morris e del movimento Arts & Crafts in Catalogna (1997).

Altro testo da rileggere, tra i tanti, datato 2010, *Cuestiones de fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño*, a *Diseño e historia. Tiempo, lugar y discurso*, in un volume curato da Isabel Campi e Oscar Salinas, dove si riconsidera un nodo teorico.

Ma si era già interrogata con il suo *Arte ¿? Diseño* (Gustavo Gili, 2003):

“interrogativo” - una scelta esplicita, il titolo del saggio, “nuovi capitoli per una polemica che viene da lontano”, il sottotitolo. Ed è il *graphic design* - oggi potremmo meglio dire “design della comunicazione” - che si interfaccia con l’“arte”. E quattordici designer sono stati invitati a riflettere e ad abbozzare la propria risposta, a raccontare dunque punti di vista di diversi professionisti, provenienti da Argentina, Brasile, Messico, Portogallo e Spagna, di diverse età, tendenze, formazione e specialità.

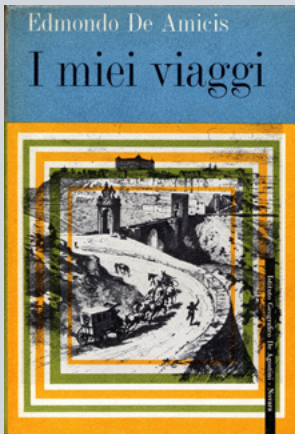
E il tema del bello sarà anche protagonista del suo *De lo bello de las cosas: materiales para una estética del diseño* (Gustavo Gili, 2007), un tema complesso, affrontato da più prospettive dove si accentra il *focus* sulla qualità degli oggetti quotidiani. E dove ha coinvolto designer e studiosi a commentare un testo filosofico che ispira il loro lavoro professionale. Dodici testimonianze che fanno riferimento agli scritti di pensatori “di chiara fama” (da Platone a Martin Heidegger, da Paul Valéry, José Ortega y Gasset, Jacques Derrida o Guy Debord), firmati da Yves Zimmermann, Fernando Martín Juez, Jordi Mañà, Emilio Gil, Fátima Pombo, Jordi Pericot, Ana Herrera, Raquel Pelta, Ramón y Gae Bedito, Enrique Ricalde e David Gràcia. E anche Anna ci si cimenta. Un approccio, e una sfida, intriganti.

Nei nostri ultimi incontri, ecco in scena anche le problematiche sugli archivi d'impresa, sulla catalogazione dei prodotti e dei materiali che li hanno accompagnati nel tempo: è nell'ottica di quella ricerca enciclopedica sul design presso la Roca Sanitari Corporation, affidata nel 2016 alla FHD, per “indagare” appunto la storia dell'azienda dal punto di vista del design, che Anna con Isabel Campi e Beppe Benenti, con il contributo di un team composto da ben 10 ricercatori, hanno curato, pubblicato nel gennaio 2019, *Roca. 100 años diseño a diseño*. Uno dei suoi ultimi lavori, pubblicato postumo.

Da rileggere molti dei suoi interventi, facilmente recuperabili anche in rete: che ben continuano a testimoniare la vastità e la ricchezza, nonché, soprattutto, l'accuratezza e la “profondità”, dei suoi lavori.

Ciao Anna

N.B.: Un grazie affettuoso e con la solita amicizia, a Joan, che ha riletto queste mie note e ne ha puntualizzato alcuni passaggi, e all'amica Isabel Campi, un felice incontro che devo ad Anna.



Max Huber, retro e prima di copertina per il libro di Edmondo De Amicis, *I miei viaggi*, Collana Il Timone, Istituto Geografico De Agostini, 1964 (courtesy of AIAP CDPG).



Biografie autori

Eduardo Araújo de Ávila

Dottorando in Teoria e Storia del Design presso l'Università di São Paulo (USP), ha un Master in Arte e Cultura Visiva e un BA in Graphic Design presso l'Università Federale di Goiás (UFG). Graphic designer con esperienza in design editoriale, design educativo, design dell'identità visiva, tipografia e come educatore in arte, comunicazione e design. I suoi principali interessi di ricerca sono la tipografia, il design dell'informazione, l'identità visiva e il rapporto tra la storia del design e l'arte asiatica.

Valentina Auricchio

Ricercatore del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. Specializzata nella gestione di progetti di design strategico ed in particolare progetti internazionali per piccole e medie imprese e processi di Design Thinking. Dopo il dottorato ha lavorato come project manager per Poli.Design. Dal 2009 al 2011 è stata Direttore del Centro Ricerche IED gestendo progetti strategici con diverse entità. Dal 2012 al 2014 è stata Co-direttore di Ottogono, rivista internazionale di Design e Architettura. Nel 2016 ha fondato la società di consulenza 6ZERO5. Nel diffondere la cultura del design ha partecipato a convegni e seminari a livello nazionale e internazionale. Insegna al Politecnico di Milano nel Master in Product Service System Design e nel Master in Integrated Product Design e ha insegnato come visiting professor in altre istituzioni nel campo del design strategico e metodi di progettazione. Dal 2019 fa parte del gruppo di ricerca DESIS.

Vincenzo Paolo Bagnato

Architetto PhD, laureato nel 1999 alla Facoltà di Architettura del Politecnico di Bari. Vincitore di una Borsa di Studio del Politecnico di Bari, dal 2000 studia e lavora a Barcellona dove, presso la ETSAB-UPC, consegue il Dottorato di Ricerca (PhD) in Architectural Design (2014). Dal 2005 è professore di Design e Progettazione Tecnologica dell'Architettura e dal 2019 è Ricercatore Senior (RTDb) in Disegno Industriale presso il Politecnico di Bari. È stato Visiting Professor presso la Polis University di Tirana, è collaboratore esterno del Gruppo di Ricerca GIRAS (International Research Group in Architecture and Society) dell'ETSAB di Barcellona ed è membro della SID. Ha pubblicato, per la casa editrice Aracne, "Architettura e rovina archeologica" (2014) e "Il design per la luce" (2018).

Graziella Leyla Ciagà

Ricercatrice di ruolo e docente di Storia dell'architettura e del design presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. Dopo la laurea in Architettura ha conseguito il dottorato di ricerca in Conservazione dei Beni Architettonici e Ambientali e la specializzazione in Restauro dei Monumenti. La sua attività didattica e di ricerca riguarda due ambiti di studio: la valorizzazione del patrimonio culturale nelle sue diverse declinazioni, dai complessi monumentali e paesaggistici a quelli documentali, e la storia del design e dell'architettura italiana del Novecento. Collabora con la Soprintendenza Archivistica e il Centro di Alti Studi sulle Arti Visive del Comune di Milano occupandosi del censimento degli archivi di design, grafica e architettura in Lombardia. È curatrice dell'Archivio Luciano Baldessari del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano.

Giovanni Maria Conti

PhD, Professore Associato in Design è attualmente il coordinatore del Knitwear Design Lab - Knitlab nel corso di Studi in Design della Moda al Politecnico di Milano. Fondatore e Coordinatore Scientifico del sito / blog www.knitlab.org, è membro dell'editorial board della rivista *Moda Palavra* e collaboratore esperto per i progetti di cooperazione internazionale su tessile e moda per il Foro Pymes promosso da IILA - Istituto Italo-Latino Americano. Direttore del Master in Fashion Direction: Product Sustainability Management presso MFI (Milano Fashion Institute).

Fabio Mariano Cruz Pereira

MSc, Dottorando presso Università di São Paulo, Scuola di Architettura e Urbanistica (FAU USP).

Raissa D'Uffizi

Ha conseguito la Laurea Triennale in Disegno Industriale e la Laurea Magistrale in Design, Comunicazione visiva e multimediale. Attualmente è iscritta al corso di Dottorato in 'Pianificazione, design e tecnologia dell'architettura' presso l'Università di Roma La Sapienza. La sua ricerca indaga l'evoluzione del design italiano, da intendere come patrimonio condiviso e fenomeno culturale attraverso il panorama editoriale che ne ha determinato la sua diffusione nella società. Parallelamente all'attività professionale come graphic designer, si è impegnata in progetti di ricerca sui temi della storia del design e della comunicazione visiva, tra cui il recente progetto *La Milano che disegna* (2020), sugli archivi di design a Milano.

Priscila Lena Farias

PhD, Professore Associato presso l'Università di São Paulo, Scuola di Architettura e Urbanistica (FAU USP), Coordinatrice del Laboratorio di Ricerca in Design Visivo (LabVisual).

Maria Göransdotter

Professore associato di storia del design e teoria del design presso l'Umeå Institute of Design, Umeå University, Svezia, e Senior Resident Researcher presso il Dipartimento del Design del Politecnico di Milano. Con un dottorato di ricerca in design industriale con la tesi *Transitional Design Histories*, la sua ricerca si concentra sull'esplorazione di come la storia del design potrebbe essere più importante per il design, proponendo che altri tipi di storie del design - che prendono un punto di partenza nella progettazione piuttosto che i risultati del design - sarebbero necessari per aprirsi ad altri modi di pensare nel design. Ha una formazione in storia della scienza e delle idee e ha studiato semiotica ed estetica al DAMS, Università di Bologna. Dalla metà degli anni '90, ha insegnato storia e teoria del design all'interno dei programmi di studio di disegno industriale presso l'Umeå Institute of Design (UID) e attualmente è alla guida di un nuovo programma di laurea in design. Ha fatto parte del gruppo dirigente dell'UID tra il 2008 e il 2018, ricoprendo la carica di Direttore del Dipartimento tra il 2012 e il 2015 e Vice Rettore dal 2015 al 2018.

Fabiana Marotta

Laureatasi nel 2019 in Architettura presso l'Università Federico II di Napoli, consegue nel 2020 il titolo di iOS Developer all'Apple Developer Academy di Napoli. Designer transdisciplinare e dottoranda in Design e Tecnologia presso il Dipartimento di Architettura dell'Università Federico II di Napoli. La sua pratica e la sua ricerca critica sono focalizzate sugli effetti del Post Digital. I suoi interessi ruotano intorno alla ridefinizione delle intersezioni e interazioni tra lo spazio del corpo e l'ambiente dell'architettura, fondendoli con le dimensioni visionarie e simboliche dell'essere umano. Dal 2016 esplora le potenzialità narrative di processi, strumenti e tecniche che si muovono tra naturale e artificiale, sempre alla ricerca di collaborazioni con esperti nel campo dell'artigianato, dell'informatica, della geologia e dell'antropologia.

Paolo Eduardo Moretto

Dottorando in design presso l'Università di São Paulo. Dopo la laurea (1991) ha lavorato come grafico, art director, ricercatore e curatore. Per la sua tesi di laurea magistrale (2004), ha studiato i manifesti brasiliani del XX secolo.

Monica Pastore

Graphic designer, docente e ricercatrice della comunicazione visiva. Accanto al suo lavoro di progettista con Officina 3am, studio di comunicazione fondato nel 2010, inizia la sua carriera accademica prima come collaboratrice alla didattica poi come docente presso diverse università di design italiane e estere. Dal 2010 porta avanti il proprio lavoro coniugando sia l'aspetto storico che progettuale della comunicazione visiva. Attualmente sta frequentando il dottorato di ricerca in Scienze del design presso l'Università Iuav di Venezia con una ricerca sulla storia della grafica italiana dal titolo *Linguaggi ibridi. I progettisti grafici italiani e il computer come nuovo strumento di progetto tra il 1984 e il 1999*, in cui ricostruisce le vicende della grafica italiana in relazione all'introduzione del computer nella professione.

Jade Samara Piaia

PhD, Ricercatrice post-dottorato presso il Laboratorio di Ricerca in Design Visivo (LabVisual) dell'Università di São Paulo, Scuola di Architettura e Urbanistica (FAU USP).

Pia Rigaldiès

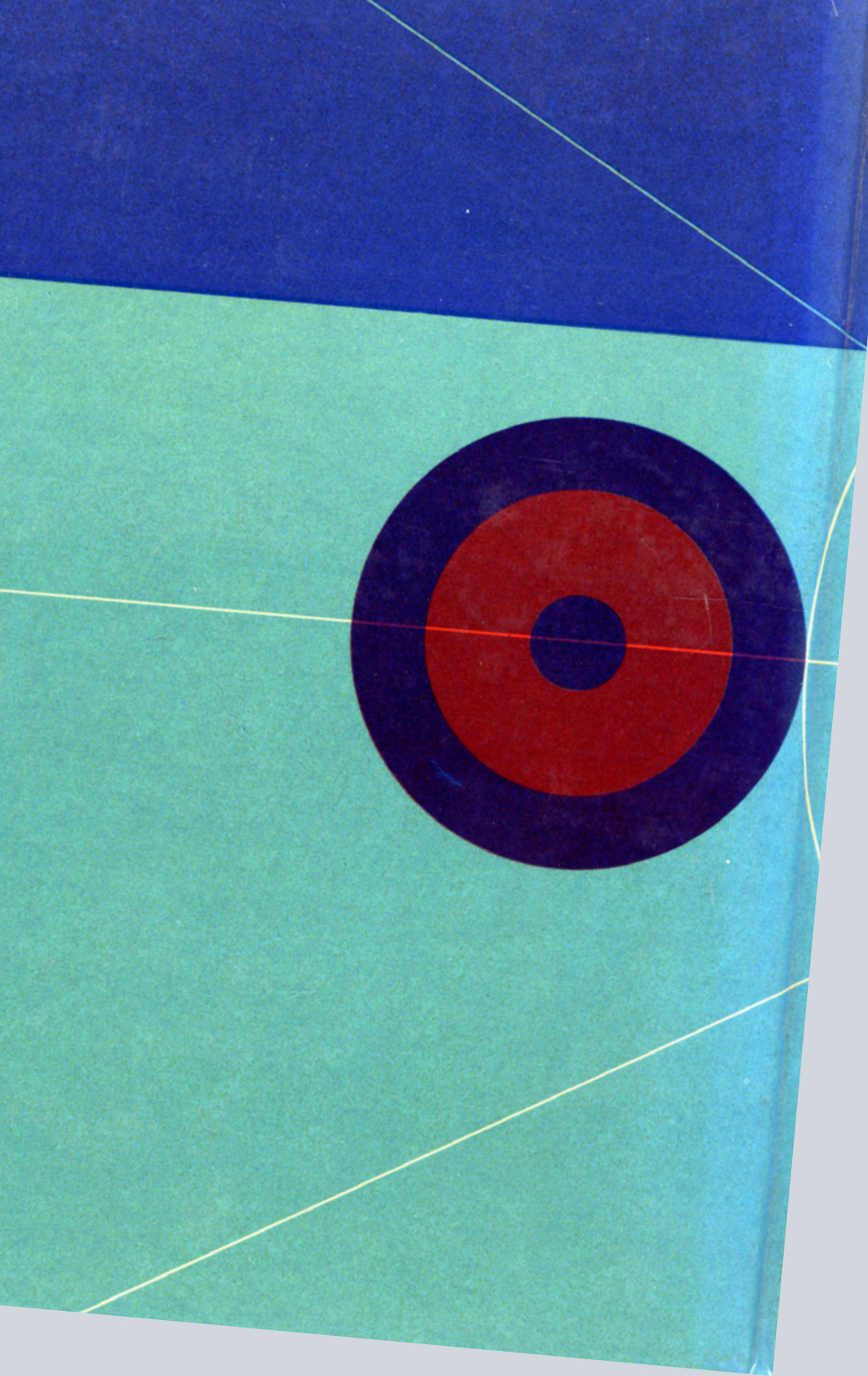
Archivista-paleografa, laureata dell'École nationale des chartes (Parigi) nel 2020. Ha discusso una tesi intitolata *Design, Italia e politica. Costruzione di un modello e trasferimenti culturali verso la France (1964-inizio degli anni 1990)* che ha vinto il premio Lasalle-Serbat per la migliore tesi in storia dell'arte. Le sue ricerche s'incentrano in gran parte sul caso torinese, tramite l'archivio dello Studio 65 e di Gruppo Strum. Sarà tra poco nominata conservatrice del patrimonio per lo Stato francese, specializzata negli archivi di architetti e designer.

Débora Russi Frassetto

Storica della moda. Assegnista di ricerca in Design della Moda presso l'Università Iuav di Venezia (Italia). È dottore di ricerca in Scienze del Design presso l'Università Iuav di Venezia (Italia). Adjunct Professor dal 2013 al 2015, presso il Dipartimento di Design e Moda dell'Università Statale di Maringá (Brasile). Interessi di ricerca: Moda transnazionale, la figura del fashion designer, la moda nelle pratiche di *futureing*.

Claudia Tranti

Laureata con il massimo dei voti in Design della Comunicazione presso il Politecnico di Milano. Nel 2018, durante lo scambio internazionale presso la Musashino Art University di Tokyo, arricchisce la ricerca per la sua tesi di laurea sulle Olimpiadi giapponesi consultando documenti rari e originali. Dal 2015 opera come freelance designer in autonomia e collaborando con diversi studi e agenzie di comunicazione. Dal 2018 è assistente alla didattica presso il Politecnico di Milano (corso di Laurea Triennale in Design della Comunicazione).



Max Huber, retro e prima di copertina per il libro di Edmund Hillary, *Appuntamento al polo sud*, Collana Il Timone, Istituto Geografico De Agostini, 1964 (courtesy of AIAP CDPG).



