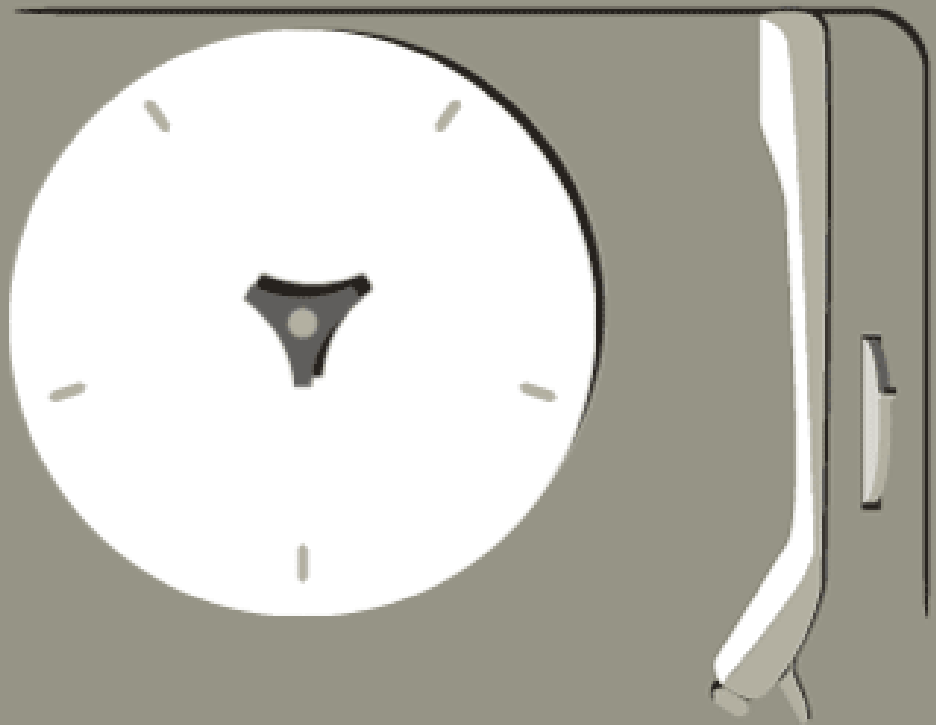

Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



WILHELM WAGENFELD, GERD ALFRED MÜLLER, DIETER RAMS, PC3 SV, 1955

AIS/DESIGN JOURNAL

STORIA E RICERCHE

VOL. 1 / N. 2
OTTOBRE 2013

PALINSESTI

ISSN

2281-7603

PERIODICITÀ

Semestrale

INDIRIZZO

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

SEDE LEGALE

AIS/Design
via Cola di Rienzo, 34
20144 Milano

CONTATTI

journal@aisdesign.org

WEB

www.aisdesign.org/ser/

DIRETTORE

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

CAPO REDATTORE

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

COMITATO SCIENTIFICO

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

REDAZIONE

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

ASSISTENTI DI REDAZIONE

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

RELAZIONI INTERNAZIONALI

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

ART DIRECTOR

Daniele Savasta, Università Iuav di Venezia

EDITORIALE	PALINSESTI Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia	4
SAGGI	SULLA TEORIA DELLA PERCEZIONE DI WALTER GROPIUS Michele Sinico, Università Iuav di Venezia	7
	LA CORNICE RITROVATA: AUREOLA V/S IPAD Manlio Brusatin	18
	STYLE OVER SUBSTANCE? THE RECEPTION OF ITALIAN DESIGN IN GREECE Artemis Yagou, MHMK Macromedia University for Media and Communication, Munich	30
RICERCHE	FEDE CHETI: 1936-1975. TRACCE DI UNA STORIA ITALIANA Chiara Lecce, Politecnico di Milano	40
MICROSTORIE	MATERA ANNI SETTANTA: COOPERATIVA LABORATORIO UNO S.R.L. DESIGN E FORMAZIONE NEL MEZZOGIORNO D'ITALIA Rossana Carullo, Politecnico di Bari Rosa Pagliarulo, Politecnico di Bari	59
	GIO PONTI: IL DESIGN S'INNAMORA DEL PALCOSCENICO Silvia Cattiodoro, Università Iuav di Venezia	71
	IL DIRIGENTE ILLUMINATO E IL FABBRICANTE DI IMMAGINI Silvia Pericu, Università di Genova	83
	IL 'PRE DESIGN' E IL MERCATO RIONALE. IL GRUPPO EXHIBITION DESIGN Michele Galluzzo, Università Iuav di Venezia	91
	IL DESIGN DELLA RICOSTRUZIONE. ITALIANI A LOSANNA (1944-1950) Pier Paolo Peruccio, Politecnico di Torino	105
	DAL GIORNALINO AL MANIFESTO. ILLUSTRATORI PER L'INFANZIA, GIOVANI MAESTRI DELLA GRAFICA DI UNO STATO NASCENTE Enrico Cicalò, Università degli Studi di Sassari	112
PALINSESTI	IL DESIGNER COME APPRENDISTA. L'IMPORTANZA DI UNA FORMAZIONE DAL BASSO François Burkhardt, Hochschule der Bildenden Künste Saar	119
RECENSIONI	FOTOGRAFIA D'INDUSTRIA E FOTOGRAFIA DEL PRODOTTO INDUSTRIALE FRAMMENTI PER UNA STORIA Paola Proverbio, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano	126
	LA PARABOLA DEGLI OMEGA WORKSHOPS Ali Filippini, Scuola Politecnica del Design, Milano	135
	GIORGIO CASALI. LA LEGGEREZZA DELLE SUE FOTOGRAFIE 'SCULTURE', TRA ARCHITETTURA E DESIGN Teresita Scalco, Università Iuav di Venezia	143
	STORIE DAI MATERIALI D'ARCHIVIO. TRE INIZIATIVE SU MARCO ZANUSO Alessandra Bosco, Università degli Studi della Repubblica di San Marino	151

PALINSESTI

Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia

Orcid id 0000-0002-2490-9732

Il secondo numero è arrivato. Si tratta ancora una volta di un numero miscelaneo, ricco di spunti, tematiche e autori diversi per generazione, approcci e punti di vista. Una ricchezza di cui la rivista si fa promotrice, senza voler imporre una visione monocratica della storia del design, una ricchezza a cui è richiesto - come elemento comune e imprescindibile - quello di essere il risultato di ricerche originali scientificamente fondate, di un lavoro di riflessione non autoreferenziale, ma aperto e dialettico.

Così facendo la rivista consente l'emersione di nuove "costellazioni" (Riccini, 2013). E tante ne compaiono in questo numero. Ecco quelle che mi pare di vedere, dal mio posto di osservazione. La prima che voglio menzionare è quella dello "sguardo degli altri", che propone una lettura eccentrica, transnazionale delle varie storie del design (Yagou), linfa essenziale per una discussione a largo raggio, non introversa, che spero diventi per noi una costante.

La seconda può essere chiamata la costellazione delle teorie, di cui la storia del design - oltre a produrne di proprie - deve sapersi nutrire. Ne sono alfiere i contributi di Manlio Brusatin e di Michele Sinico, che - se mi posso permettere una semplificazione - partono entrambi da un problema di "percezione", ma ci conducono al design attraverso la storia estetica e simbolica di un oggetto (la cornice), l'uno, o alla revisione del pensiero di uno dei padri fondatori del design e della sua pedagogia, l'altro. Le idee di Walter Gropius sulla sensazione e la percezione, come ci spiega Sinico analizzandone un testo del 1947, oscillano "tra una teoria che postula il contributo soggettivo nella percezione e la necessità di trovare una base comune intersoggettiva indipendente dal soggetto". Risultano allora più chiari, guardandoli a ritroso, l'ambivalenza di Gropius come direttore del Bauhaus, il suo percorso ondivago e l'atteggiamento contraddittorio che aveva tenuto nei confronti per esempio di Johannes Itten e dell'impostazione del corso fondamentale. Si vede bene che qui sta uno dei nuclei storici fondanti della pedagogia e della didattica del design, che a me sembra un'altra delle costellazioni che in questo numero si vanno precisando (Carullo e Pagliarulo; Burkhardt) e che costituisce il tema del prossimo imminente secondo convegno nazionale dell' AIS (Politecnico di Milano- Triennale di Milano, 28 e 29 novembre).

Così come prende forza quella della storia della fotografia di design, dell'industria, degli oggetti, come gli scritti di Proverbio e di Scalco riconfermano.

Sulla scia di alcuni temi del primo numero: dettagli inediti in panorami apparentemente molto noti (Filippini; Cattiodoro) o storie poco note ma che si rivelano importanti tasselli per ricostruire appieno un puzzle incompiuto (Cicalò; Galluzzo; Lecce; Peruccio), selezionati fra storie di aziende, gruppi, episodi editoriali. O, infine, sintesi di figure

importanti le cui storie meritano una diffusione ampia (Pericu) o che è necessario approfondire con una ricerca di dettaglio che risalga alle fonti (Bosco). Non è strano se questa rivista, e la cultura del design in generale, appaiano talvolta come un palinsesto, nel senso etimologico del termine (Genette, 1982). Nell'epoca pretipografica, il palinsesto era la pergamena, tavoletta o pagina dalla quale veniva grattata via la prima iscrizione (*scriptio inferior*) per poterne tracciare un'altra successiva (*scriptio superior*). Immaginate, nel silenzio delle grandi *scriptoria*, le stanze dedicate alle attività amanuensi, il lento lavoro per recuperare il prezioso materiale di supporto alla scrittura, la pulitura della sua superficie e infine la sovrapposizione e la riscrittura di un nuovo testo. In questa operazione di ecologica economia dei materiali, però, le tracce sottostanti non erano perdute per sempre, ma persistevano, lasciando intravedere l'antico attraverso il nuovo. Se molte opere si sono così inesorabilmente perdute, altre sono state recuperate e continuano a essere recuperate, formando un "accumulo di testi che si sono stratificati nel tempo" (Maldonado, 2005, p. 111). A ben guardare, non c'è nulla di più contemporaneo dell'idea di palinsesto nei modi della scrittura digitale. Ogni testo che elaboriamo direttamente o meno sullo schermo è sottoposto continuamente a questo trattamento inesorabile di cancellature, ritorni, salvataggi e perdite. E non c'è nulla di più drammaticamente connesso con l'immenso problema della memoria digitale, della storia e dei suoi depositi sempre più fragili e transeunti, che lo smisurato e vertiginoso palinsesto rappresentato dalla Rete. Dunque anche la nostra rivista si presenta così, cercando però di trasformare l'aleatorietà in una forza: ogni numero può essere diverso in tutto e per tutto da quello precedente, ma fra le righe deve essere possibile leggere la stratificazione dei contenuti e il filo conduttore che li lega. Seguendo questa suggestione, abbiamo pensato che, accanto a quelle presenti dal primo numero, potranno essere attivate due nuove sezioni che rispondano, in modo diverso, a questa idea di palinsesto, di riscrittura senza che ciò che c'era prima sia drasticamente sostituito o, ancor peggio, dimenticato. La sezione *Riletture* potrà ospitare testi ripescati dal passato, studi che hanno avuto scarsa circolazione, riflessioni che per la loro importanza val la pena di sottoporre a una nuova interpretazione, documenti inediti o poco noti che costituiscono un prezioso tassello per la ricerca su un tema o un personaggio. La sezione *Palinsesti*, presente già da questo numero, porta questo concetto al suo significato più stringente: ogni volta che ce ne sarà occasione, pubblicheremo (come abbiamo fatto in questo caso con il testo di Burkhardt) scritti che, anche se non strettamente di storia, sono connessi fra di loro dalla certezza che ci raccontano cose importanti sul design e la sua cultura.

Bibliografia

- Genette, G. (1982). *Palimpsestes. La Littérature au second degré*. Seuil: Paris.
- Maldonado, T. (2005). *Memoria e conoscenza. Sulle sorti del sapere nella prospettiva digitale*. Feltrinelli: Milano.
- Riccini, R. (2013, marzo). *Costellazioni*. AIS/Design. Storia e ricerche, n. 1.

Saggi

SULLA TEORIA DELLA PERCEZIONE DI WALTER GROPIUS

Michele Sinico, Università Iuav di Venezia

Orcid id 0000-0002-9807-5072

PAROLE CHIAVE

Bauhaus, Teoria della percezione, Walter Gropius

Nel presente articolo è esaminata la teoria della percezione di Walter Gropius prendendo come riferimento un testo del 1947: *Is There a Science of Design?* Nella prima parte del testo emergono alcune influenze dalla *Ganzheitspsychologie* e dal *New Look on Perception*. In particolare si discute una dimostrazione percettiva, citata dallo stesso Gropius, di Earl C. Kelley. Nel suo testo, Gropius assume anche alcune premesse della fenomenologia. Da questo punto di vista, egli pone le basi teoriche per l'intersoggettività percettiva. Inoltre, sono messe in luce alcune sue intuizioni sullo studio scientifico delle qualità espressive e della relazione soggetto-ambiente. Infine, è rilevata l'influenza, sulla teoria della percezione di Gropius, della teoria della *Gestalt* e della psicologia spiritualistica.

L'opera di Walter Gropius è oggetto di interesse di un'ampia letteratura secondaria che indaga i molteplici aspetti del suo carattere intellettuale e scientifico (cfr., ad esempio, Argan, 1951; Probst & Schädlich, 1985; 1986; 1987; Lupfer & Sigel, 2004). Il presente scritto si sofferma sulla sua teoria della percezione, esplicitata soprattutto in un saggio del periodo londinese, del 1947, intitolato *Is There a Science of Design?* Alcuni risultati di questo esame critico permetteranno, nelle conclusioni, di delineare anche il rapporto tra Gropius e la psicologia sperimentale, il quale rapporto, nella tradizione scientifica e pedagogica della Bauhaus, ha avuto un rilievo non trascurabile.

Il saggio di Gropius esordisce con una dichiarazione molto esplicita, in cui l'autore avvisa il lettore che il tema trattato è frutto di una conoscenza sulla sensorialità visiva e sull'intersensorialità sedimentata negli anni: "Per molti anni ho sistematicamente raccolto dati [facts] sul fenomeno della vista umana, sulle sue relazioni con gli altri sensi e sulle nostre esperienze psicologiche con la forma, lo spazio e il colore" (2007, p. 47). Con ciò, Gropius non solo dichiara di avere una conoscenza avvertita sull'argomento che si accinge a trattare, ma ammette anche la legittimità epistemologica di un'esperienza percettiva *psicologica*, e quindi implicitamente di un piano conoscitivo che sta al di qua del mondo transfenomenico delle scienze naturali. Legittimità rimarcata nello stesso paragrafo in cui afferma di ritenere che "i problemi psicologici siano basilari e primari, mentre le componenti tecniche della composizione [*design*] costituiscano i mezzi ausiliari intellettuali di cui disponiamo per realizzare l'intangibile per mezzo del tangibile (2007, p. 47).

La distinzione tra psicologia e tecnica è subito da sottolineare perché rimanda implicitamente a una psicologia spirituale, contrapposta a una psicologia fenomenologica che trova nei contenuti dell'esperienza immediata una base di autonomia dal soggetto e, di conseguenza, un termine di oggettività scientifica. Questa contrapposizione, come risulterà tra poco più chiaramente, ha generato in Gropius un significativo dissidio teorico.

Ammessa l'importanza della dimensione psicologica, Gropius premette anche la necessità di pervenire a una conoscenza scientifica. Vale la pena di riportare un ulteriore passo dell'articolo per attestare questo rilevante atteggiamento nei confronti della ricerca oggettiva:

Se riusciremo a fissare una base comune per intendere la composizione, se saremo in grado, fondandoci su ricerche obiettive [*objective*] piuttosto che su intuizioni personali, di scoprire un denominatore comune, esso dovrebbe potersi applicare a qualsiasi forma di composizione [*design*] (2007, p. 47).

Gropius esprime, in forma inequivocabile, l'opportunità di "comprendere il design" sulla base di "ricerche obiettive", cercando "basi comuni", evitando di affidarsi su "interpretazioni personali". Tutto ciò vale come una netta presa di distanza dal rischioso preconcetto di soggettività della percezione, il quale risulta necessariamente autocontraddittorio per ogni soggetto-designer che progetta per un altro soggetto-utente. Infatti, nella misura in cui si assumesse una soggettività radicale dell'esperienza percettiva, come relativismo di codice, si negherebbe la possibilità anche solo teorica di *progettare per*. Questa presa di distanza, peraltro, non negherebbe in linea di principio la soggettività del vissuto percettivo, giacché si deve pur distinguere un vissuto soggettivo esclusivo della sfera privata, interno all'io, da un vissuto soggettivo che si riferisce a un dato pubblico, esterno dell'io, sulla cui base sancire una verifica intersoggettiva, a cui ricondurre l'obiettività del risultato progettuale.

Ma questa apparente presa di distanza dal soggettivismo, che sarebbe giustificata dalla necessità di una conoscenza obiettiva, sembrerebbe smentita dall'argomento successivo che chiarisce implicitamente le assunzioni della teoria della percezione di Gropius: "Essenziale è il fatto che la sensazione proviene da noi, e non dall'oggetto che osserviamo" (2007, p. 47).

Che la sensazione provenga da noi stessi e non dall'oggetto sotto osservazione è truitico usando il termine *sensazione* nel significato che si è imposto nella tradizione, da Thomas Reid a oggi, come dato sensoriale giustapposto alla *percezione* che denota invece il contenuto di ciò che si esperisce: il sistema fisiologico appartiene al soggetto percipiente e non, ovviamente, allo stimolo distale che mobilita la sensorialità. Anche se i termini *sensazione* e *percezione* sono usati nel testo in modo ambiguo, Gropius enfatizza questo truismo per sottolineare che la percezione non coincide con il dato fisico distale. La tesi di Gropius è che il dato fisico distale subisce una trasformazione per mezzo della sensorialità o comunque del sistema psichico. Questa tesi viene esemplificata con una dimostrazione presa in prestito dal pedagogista Earl C. Kelley, riportata nella sua opera maggiore: *Education for What is Real* (1947).

Prima di passare a discutere la dimostrazione, è importante notare che Kelley, uno studioso registrato nel limitato ambito della *Experiential Education* (cfr. Raiola, 2011), non è menzionato nemmeno nelle più onnicomprensive opere della psicologia (vedi ad esempio Boring, 1950). È probabile quindi che Gropius non abbia cercato un riferimento autorevole nella scienza della percezione, che incidentalmente si occupava di pedagogia;

ma, viceversa, si direbbe che egli abbia scelto un riferimento nella pedagogia che incidentalmente si occupava di percezione. In secondo luogo, si può ipotizzare che la scelta di Gropius sia stata motivata dalla necessità di confortare alcune delle sue assunzioni piuttosto che di mettere alla prova le proprie tesi confrontandosi con i teorici della percezione più riconosciuti dell'epoca.

In verità Kelley aveva alle spalle un determinato sfondo teorico-psicologico. Come professore di scuola superiore, Kelley entrò in contatto con Adelbert Ames Jr., fautore del trasazionalismo, del quale assimilò una prospettiva teorica inquadrabile nel cosiddetto *New look on perception*, un movimento che negli Stati Uniti, nel secondo dopoguerra, incontrò un certo fervore, anche se poi ebbe un rapido declino. Il *New look* diffondeva una psicologia per la quale la personalità umana deve essere concepita nella sua interezza. Un postulato che non poteva non risuonare conforme alla concezione educativa, ancorché di maggiore ampiezza, di Gropius (1935), per il quale "l'idea di educare le capacità naturali dell'individuo a cogliere l'esistenza nella sua globalità, come entità cosmica" (2004, p. 30).

Il *New look* arrivava a ipotizzare, e a dimostrare persino, l'impatto sul dato percettivo di fattori legati alla personalità, ai bisogni, alle motivazioni, ecc. Arrivava a realizzare esperimenti in cui si verificava l'ipotesi che le monete sono percepite più grandi da bambini poveri, in quanto poveri (Bruner & Goodman, 1947). La più rigorosa discussione critica ha smontato la teoria palesando tutte le inconsistenze metodologiche (cfr. Kanizsa, 1961; e sull'impenetrabilità del modulo percettivo, il fondamentale saggio di Pylyshyn, 1999). L'idea di poter modificare la realtà empirica è però talmente gratificante ed esaltante che ancora oggi, tra coloro che non hanno lo scrupolo di tenere in ragionevole considerazione la più qualificata discussione scientifica, si possono trovare adepti di questa teoria.

Ma vediamo ora come la dimostrazione di Kelley provverebbe che "noi riceviamo le sensazioni non dalle cose che ci stanno intorno ma da noi stessi". Kelley invita il lettore a guardare dentro ciascun foro di tre schermi (vedi figura 1, in cui si riporta la figura originale), dietro i quali ci sono tre diversi oggetti: un cubo di filo di ferro; un disegno bidimensionale di un cubo; dodici fili di ferro opportunamente collocati nello spazio.

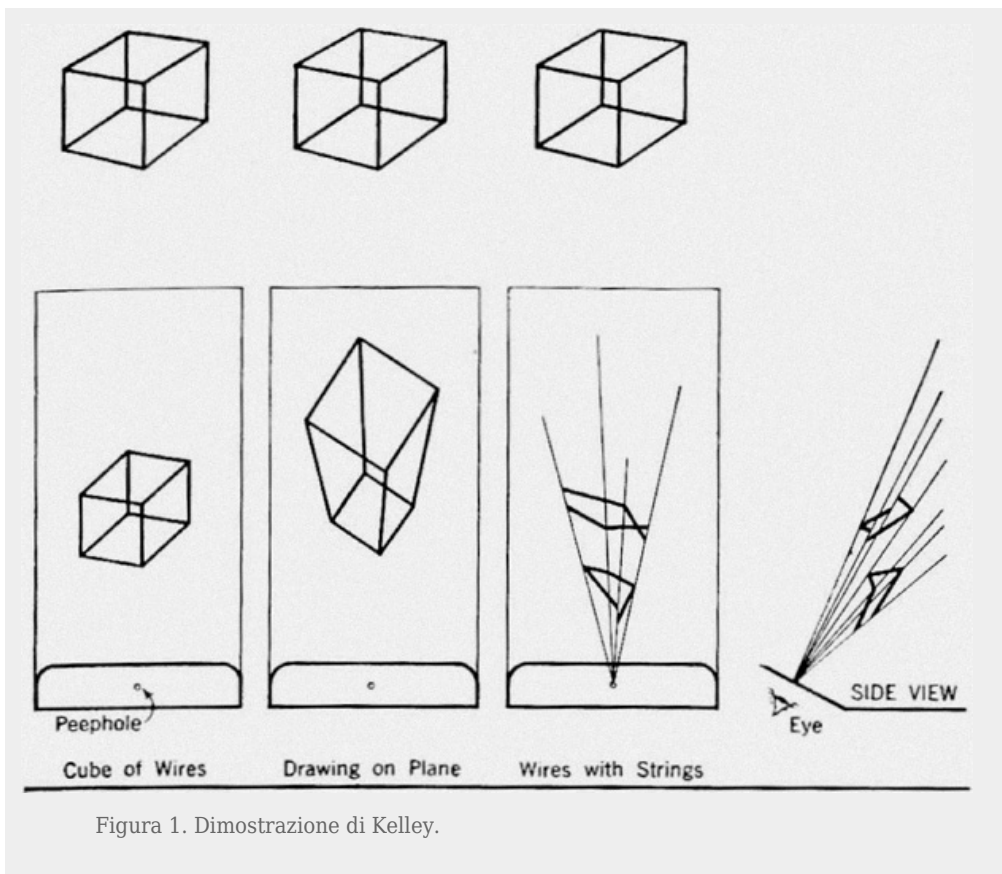


Figura 1. Dimostrazione di Kelley.

Ebbene, in tutti i tre i casi, dal foro si vede un cubo. Questo porta Kelley a concludere che:

Oggetti completamente diversi hanno dunque prodotto la stessa impressione sulla retina e si sono risolti nelle medesime sensazioni. La sensazione non poteva venire dall'oggetto, dato che esso, in due casi, non era un cubo. *Non poteva nemmeno venire dal pattern retinico dato che il pattern non era un cubo. Il cubo non esiste se non perché lo chiamiamo un cubo* [queste due frasi riportate in corsivo risultano omesse nella traduzione italiana, ndr]. Dunque, quella sensazione proveniva non dall'oggetto, ma da noi (2007, p. 49).

Egli usa un espediente che, nel linguaggio tecnico della psicologia della visione, si chiama "foro di riduzione". Il foro di riduzione permette di isolare una parte del campo visivo. Tant'è che, nell'esempio di Kelley, i tre oggetti sul foro di riduzione appaiono tutti tre cubi, appunto perché sono percepiti "in riduzione": le immagini retiniche dell'osservatore, nei tre casi, non sono dovute agli oggetti cubi che stanno dietro lo schermo, sono dovute alle immagini presenti sul foro di riduzione, che sono nei tre casi identiche: un cubo che si articola tridimensionalmente nello spazio pittorico. Dimodoché l'osservatore non può constatare che i cubi percepiti siano oggetti diversi perché, a causa dell'espediente stesso, può solo vedere tre immagini uguali. All'affermazione di

Kelley secondo cui “la sensazione non poteva venire dall’oggetto, dato che esso, in due casi, non era un cubo” si deve quindi replicare che la sensazione non poteva venire dall’oggetto, dato che esso non era più sotto osservazione.

Nella logica della sua dimostrazione, lo schermo di riduzione è inoltre del tutto inutile. Kelley poteva infatti più facilmente ricorrere all’evidenza che l’oggetto distale (nella dimostrazione, i tre cubi tridimensionali) è sempre ridotto, nella proiezione retinica, a due dimensioni, perché la retina è una superficie bidimensionale, come egli poteva anche ricorrere a numerosi altri fatti: che l’immagine retinica è capovolta per effetto del cristallino; che è curva, perché la superficie retinica è concava; che è doppia, perché gli occhi sono due; ecc. A dispetto di questi fatti, che attestano l’adattamento della stimolazione alle caratteristiche morfologiche della retina, l’osservatore percepisce sempre un cubo tridimensionale. Da questa più semplice premessa, Kelley avrebbe potuto dedurre che la tridimensionalità dei cubi non è percepita direttamente dallo stimolo distale perché la mediazione retinica, stadio fisiologico da cui si costituiscono le sensazioni, trasforma l’informazione visiva in due dimensioni. Bastava insomma prendere come riferimento il fenomeno delle costanze percettive o il cosiddetto “errore dell’esperienza”.

Negli anni quaranta si potevano trovare numerosi volumi di psicologia sperimentale che discutevano il tema delle costanze percettive. Un riferimento, particolarmente autorevole, è la *Gestalt Psychology* di Wolfgang Köhler, la cui prima edizione risale al 1929 (la seconda è del 1947). Questo riferimento è assai significativo perché nel 1929 lo stesso Köhler venne invitato da Hannes Meyer (subentrato a Gropius, nel marzo dello stesso anno, alla direzione della Bauhaus) a tenere una conferenza al Bauhaus (Wingler, 1962). L’importanza di questo legame tra la psicologia della *Gestalt* e il Bauhaus sarà ripresa nelle conclusioni, per lasciare spazio adesso all’evidenza che il dato percepito non coincide con l’immagine retinica. Questa evidenza è data dalla cosiddetta costanza percettiva, a prescindere da un’eventuale spiegazione del fenomeno stesso. Si consideri l’esempio della costanza di forma (ma eguale forza dimostrativa avrebbero gli esempi con la costanza di colore, di grandezza, ecc.): se osserviamo un libro di forma rettangolare, giacente dinanzi a noi sul piano fronto-parallelo, la proiezione retinica è (con una certa approssimazione) un rettangolo e la percezione è di un libro a forma rettangolare. Se però incliniamo il libro in profondità, la proiezione retinica sarà (con una certa approssimazione) un trapezio eppure continueremo a percepire un volume di forma rettangolare, inclinato nello spazio (vedi Fig. 2). In altri termini, la percezione non coincide con la stimolazione prossimale della retina, non coincide con la sensazione. In secondo luogo, sin dagli ultimi anni venti si parlava di “errore dell’esperienza”, così coniato proprio da Köhler (1929-1947). Lo psicologo gestaltista chiarisce che è un errore attribuire all’immagine retinica ciò che è proprio dell’esperienza fenomenica. Infatti sulla retina, propriamente parlando, non c’è alcuna immagine. Sulla retina ci sono soltanto singoli e isolati recettori più o meno attivati. L’immagine è un’entità, a un diverso grado di complessità, non riducibile ai singoli elementi del mosaico retinico. Sicché l’affermazione di Kelley, che il cubo “non poteva nemmeno venire dal *pattern* retinico, dato che il *pattern* non era un cubo”, è vera in tutti i casi in cui c’è stimolazione retinica. Lo stadio fisiologico retinico è del resto, come tutti gli altri stadi dello schema psicofisico assunto da Kelley (dalla stimolazione distale, alla mediazione ottica, alla retina, al corpo genicolato laterale, alla corteccia, al percolato) sempre una condizione sufficiente ma non

necessaria all'esito percettivo (Bozzi, 1989). Ma Kelley, con la non necessarietà degli stadi dello schema psicofisico per avere percezione di un fatto, esclude il fatto ontologico: egli afferma che il cubo "non esiste", entrando in contraddizione. Se infatti Kelley afferma che non si può vedere il cubo distale tridimensionale perché l'osservatore dispone esclusivamente della visione bidimensionale dalla proiezione retinica (o comunque dal foro di riduzione) allora non può assumere che il cubo distale sia tridimensionale, perché per affermarlo bisogna appunto vederlo, e siccome lui sostiene che non vederlo si può, la dimostrazione cade.

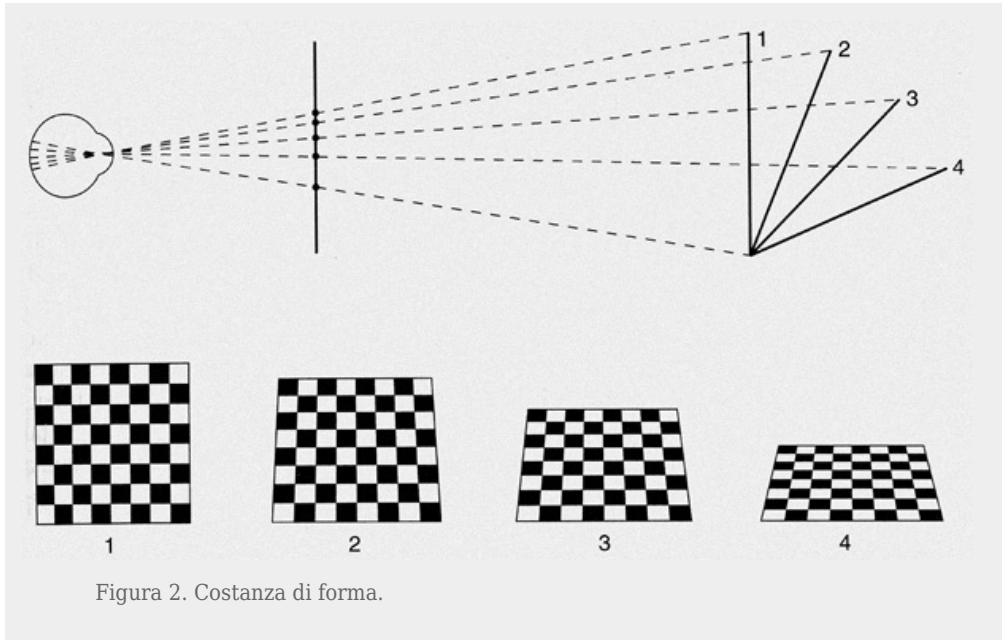


Figura 2. Costanza di forma.

In ogni caso, forte della sua dimostrazione, Kelley conclude così il ragionamento: "dunque, quella sensazione proveniva non dall'oggetto, ma da noi. Proviene da esperienze precedenti" (2007, p. 49).

Purtroppo, anche l'ipotesi che l'esperienza passata possa determinare il dato percettivo (che Kelley qui chiama "sensazione") è un'opzione teorica notoriamente discutibile nella misura in cui non è possibile giustificare una prima esperienza. Meno che meno è logicamente derivabile dalla dimostrazione stessa, se non come falsa causa. L'intera argomentazione di Kelley, con tutte le sue debolezze epistemologiche, è assunta da Gropius, il quale riporta, nella chiusa del paragrafo, riferendosi alla percezione di un bambino, la propria teoria stadiale della percezione: "quella che è all'inizio una mera immagine riflessa sulla retina, assume poi, nella successiva esperienza vitale, un significato simbolico" (2007, p. 49).

Il postulato, ribadito anche successivamente nel testo da Gropius, che la percezione visiva della profondità si struttura sulla base dell'esperienza tattile, deriva dalla teoria di Georg Berkeley e ha un importante sviluppo in Piaget (1937). A partire dagli anni sessanta, però, in particolare grazie alle ricerche di Gibson (1966), questo postulato è stato dimostrato inconsistente. Non è qui la sede per entrare nel merito delle ricerche

attuali che anzi esibiscono solide prove sperimentali a favore di un sistema percettivo già strutturato nei bambini appena nati, capaci di percepire le leggi dell'organizzazione gestaltica o delle ricerche sui pulcini che dimostrano una capacità di riconoscere il genitore gallina mediante una semplice invariante, ovvero una dozzina di punti luminosi in movimento. Tutto questo va detto senza nemmeno voler entrare nell'annosa discussione storica sull'innatismo *versus* l'empirismo. Più semplicemente, i risultati delle più recenti ricerche sperimentali non permettono oggi di affermare che i significati propri della percezione visiva, a meno che non si tratti ovviamente di acquisizioni extra-percettive, di tipo convenzionale, siano dovuti *tout court* a un'evoluzione ontogenetica. Per avere la disponibilità di queste ricerche bisognava però aspettare gli anni sessanta. Per Gropius invece, che scriveva due decenni prima, il soggetto percipiente "vede" in prima istanza l'immagine retinica e, in un successivo stadio evolutivo, arricchisce il mero dato sensoriale con un'aggiunta di significati simbolici. L'aggiunta è per forza un contributo dell'esperienza in termini di *Erfahrung*, ossia di integrazioni conoscitive che hanno, con ogni evidenza, una portata culturale, convenzionale. L'arricchimento successivo sarebbe dunque l'apporto di una conoscenza intellettuale soggettiva contrapposta a quella sensoriale.

Di seguito, l'architetto tedesco presenta un secondo asse della sua teoria della percezione, una topica in cui sono polarizzate l'inconscio (*subconscious reactions*, va detto però che i suoi esempi trattano perlopiù di reazioni riflesse) e la conoscenza intellettuale (*intellectual knowledge*). A differenza di questa, l'inconscio dà una risposta determinata ed è impermeabile alla valutazione critica.

Nel seguente sottocapitolo, intitolato *Design education*, Gropius individua uno spazio teorico per le due dimensioni realtà-illusione e conscio-inconscio che rappresenta il luogo della scaturigine creativa. Senza tuttavia entrare nel merito della dinamica creativa, egli espone alcune perspicue riflessioni mosse dall'esigenza pratica dell'educatore. In questi passi emerge tutta la sua raffinata disposizione pratico-artistica nei confronti dell'empiria e si ha, nel testo, una vera e propria svolta fenomenologica che vale la pena di riportare per esteso, con puntuale commento:

I poteri subconsci o intuitivi di un individuo appartengono esclusivamente a lui. È dunque del tutto futile, per chi educa a comporre [*design*], proiettare nella mente dell'allievo le proprie sensazioni soggettive. Tutto ciò che egli può fare è condurre il suo insegnamento sulla base della realtà, dei fatti obiettivi [*objective*], comune proprietà di tutti gli uomini (2007, p. 50).

Riprendendo le assunzioni di apertura, Gropius ribadisce la necessità di escludere l'imperscrutabile sfera della soggettività dalla prospettiva educativa e di rivolgersi invece sul dato pubblico, su quell'esperienza percettiva esterna al vissuto privato che è base comune e condivisa con gli altri osservatori, e su cui si stabilisce intersoggettivamente l'oggettività del mondo osservabile. E continua:

Ma la distinzione tra realtà e illusione richiede una mente aperta, non influenzata da residui di conoscenza intellettuale. Tommaso d'Aquino ha detto: "Devo svuotare la mia anima affinché possa entrarvi Dio". Questo vuoto, questa disponibilità senza pregiudizi è la condizione della concezione creativa (2007, p. 50).

La bellissima citazione di Tommaso d'Aquino è un programma fenomenologico. Il vuoto, in cui dovrebbe entrare Dio - Dio che qui evidentemente sta per il salto creativo - è di fatto un'erudita enunciazione dell'*epoché* husserliana. Si noterebbe pertanto un

ridimensionamento del contributo di quella conoscenza intellettuale, contrapposta a quella sensoriale, ottenuta, come si diceva sopra, nell'evoluzione ontogenetica. E che Gropius si riferisca proprio all'osservazione, epurando i pregiudizi del sapere acquisito e ritornare alle "cose stesse", per usare la dizione di Husserl, sta letteralmente nel prosieguo:

Il compito preliminare di un insegnante di composizione [*design*] deve consistere nel liberare l'allievo da ogni inibizione intellettuale [...]. Deve dunque guidarlo nel progressivo sradicamento di pregiudizi tenaci, preservarlo da cadere nella pura imitazione, aiutandolo a trovare un denominatore espressivo comune che sorga dalla sua stessa osservazione, dalla sua stessa esperienza (2007, p. 50).

Lo studente liberato da ogni "inibizione intellettuale", cioè neutralizzando la conoscenza intellettuale acquisita, deve trovare un "denominatore espressivo comune che sorga dalla sua stessa osservazione, dalla sua stessa esperienza", deve cioè cogliere la realtà nel suo proprio darsi. Quel "sua stessa", riferito allo studente, potrebbe indurre a credere che Gropius non riesca a liberarsi della dimensione soggettiva. Ma il passaggio dopo elimina anche questo sospetto: "Se la composizione [*design*] è uno specifico linguaggio di comunicazione per esprimere sensazioni subconscie, deve possedere le proprie norme fondamentali di scala, di forma, di colore" (2007, p. 50).

Nella misura in cui il design è qui definito come uno specifico linguaggio di comunicazione, deve per forza basarsi su una base comune che rende possibile la condivisione tra chi emette il messaggio (il designer) e chi lo riceve (il destinatario). Questa base comune, espressa attraverso messaggi percettivi, che "legano l'uomo molto più strettamente delle parole" (2007, p. 50), consiste di norme, e un piano legale è infine esplicitato: "Chi compone [*the designer*] deve imparare a vedere, deve conoscere gli effetti delle illusioni ottiche, le influenze psicologiche dell'ombra, dei colori, delle tessiture edilizie; deve conoscere gli effetti di contrasto, di direzione, di tensione e di riposo" (2007, p. 50).

Tutti questi esempi riguardano effetti o leggi percettive intersoggettive. A partire dalle illusioni cosiddette "ottico-geometriche", che nonostante siano per definizione un'antinomia tra la descrizione fisico-misurativa e la descrizione data nell'esperienza immediata, si mantengono, nel loro effetto illusorio, del tutto stabili e intersoggettive, per arrivare agli effetti dell'ombra, delle leggi fenomenologiche sulla percezione dei colori, della tessitura, del contrasto, ecc., Gropius attesta un piano percettivo *iuxta propria principia* e si stacca del tutto dalla teoria *New look* dovendo, del resto, egli accettare, da designer, che nell'empiria non si trovano solo vaghi spunti per speculazioni filosofiche, ma anche vincoli percettivi stabili e irrispettosi delle volontà, delle credenze e delle voglie dell'osservatore.

Bisogna certo aggiungere almeno altri due rilevanti addentellati teorici che hanno indotto un certo fenomenologismo in Gropius. Il primo è l'influenza della "pura visibilità", su cui ha già ampiamente precisato Argan (1951), evidenziando come il pensiero di Konrad Fiedler si muovesse propriamente lungo la linea fenomenologica. Il secondo addentellato è l'influsso del movimento *De Stijl*. A tal proposito, Argan (1951), in rapporto a Piet Mondrian, giunge ad attribuire alla teoria della *Gestalt* un ufficio alquanto impegnativo: "quella sperimentazione sui rapporti tra percezione, spazio e forma rappresentava un contributo importante alla *Gestaltstheorie* che Gropius veniva elaborando come teoria stessa dell'architettura" (p. 78).

Nonostante tutte queste significative corrispondenze, sarebbe però sbagliato spingere l'interpretazione del testo al di là del legittimo, identificando completamente Gropius con la fenomenologia gestaltista. Per quest'ultima, il piano percettivo ha, proprio in quanto fenomenologia, una rilevanza ontologica e concerne la sfera della percezione esterna. Per Gropius invece l'opzione ontologica può essere limitata alla definizione fenomenistica e la sfera esperienziale è pur sempre dettata dalla sfera interna al soggetto, è una psicologia "con l'anima", "*Keine Gestalt ohne Gestalter*" (1930, p. 17), come diceva William Stern. È dunque uno psicologismo che ammette la convergenza intersoggettiva solo per la similarità dei sistemi mentali tra individui. Qui sta la differenza con la psicologia della *Gestalt* dovuta a numerose derivazioni, forse anche dall'influenza machiana rinforzata dallo stretto rapporto con László Moholy-Nagy, sicuramente dai contatti con la Scuola di Lipsia di Felix Krueger.

Da questa svolta fenomenologica in poi, tranne la lunga parentesi di tono scolastico sulla fisiologia della visione, il testo di Gropius riflette le intuizioni di un architetto che si serve degli osservabili per scopi concreti e non per debiti contratti con teorie promettenti ma poco fondate. In questa veste, sotto la dettatura dei vincoli della concreta realizzazione, il Nostro colleziona rimarchevoli intuizioni sulle qualità espressive, sugli effetti illusori in architettura, sul rapporto ecologico organismo-ambiente, ecc. È piena di significato, anzitutto, l'esigenza di definire in modo non fumoso gli effetti dell'espressività: "Espressioni vaghe come 'l'atmosfera di un edificio' oppure 'il calore di una stanza' vanno definite con precisione, e in termini specifici" (2007, p. 50).

Sull'annoso tema dei colori, che possono essere "dolci o aggressivi", delle forme, che possono essere "eccitanti o distensive", ecc. (Gropius riporta un fitto elenco di effetti dalle pagine di un articolo di un designer newyorchese in cui, per la verità, non si distingue la percezione delle qualità espressive dagli effetti delle qualità espressive sul soggetto percipiente), una base scientifica la si poteva trovare sia nella teoria gestaltista berlinese di Köhler (1947) sia nella teoria di lipsiana di Klages (1921). Seppure ancora molto lontane da uno sviluppo teorico più sistematico e sperimentalmente evoluto (cfr. Sinico, 2012), i due riferimenti rappresentavano già negli anni trenta uno strumento concettuale solido per gestire l'affascinante tema delle qualità espressive in termini scientifici.

Non meno significative sono le considerazioni di Gropius sulla composizione e sulla scala umana, ossia "l'unità di misura quando percepiamo il nostro ambiente esterno" (2007, p. 57). Una definizione che ha un relevantissimo peso nel confronto critico con la psicologia sperimentale del Novecento. Negli anni sessanta, infatti, la ridefinizione dell'ambiente percettivo ha dato luogo alla rivoluzione ecologica di James J. Gibson (1979) che ha spaccato in due il paradigma cognitivo, differenziandosi dalla teoria modularista, e ha rinnovato la scienza della visione introducendo un'ottica sistemica in cui il mondo esterno non è più meramente definito in termini fisici ma mediante una metrica ecologica. Siamo dunque proprio alle intuizioni avanti lettera di Gropius.

Mantenendo la promessa stabilita all'inizio con il lettore, Gropius dà, nella chiusa, risposta alla domanda (retorica) del titolo: *Is There a Science of Design?*

L'immediatezza intuitiva, lo scatto di una mente creativa, è sempre indispensabile per creare un'arte profonda. Ma una chiave ottica assicurerebbe una base oggettiva come requisito preliminare per una comprensione generale e varrebbe come fattore di controllo all'interno dell'atto creativo (2007, p. 63).

La risposta è affermativa, nella misura in cui si assicura una base intersoggettiva che non permette solo la comprensione ma anche - e qui siamo alla più spinta concretezza scientifica - un controllo, che è l'avallo di un metodo sperimentale.

Quali conclusioni si possono allora trarre dall'insieme di questo esame? In primo luogo, Gropius, che pone come traguardo una scienza del design, oscilla tra una teoria che postula il contributo soggettivo nella percezione e la necessità di trovare una base comune intersoggettiva indipendente dal soggetto (tale deve essere il dato empirico per costituire un banco di prova per il controllo). Il supporto teorico della prima posizione, la dimostrazione di Kelley, si rivela inconsistente sul lato tecnico ma affine all'idea psicologica derivata dalla *Ganzheitspsychologie* di Krüger e del suo allievo, il conte Karlfried Graf Dürckheim che sin dai tempi di Gropius teneva lezioni alla Bauhaus. Per questi psicologi di Lipsia, la comprensione della struttura percettiva richiede di non fermarsi alla forma incontrata nell'esperienza fenomenica ma di risalire ai "sentimenti" (*Gefuehle*) del percipiente. Una teoria, quella di Krüger, dai contorni vaghi e dalla sostanza sfumata, mai giustificata epistemologicamente, che la storia della psicologia scientifica ha condannato all'oblio.

Una teoria alternativa, che avrebbe dato corpo all'obiettivo teorico di una scienza del design, era senz'altro la *Gestalttheorie*. Nel 1947 c'erano già in circolazione alcuni tra i principali volumi della Scuola berlinese e, soprattutto, la psicologia della *Gestalt* di Max Wertheimer godeva larga fama, rispetto, quando non perfino deferenza (e copiosamente usati nel *Linguaggio della visione* di Gyorgy Kepes (1944), libro che Gropius cita tra la bibliografia essenziale nell'ultimo paragrafo dell'articolo). Il fatto che Gropius si sia affidato, proprio per il tema della percezione, alla pedagogia di un Kelley e alla teoria degli psicologi di Lipsia, e non abbia invece sentito l'esigenza di verificare una più autorevole proposta concettuale della psicologia della percezione, porta a notare incidentalmente un ultimo nesso storico.

Stando a certe supposizioni (Wingler, 1962) il miglior allievo di Köhler, Karl Duncker, tenne nel 1929 una conferenza alla Bauhaus. Se ciò non fosse vero, perché non è supportato da alcun documento (Toccafondi, 2009), in ogni caso l'allora direttore della Scuola di Dessau, Hannes Meyer, aveva sicuramente invitato lo stesso Köhler. Mayer si era quindi rivolto alle massime autorità europee nel campo della scienza della percezione. Gropius, in uno scambio epistolare con Tomás Maldonado (1963), dopo aver rivendicato l'organizzazione delle lezioni del conte Dürckheim (oltreché di Wilhelm Ostwald) scrive: "Il principio di questi metodi [*metodi scientifici*] era già stabilito prima che Mayer si occupasse del Bauhaus, ma egli li precisò meglio" (1974, pp. 169-170).

Senza voler addentrarsi e nemmeno alludere ai delicatissimi rapporti personali tra studiosi che hanno caratterizzato la stagione vivace e tormentosa della Bauhaus (Wingler, 1962), si potrebbe riscontrare, in Gropius, una certa strettezza nel riferire l'apporto di Mayer. Si direbbe, infatti, per quel che concerne almeno la psicologia della percezione, che il contributo di Mayer non sia stato solo di ordine quantitativo, ma che, aprendo la Scuola, tra gli altri, alla psicologia della *Gestalt*, ad alcuni membri del cenacolo di Reichenbach e del circolo di Vienna, abbia inteso ingenerare un vero salto qualitativo di cambiamento metodologico: un contributo sedimentato nella cultura del design che oggi, nel sistema scientifico interconnesso, è una decisiva eredità culturale per la più coerente evoluzione disciplinare; e senza per questo dover sfilare nemmeno una sola foglia di alloro, per gli indubitabili meriti acquisiti, alla corona del suo predecessore.

Bibliografia

- Argan, G. C. (1951). *Walter Gropius e la Bauhaus*. Torino: Einaudi.
- Boring, E. G. (1950). *A History of Experimental Psychology*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Bozzi, P. (1989). *Fenomenologia sperimentale*. Bologna: il Mulino.
- Bruner, J. S. & Goodman, C. C. (1947). Value and need as organising factors in perception. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 42, 33-44.
- Gibson, J. J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton Mifflin. Trad. it. *Un approccio ecologico alla percezione visiva*. Bologna: il Mulino, 1999.
- Gropius, W. (1935). *The New Architecture and the Bauhaus*. London: Faber and Faber. Trad. it. *La nuova architettura e il Bauhaus*. Milano: Abscondita, 2004.
- Gropius, W. (1947). Is There a Science of Design? In *Scope of Total Architecture* (pp. 35-49). Trad. it. Esiste una scienza della composizione? In *Per un'architettura totale*. Milano: Abscondita, 2007.
- Gropius, W. (1963). Lettera a Tomás Maldonado del 24 novembre 1963. In T. Maldonado. *Avanguardia e razionalità* (pp. 168-172). Torino: Einaudi, 1973.
- Kanizsa, G. (1961). *Cosa si intende per percezione*. Atti 13° Convegno degli psicologi italiani. Firenze, pp. 23-28.
- Kelley, E. C. (1947). What is Absolute? In Denise D. Nessel (Ed.). *Awakening Young Minds: Perspectives on Education* (pp. 67-86). Cambridge: Mallor Books, 1997.
- Kepes, G. (1944). *Language of Vision*. Chicago: P. Theobald. Trad. it. *Il linguaggio della visione*. Bari: Dedalo, 1986.
- Klages, L. (1921). *Vom Wesen de Bewusstseins*. Leipzig: J. A. Barth.
- Köhler, W. (1929-1947). *Gestalt Psychology*. New York: Liveright. Trad. it. *La psicologia della Gestalt*. Milano: Feltrinelli, 1961.
- Krüger, F. (1953). *Zur Philosophie und Psychologie der Ganzheit, Schriften aus den Jahren 1918-1950*. Berlin: Springer.
- Lupfer, G. & Sigel, P. (2004). *Gropius*. Köln: Taschen.
- Piaget, J. (1937). *La construction du réel chez l'enfant*. Neuchâtel: Delachaux et Niestlé. Trad. it. *La costruzione del reale nel bambino*. Firenze: La Nuova Italia, 1973.
- Probst, H. & Schädlich, C. (1985-1986-1987). *Walter Gropius*. Berlin: Verlag für Bauwesen.
- Pylyshyn, Z. W. (1999). Is vision continuous with cognition? The case for cognitive impenetrability of visual perception. *Behavioral and Brain Sciences*, 22, 341-423.
- Raiola, E. O. (2011). Earl C. Kelley. Education for What Is Real. In T.E. Smith & C.E. Knapp (Eds). *Sourcebook of Experiential Education: Key Thinkers and Their Contributions* (pp. 180-185). New York: Taylor & Francis.
- Sinico, M. (2012). *Expressive Design*. Milano: Mimesis.
- Stern, W. (1930). *Studien zur Personwissenschaft*. Leipzig: Barth.
- Toccafondi, F. (2009). La scuola di Berlino e gli scritti teorici di Karl Duncker. In K. Duncker. *Coscienza e vita* (pp. 5-27). Firenze: Le Lettere.
- Wingler, H. M. (1962). *Das Bauhaus 1919-1933: Weimar, Dessau, Berlin*. Bramsche: Rasch. Trad. it. *Bauhaus. Weimar, Dessau Berlino, 1919-1933*. Milano: Feltrinelli, 1972.

LA CORNICE RITROVATA: AUREOLA V/S IPAD

Manlio Brusatin, Università Iuav di Venezia

PAROLE CHIAVE

Arti decorative e applicate, Pittura, Storia

Il tema della cornice ha avuto una trattazione piuttosto ampia (Simmel, Ortega y Gasset, Popper, Marin) sia nel concetto di definizione di un campo visivo razionale e necessario, sia nella limitazione di una realtà troppo individuata e prefissata. La cornice rotonda o quadrata riflette l'aureola dei Santi come simboli raggianti, rispetto ai criteri più definiti di cornice-telaio-struttura che serve a tenere in piedi una tavola o una tela come unica rappresentazione possibile. Ma da questo territorio di definizione o di ritaglio costruito della realtà, si ritorna ora a una cornice totalmente in espansione che può ignorare anche l'orizzontalità e la verticalità. Questa nuova cornice dà impressione di catturare il tutto ma forse lascia passare tutto, come raccogliere acqua con un setaccio. Il presente saggio parte dalla consacrazione dell'aureola e va verso la costruzione dello schermo elettronico fino al Tablet: la cornice lucida e oscura che cattura il mondo del visibile ma lo fa subito scomparire.

Nei discorsi di una sera si parlò a lungo di un topo di campagna che si era introdotto in casa ed era sempre riuscito a scappare. Nessun tentativo di una caccia spietata era riuscito a eliminarlo.

Per scherzo e per caso Paolo Fossati* disse: "Bisogna votarsi a quel santo"- indicando una cornice vuota, senza niente dentro, appesa alla parete del corridoio.

Tutti andarono a letto. In piena notte un colpo secco svegliò tutti ma ciascuno pensò a quei colpi improvvisi dei vecchi mobili che crepano.

Alla mattina i padroni di casa, con grande sorpresa, videro che la cornice si era staccata dal chiodo e aveva fatto secco il topo, nel preciso momento in cui era passato sotto.

Quella scena fece sì che tutti furono molto addolorati per la morte del topolino e la cornice miracolosa finì in soffitta.

Per qualche accidente, a un certo punto della vita, può accadere a qualcuno di non riconoscere più le facce dei propri "cari" o delle persone universalmente note. Può capitare lentamente per una malattia degenerativa, detta di Alzheimer-Perusini oppure istantaneamente per un incidente d'auto, la malattia più letale dei "secoli brevi".

La *prosopagnosia* porta a non riconoscere la faccia di una persona conosciuta: non solo non si riesce a darle un nome ma essa risulterà progressivamente del tutto indifferente.

Abbiamo provato quando uno specchio ci si para davanti all'improvviso, per qualche istante non ci riconosciamo, abbiamo addirittura un sussulto, tanto dubbia è la conoscenza della nostra persona rispetto al tempo e allo spazio che ci passano sopra.

I neurologi assicurano che la prosopagnosia è un danno che avviene grossomodo

nell'area occipitale, in buona misura irreversibile. Anche se per il funzionamento "modulare" del nostro cervello, non riconoscere i volti non significa per questo aver perso cognizione degli oggetti (Sacks, 1995; Damasio, 1994; Damasio, 1999; Kosslyn, 1983; Farah, 1990)[1]. Anzi possiamo dedurre che soggetti e oggetti hanno nel nostro cervello un posto differente, se possiamo ricordarci degli uni e dimenticare gli altri. Anzi partendo da questo deficit di mancato riconoscimento delle facce possiamo riuscire a ricordarci del volto delle persone attraverso gli oggetti che stanno loro intorno, come un colletto, un cappello, un orecchino o altri oggetti che fanno da cornice più vicina o lontana al volto vuoto che non riconosciamo. La voce e il tatto non sono strumenti "ciechi" al fine di un riconoscimento, ma devono entrare in azione diretta. In casi particolari la prosopagnosia può essere integrata dal ricordo e dalla riconoscibilità di un contesto di oggetti, in casi patologici più gravi invece si estende e si deposita progressivamente sopra l'oblio volontario del mondo che ci circonda. La memoria ci inganna, ma l'oblio allontana ogni inganno della memoria, con la memoria visiva stessa. (figura 1)

Una breve ricognizione paleoantropologica ci fa scoprire di aver *imparato a riconoscere* il volto umano dei nostri familiari e del nostro clan circa 150 mila anni fa, e questo viene considerato un passo fondamentale per la costruzione virtuosa dell'"uomo sociale" che riconosce nel volto, nello sguardo, nei gesti e nei primi suoni il richiamo di una identità simile a lui. Nel nostro genere umano il riconoscimento del volto dei nostri simili ha quindi circa 150 mila anni di anzianità, nel singolo soggetto umano invece dopo i 45 anni siamo esposti a un processo degenerativo che procede verso un'insensibile agnosia, allo spegnimento dell'individuazione sociale, dove il soggetto viene a perdere lentamente la propria cornice di riconoscimento.

Da questo singolare deficit di riconoscimento del volto che ha bisogno di un "inquadramento", partono alcune nostre riflessioni sulla cornice.

La cornice "del o nel quadro" è stato un argomento che ha suggerito ormai un'antologia di scritti di cui i principali capitoli sono quelli di Georg Simmel (1997 [1902]), di José Ortega y Gasset (1997 [1922]) e di Louis Marin (1993)[2]. Certamente la cornice di un quadro è una parte e un tutto, relativamente e contemporaneamente (Simmel) dove la pittura è evocata quasi da "un fondo", oppure è come un'isola, l'"isola dell'arte" che emerge e sale da un vuoto (Ortega y Gasset) oppure un *ri-quadro* che diventa un "indicatore" del quadro stesso, soprattutto con il ritratto dell'artista (Poussin, Autoritratto, Louvre) un quadro *del* quadro con la sua esatta e puntuale attaccaglia (*accrochage*) (Marin). Ma una cornice che agisce verso l'interno (Simmel) o verso l'esterno (Ortega y Gasset) è stata già percorsa da Baudelaire in *Le cadre*, come un isolamento "stranito ed estasiato"[3], come effettivamente sono le cornici barocchette dei quadri di Turner.

La cornice o il "mito della cornice" per Karl Popper è il limite entro al quale non può avvenire lo scambio, la comunicazione critica che è il vero arricchimento rispetto alla pluralità delle varie culture e ideologie. Stare all'interno della propria "cornice prigioniera", in troppe regole, con troppe convenzioni, ci può essere uno scambio facile appunto all'interno ma non produttivo né critico né risolvete. La cornice è quindi il contrario della "società aperta" (Popper, 1995, pp. 57-94).

In casi di questo genere si vede la cornice come un quadrato eccessivamente chiuso e carcerario (*bildrahmen* o *cadre*). Il termine tedesco (*rand-rahmen*) accanto alle lingue

slave (in russo *rama*), evoca un confine e un limite come l'orlo di un vaso, oltre al quale qualcosa trabocca e può andare perduto. *Cadre-encadrement*, rispetto a *bordure* che resta sempre un orlo che non può traboccare, ha una forma vincolata alla propria dimensione di superficie, perciò il quadro è diventato (*tableau*), anche perché il termine *passe-partout*, non è altro che un'altra cornice che si adatterà alla cornice prevista, rispetto a un quadro che può esserle indifferente per natura e dimensione. In questo senso quadro e cornice possono essere talmente indifferenti l'uno all'altro che dovendosi pronunciare su un'espressione d'arte che più che non conoscere non ci piace, possiamo dire con sufficienza: "meglio la cornice del quadro" mentre non diremmo "meglio il quadro della cornice" - che risulta un'ovvietà oppure un'ironia fin troppo critica, quando è la cornice che uccide il quadro.

Il termine *marco* (in castigliano: la cornice di Ortega y Gasset) dà un'indicazione che torna al concetto di "marchiare", soprattutto quando il marchio individui un'aura di qualità, di autenticità, di garanzia. Mentre la marchiatura a fuoco (*brand*) stabilisce prevalentemente un possesso, esercitato con un sigillo, qualunque esso sia. Ecco che la cornice è l'indice di una cosa posseduta che vale per accrescere valore al tutto, in quanto appartiene a qualcuno che vuole essere qualcuno. In arte il produttivo gioco di scambio di autore e possessore ha un rapporto misterioso ma anche molto semplice. L'etichetta sta di solito sulla cornice per identificare l'autore (spesso presunto), essendo posta dal possessore (o dal critico) che "nomina" qualcosa che "pensa" di possedere totalmente. Più tecnicamente il termine *frame* o *framework* (citato da Popper) propone una struttura-intelaiatura che ha quasi la funzione di rafforzare il telaio vero e proprio, come la tela tesa e inchiodata sopra una cornice irrigidita agli angoli con piccoli triangoli in legno. Anche per i pittori veneziani il quadro su tela, parlando soprattutto di quadri ad olio molto grandi, si chiamava *telero*, che suppone un rettangolo di legno sopra il quale viene stesa la tela ed è l'opposto della *tavola* su legno. Mentre la cornice vera e propria era chiamata *soaza*, il cui etimo ha a che fare con qualcosa che sta sopra anche come orlo, rilevato e decorato del piatto (in francese *suage*). Così del resto erano le teche preziose che proteggevano l'icona dipinta, come un astuccio laminato e traforato, lasciando intravedere alcune parti del tutto libere rispetto al altre del tutto chiuse. Ma qui il *telero* sta dietro come la *soaza* sta davanti, mentre il *quadro*, la superficie pittorica come una pelle sottile sta tra i due.

Il termine *cornice* (italiano) e *corniche* (francese) ci portano all'origine di un latino medievale corrotto *coronix*, comunque una dimensione rotonda come una corona d'oro, di ferro o di lauro che circonda il capo e il volto, e con un ulteriore coronamento può fasciare il collo e le spalle. La corona e l'incoronamento regale diventano simboli perfino troppo forti per una semplice cornice, ma in realtà sono esattamente questo.

Incoronamento e decorazione si descrivono *in tondo* in un soggetto di cui si indichi l'autorità e la dignità. La corona poi dirà anche di che dignità si tratta. Corona quindi e decorazione emulano, data la loro figura rotonda, un principio solare e luminoso, un corpo radiante. È come la materializzazione visibile per quanto impalpabile del fuoco-luce del sole, di una luce che scende e si espande al fine di ricongiungersi per via anagogica al principio della luce originario, ma concentrato o come filtrato dall'aureola o nimbo.

Quel cerchio raggianti, costruito e sospeso esclusivamente sopra il capo del Cristo, sembra si imponga non prima del III secolo, sostituendosi alla più decifrabile *clara*

nimbula (nimbo) che corona il capo degli imperatori accanto al simbolo della rossa Fenice, un aquilotto che resta l'anima incombusta delle dinastie imperiali accanto e oltre la cremazione del singolo imperatore nell'investitura del successore.

La corona raggiante riguarda esclusivamente il Cristo, con la sua conformazione di raggi, *aureola*, oggetto rotante e variabile ora a cerchio, a pentagono, anche a triangolo, sempre in una iscrizione circolare e solare, effetto di una luce che scende attraverso l'incarnazione del Cristo-dio, che si fa immagine e corpo. L'aureola, piccola aura, è una corona luminosa che diventa artisticamente un disco dorato e crociato, spesso caratterizzato dai colori degli elementi o dei sette pianeti, come l'azzurro, all'interno, che proietta il violetto verso l'esterno. La cornice uranica si contrapporrà frequentemente alla terrena corona di spine che incoronerà il presunto re dei Giudei, essendo l'una ragione dell'altra.

Via via l'aureola si diffonde e, durante tutto il IV secolo, circonda i quattro evangelisti e la Madonna, mentre durante il VI secolo si profonde sempre in segno di glorificazione e di apoteosi, per esempio, nei mosaici ravennati degli imperatori Giustiniano e Teodora. Questo segno è ancora negato a tutti i cortigiani ed ecclesiastici, per i quali è sancito, solo in alcuni casi, il nome trascritto a grandi caratteri.

Nella glorificante ed espansiva insegna della cornice rotonda dell'aureola, ci si interroga circa una sua frequente deformazione che diventa un segnale contrario alla rotondità e alla solarità celeste. La forma quadrata di un'aureola o nimbo appare nella storia della rappresentazione sacra all'inizio dell'VIII secolo per estinguersi nel XIII secolo.

Rileviamo oltre ai singoli studi interpretativi (Wilpert, Lauer, De Gruneisen, Jerphanion) alcuni elementi formalmente essenziali circa la sua apparizione e ostensione (Belting, 2001, pp. 108-109)[4]. Il "nimbo quadrato" mostra due aspetti in funzione iconografica. In primo luogo: a) appare nel periodo iconoclasta con una connotazione iconodula; b) incorona papi e anche imperatori o autorità ecclesiastiche viventi al momento della raffigurazione; c) si tratta quasi esclusivamente di rispettabili donatori, fondatori, benefattori (*ktétores*), amanti delle immagini e anti-iconoclasti.

Un secondo aspetto prevalentemente tecnico: a) L'aureola ha l'aspetto quadrato o rettangolo, ma mostra lo spessore prospettico di una tavoletta; b) ha una colorazione esclusivamente azzurra, talvolta verde, in alcuni casi porpora; c) scompare con l'affermarsi della rappresentazione prospettica.

In qualche modo il "nimbo quadrato" diventa la quadratura del cerchio della cornice in quanto collaborante alla santificazione in terra.

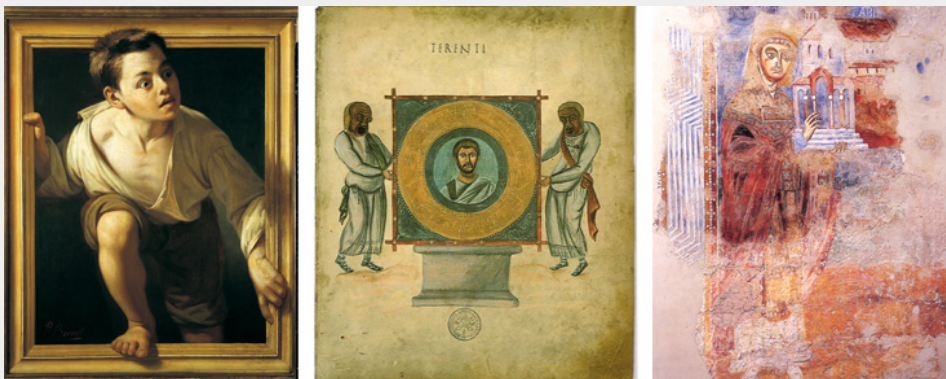


fig. 1 - Pere Borrel del Caso, *Fuga dalla Critica*, 1874. Madrid, Bank of Spain.
 fig. 2 - *Terenzio*, cod. lat. 3868, (fol. 2r), sec. IX. Roma, Biblioteca Apostolica Vaticana.
 fig. 3 - *L'abate Desiderio con il modello della chiesa*, sec. XI. Caserta, Sant'Angelo in Formis.

Un celebre esempio “laico” della chiusura quadrata di un medaglione rotondo (*imago clypeata*) è il frontespizio di un codice latino del giovane poeta Terenzio (ora alla Biblioteca Apostolica Vaticana), una copia fedele del IX secolo di un originale del V-VI secolo. Ciò che è interessante ai nostri fini, accanto all’aureo ritratto portato da due figure deformi in netto contrasto con l’immagine dell’*auctor*, è una cornice i cui legni a fusto di canna non si chiudono ad angolo, ma sopravanzano incrociandosi e oltrepassando il punto di unione (figura 2). Questa cornice-telaio diventa il mezzo di trasporto dell’immagine per una celebrazione: serviva infatti per collocarla sopra un piedistallo, affinché potesse essere più stabilmente ammirata, come era in uso fare, presso sette sincretiste, con i ritratti sacralizzati di Platone, Omero, Pitagora e anche Cristo (Bertelli, 1979).

Le interpretazioni possibili circa l’aureola quadrata si fondano sopra specifici aspetti tecnici del “ritratto riportato” che rappresentava la pratica di un ritratto “dal vero”, ritagliato e ricollocato e quindi “reincorniciato” nel nuovo contesto di un affresco (Wilpert, 1903), un’operazione di *camouflage* o di ritocco, praticamente come un moderno Photoshop. L’immagine del ritratto di un vivente, stimato e autorevole ancorché non santo, si diffonde in una pratica latina a favore dell’immagine rispetto all’iconoclastia bizantina (Lauer, 1907), allargando il popolo dei candidati a un diritto all’immagine, aspetto non trascurabile per un fondatore di una comunità o di una chiesa di impronta cristiano-democratica (figura 3). La coscienza materiale e gli aspetti tecnico-simbolici si intrecciano nell’opera di De Grüneisen (1911) a proposito del ritratto nella pratica egiziana e copta e nel suo “ritorno” simbolico in occidente e a Roma, confermando la sopravvivenza di una *tabula* in quanto inquadratura architettonica cioè di una “porta” che contorna il volto del defunto da vivo come stilema della tomba. Ritratti-tavoletta trattati a encausto (chiamati emblematicamente *carachteres*) sopravvivono in tutto l’alto medioevo con l’attenzione e la cura di far sopravvivere con il proprio ritratto, oltre la propria morte, esclusivamente un defunto titolato o un patrono[5].

In generale questi ritratti riguardano l'immagine (*clypeus*) che rispecchia evidentemente un ritratto da vivo con un contorno rotondo che può essere reinquadrato da una cornice quadrata o rettangolare. In quest'ultimo caso la figura richiama gli elementi di due portelle che si aprono sul davanti, ai lati del volto e lateralmente alla testa del soggetto (figura 4). Tra le diverse spiegazioni questi aspetti sono interpretabili come rudimento di un'assonometria in quanto paleo-prospettiva; non un vago geroglifico sepolcrale, ma nient'altro che un ritratto incorniciato da un "telaio ostensivo", cioè da una cornice con effetto prospettico: due ante di una porticina che si aprono da un interno verso l'esterno di chi guarda. Queste portelle rispecchiano gli elementi iconicamente residui di un coperchio e di una teca che tra il VIII e il IX secolo, racchiudono e conservano l'immagine sacra fin quasi a farla scomparire alla vista. Con la totale copertura d'oro l'icona si certifica come immagine sacra, per mostrarsi solo in particolari e rare occasioni. È per questo che la preziosità di questa teca viene a occultare totalmente l'immagine. Nel santuario di Saidnaya (Siria) dedicato alla madre di Dio, dovrebbe esistere ancora oggi il prototipo di un'immagine totalmente "protetta" e coperta d'oro che nessuno può vedere (e nessuno ha mai visto), pena la cecità per il sacrilego vedente (Bertelli, 1979). In realtà il successo del nimbo quadrato, con le sue ascendenze egizie e virtù iconofile va verso un'assoluta sparizione, quando si assiste alla rudimentale affermazione della prospettiva artistica.



fig. 4 - Mosaico di Papa Pasquale I, 817 ca. Roma, Basilica di Santa Prassede.
 fig. 5 - Vetrata, segno dell'Ariete, sec. XIII. Losanna, Cattedrale.
 fig. 6 - Simone Martini, *San Ludovico*, 1317. Napoli, Museo di Capodimonte.

Fra Tre e Quattrocento la cornice si amplia al punto da occupare lo spazio circostante del quadro, al quale le scene del polittico fanno riferimento, introiettando e moltiplicandosi nell'intorno. Le vetrate gotiche (figura 5) infatti si "infrangono" improvvisamente di fronte alla fortuna dell'affresco, che riesce sia ad animare il mondo delle figure sia ad "aprire" e illustrare pittoricamente gli spazi architettonici anche solo con la semplice raffigurazione di un cielo stellato sulle volte. È il momento in cui il manoscritto su pergamena, con le sue piccole finestre di lacca, oro e oltremare, cede lentamente al nero del libro a stampa aprendo il rotolo al comodo fascio rilegato di fogli e alle grazie dei caratteri.

Certo di fronte alla cornice-finestra prospettica di Piero della Francesca, di Alberti e Brunelleschi e alla sua origine euclidea, c'è ancora una solida resistenza della grande cornice riempita nel fondo di oro e lapislazzuli che vuole garantire e sostenere a tutti i costi il privilegio di quella immagine. Una teca aurea addirittura, come una complicata architettura lignea decorata quanto il quadro, diventa la tavola dipinta come una porta incorniciata, per appoggiarsi agli archetti inferiori che commentano e "sostengono" ad esempio il *San Ludovico* di Simone Martini (Napoli, Museo di Capodimonte) con uno sforzo di rappresentazione ancora incredibile, ma ormai alla fine (figura 6).

Sarà la *perspectiva artificialis* o artistica a segnare la fine della nobile cornice rotondo-quadrata che divinizza il volto e lo fa diventare santo. La cornice si materializza nella gabbia virtuale della prospettiva, guadagnando anche il ritratto sempre più collocato in uno spazio più o meno profondo. E l'immagine solare, fin troppo sfruttata di antropocrazia, diventa man mano il dominio della natura sull'uomo, e si presenta già in crisi nel quadrato e nel cerchio dell'uomo-Leonardo, lui stesso piuttosto scettico sulla prospettiva artificiale, ormai superata dalla sua "prospettiva dei perdimenti". Una attuale interpretazione attribuisce l'immagine dell'uomo vitruviano a un ritratto dello stesso Leonardo in età matura, senza barba com'era realmente, invece del tardivo ritratto senile di un Leonardo-filosofo, al quale lo costrinse un nefasto cambiamento di umore (e di salute).

La cornice *da rotonda a quadrata* accompagna come un'architettura i criteri della rappresentazione occidentale in cui effettivamente l'icona dichiara un passaggio dal sacro-tondo al profano-quadrato, ma dove il culto delle immagini si fa discorso per essere riportato dall'alto verso il basso, ma forse più in alto (e in largo). La cornice resta come l'architettura della pittura ampliandosi in vari generi successivi come nel quadraturismo, nel vedutismo e rovinismo.

In forma conclusiva, è interessante verificare come l'interesse storico-critico e filologico circa il nimbo quadrato e la cornice si sviluppi tra il primo e il secondo decennio del Novecento, contemporaneamente alle incursioni delle avanguardie artistiche. Futurismo, cubismo, Suprematismo e arte astratta infrangono l'iconografia del quadro tradizionale ma non la cornice che resta ora la linea di un taglio ora un territorio di occupazione, quasi un'invasione verso l'esterno o verso l'interno, quando ormai per la fotografia e il cinema l'inquadratura non è altro che un teorema da risolvere con l'occhio della camera fotografica o della macchina da presa. Le singole immagini e i ritratti di donne o uomini "fatali" hanno bisogno di un *passe-partout* che li re-inquadri oppure di uno schermo (*frame*) che li porti, il che diventa il loro modo di essere e di significare, il loro effetto-soggetto.

Soprattutto nell'analisi del grande schermo delle "care ombre" del cinema, Jacques Aumont (2001, pp. 108-111) distingue una "cornice-oggetto" (*cadre-objet*) da una "cornice-limite" (*cadre-limite*). La *cornice-oggetto* sottolinea e contiene la rappresentazione, diventa il quadro, mentre la *cornice-limite* dà all'immagine soprattutto cinematografica il senso del taglio necessario per la sua comprensione e "ricezione", il suo significato, separandola dal resto o congiungendola al testo, che sta fuori e verrà a sua volta inquadrato e raccontato (figura 7). Questo più che un limite è esattamente il rettangolo del fotogramma, che ha la sua cornice bucherellata, assolutamente orizzontale anche se arrotolato in verticale. Una piccola cornice assolutamente nera diventa il quadro virtuale costruito *dal* soggetto guardato *per* il soggetto che guarda, dove si

confondono i loro sogni e le loro pulsioni, come uno scenario “in proiezione”. Questo è in realtà il vero quadro illimitato del cinema, grazie ai suoi limiti. Infatti i due *cadre* danno una forma all’immagine e stabiliscono un formato visibile, narrativo, simbolico, ma anche trasportabile, comunicabile, vendibile. I termini invece di “centrato/acentrato” e anche di *cadrage/décadrage* danno l’idea di una definizione tra la messa a fuoco e lo sfocato che è un limite indeterminato dentro al quale l’immagine viene a disperdersi, a evaporare nei bollori delle mode e dei costumi. Ma questo è il cinema, la vera arte della (ri)producibilità.

Nel bordo bianco di una fotografia come nel taglio al vivo di un fotogramma, quella cornice che sembra scomparire come un fantasma diventa invece l’anima insostituibile, la possibile dimensione spaziale (anche invisibile) dell’immagine in quanto corpo dell’arte moltiplicata. Questo vale per l’inquadratura consacrata che sta al di sopra dell’immagine da catturare, ma anche per la bordura tutt’intorno, utile per il ritaglio componibile in altri tipi di montaggio, ritocco o *collage*. Queste operazioni diventano le esigenze di un ritratto che definisce il suo spazio e il suo luogo attraverso il ritrovamento del soggetto, nella sua riproposizione rispetto all’immagine smarrita e destinata a sparire dell’uomo massa che riprende individualmente la sua piccola aureola quasi per giocare col cerchiello. Ora ogni piccolo fotografo riesce a fare una bella fotografia come ogni grande artista può fare un brutto quadro (figura 8). Nell’epoca della riproducibilità dell’arte un quadro apparentemente vuoto può diventare “pieno” e assoluto grazie ad una nuova cornice che non è più una cornice.



fig. 7 - Giuseppe Novello, *L'inutile sorriso dei tagliati fuori*, in *Il signore di buona famiglia*. Mondadori, Milano 1958.

fig. 8 - Umberto Martina, *Studio di nudo in cornice*. Venezia, Casa dei Tre Oci, archivio Zannier.

fig. 9 - Kasimir Malevič, *Quadrato nero su fondo bianco*, 1915.

Il quadro di *Quadrato nero [su fondo bianco]* (1915), quasi nuova icona, è una cornice riempita di un vuoto parlante, nient’altro che polvere carboniosa aderente, quadro che ha scoperto un’anima inconscia soltanto quando il nero ha aperto le sue crepe come il tessuto nervoso “dipinto” da Golgi e Cajal (1906). Un quadro con cornice bianca si stampa su di un quadro nero come anima e corpo, memoria e oblio, trama e ordito di un tessuto di neuroni e assoni. (figura 9)

La cornice poi, paradossalmente, è come annullata con Pollock, (che in russo vuol dire

pavimento), ma rinasce con Rothko che dipinge con il colore una guerra fredda all'immagine Pop.

Il disegno dei fumetti di Walt Disney ritrova l'aureola come il momento di stupore ironico rispetto a ciò che è stato sottratto, rubato, non solo che manca ma che "ci manca". Il dramma moderno della cornice è che la cornice "disoccupata" rivela più di ogni altra cosa l'assenza (lasciata) dalla pittura. È una mancanza che l'animazione colorata del *cartoon*, dei *writer*, del mosaico del web cercano di rimpiazzare nella sua sparizione, perché "l'assenza si vede e la mancanza si sente" (Scarpa, 2000, pp. 159-163). (figura 10)



fig. 10 - Joys, *La catena impossibile*, 2007 ca. Padova Arcella.

L'uso più divertente e paradossale di una cornice è infine il telaio a rovescio di una tela senza tela, in un Picasso che supera ogni *drôlerie* e *trompe-l'oeil* secentesca dei quadri a rovescio (Paris, Musée Picasso). Si tratta di una botola-vasca ma forse di una finestrella carceraria dalla quale una *Baigneuse* (1930) di un paese alieno cerca di farsi inquadrare - come un'arte deformata che si affaccia attraverso il vetro più o meno liquido di uno schermo. Ciò che sembra tranquillamente contemplare un altro lavoro di Picasso di una *Donna in un interno* che guarda non più uno specchio qualsiasi ma lo specchio magico&telematico. (figure 11-12)



figg. 11-12 - Pablo Picasso, *Baigneuse*, 1930 e *Donna in un interno*, 1925-30 ca. Parigi, Musée Picasso.

fig. 13 - iPad, 2010 con inserimento di Jan Breughel, *Sorcio con le rose*, 1605. Milano, Biblioteca Ambrosiana.

La “cornice digitale” del web, torna a essere un’aureola semplicemente rettangolare che contempliamo nell’assoluto del suo spegnimento e della sua esplosiva accensione, come la nascita di una supernova. In più il modello dell’*aureola quadrata* si configura ancora nella sua venerazione incontestabile e nel suo desiderio di infinito. L’iPad (appare nel 2010 e mentre parliamo è alla quarta edizione) è una “cornice-ritrovata” e molto più di una tavoletta (*tablet*): una cornice/telaio sulla quale è tesa, più e meglio di una tela, una superficie liquida (Sironi, 2012). Non staremo qui considerare come si ottiene materialmente con le terre rare (gallio e indio) quella superficie levigata meglio di una lacca cinese. Si aprirebbe un inferno in mezzo a una popolazione di lavoratrici cinesi che impazzisce né più né meno come la classe di operaie al tempo di Marx-Engels, perché non regge al ritmo selvaggio dei turni di produzione non solo ma anche per aggiornare in tempo tutte quelle modificazioni e aggiustamenti di cui ha bisogno un oggetto industriale che non è mai perfetto: soprattutto perché più si aggiungono elementi di perfezionamento (tra tech e design) per inseguire unilateralmente gusto e innovazione più si aprono altri “effetti collaterali”, non previsti ancorché prevedibili. L’oggetto anonimo/ma non anonimo si esalta da solo al ritmo frenetico del *touch* (ascoltare/vedere *Touch me* in *Rocky Horror Picture Show*, 1973-75)[6] con la sua orizzontalità e verticalità in gioco d’alternanza anche a testa in giù. La cornice vera dell’iPad dagli angoli smussati è di 20x15cm, ma è qui che il suo *non* ornamento ri-diventa un delitto: lo spessore di 1,34 cm è infatti miracoloso per poter contenere tutto quello che c’è, ma se cade in terra tutto svanisce come lo specchio di Cenerentola. Anche per l’esaurirsi della vita della batteria bisognerà ricorrere a quegli artigiani riparatori che son fuggiti dall’inferno delle fabbriche cinesi trafugando dei piccoli segreti e tenendoli per sé per sopravvivere. Una compensazione naturale, e non servirà aspettare il deserto della discarica di tavolette perché il debito sociale e i “costi umani” (*human costs*) si estinguano e gli aventi diritto al risarcimento - direbbe Keynes - siano tutti morti (figura 13).

Ci si può riservare un discorso “oltre la rottamazione” perché questi oggetti si mostrano assolutamente incapaci di invecchiare bene e il loro ciclo vitale (*life cycle*) appare quasi rovesciato su se stesso, come le cordicelle Quipu o le tavolette di Ebla che, tutto sommato, sono solo degli indifferenti registri contabili.

* Questo testo vuole ricordare Paolo Fossati, interprete di un saggio inattuale quanto assolutamente anticipatore (Fossati, P. (1972). *Il design in Italia, 1945-1972*. Torino: Einaudi), con la temeraria considerazione che “il design è arte contemporanea”.

Bibliografia

- Aumont, J. (2001). *L'immagine* (2° ed.). Parigi: Nathan.
- Belting, H. (2001). *Il culto delle immagini* (B. Maj, Trad.). Roma: Carocci. (Pubblicato originariamente nel 1990).
- Bertelli, C. (1979). Grammatica della cornice. *Rassegna, numero monografico "Recinti"*, 33-40.
- Damasio, A. (1995). *L'errore di Cartesio*. (Trad.). Milano: Adelphi (Pubblicato originariamente nel 1994).
- Damasio, A. (1999). *Emozione e coscienza* (S. Frediani, Trad.). Milano: Adelphi.
- De Grüneisen, W. (1911). *Le portait: traditions hellenistiques et influences orientales*. Roma.
- Farah, M. J. (1990). *Visual Agnosia. Disorders of Object recognition and What They Tell us about Normal Vision*. Cambridge-Mass: MIT Press.
- Kosslyn, S. M. (1989). *Le immagini nella mente*. (G. Noferi, Trad.). Firenze: Giunti. (Pubblicato originariamente nel 1983).
- Lauer, J.-P. (1907). Observations sur l'origine et usage du nimbe rectangulaire. *Bulletin et Mémoires de la Société nat. des antiquaires de France, VII*, 55-71.
- Marin, L. (2001). *Della rappresentazione*. (L. Corrain, Trad.). Roma: Meltemi. (Pubblicato originariamente nel 1994).
- Ortega y Gasset, J. (1997 [1922]). Meditazione sulla cornice. In M. Mazzocut-Mis (a cura di). *I percorsi delle forme. I testi e le teorie* (pp. 208-228). Milano: Bruno Mondadori.
- Popper, K. R. (1995). *Il mito della cornice. Difesa della razionalità e della scienza*. (P. Palminiello, Trad.). Bologna: Il Mulino. (Pubblicato originariamente nel 1965)
- Sacks, O. (1995). *Un antropologo su Marte*. (I. Blum, Trad.). Milano: Adelphi.
- Scarpa, T. (2000). *Cos'è questo fracasso?*. Torino: Einaudi.
- Simmel, G. (1997 [1902]). La cornice del quadro. In M. Mazzocut-Mis (a cura di). *I percorsi delle forme. I testi e le teorie* (pp. 56-62). Milano: Bruno Mondadori.
- Sironi, M. (2012). *La pelle dell'iPad*. Disponibile presso <http://www.doppiozero.com/rubriche/360/201209/la-pelle-dell'ipad>.
- Wilpert, J. (1903). *La pittura delle catacombe cristiane*. (Trad.). Roma.

NOTE

1. La prosopagnosia talvolta associata a l'alessia, non è però necessariamente legata all'agnosia per gli oggetti, cioè gli individui riconoscono gli oggetti ma non il volto delle persone.↵
2. Su questi temi si vedano anche: Stoichita, V. I. (1998). *L'invenzione del quadro. Arte artefici, e artefici nella pittura europea*. (B. Sforza, Trad.). Milano: Il Saggiatore. (Pubblicato originariamente nel 1993); Lebensztejn, J.-C. (1987). A partir du cadre. In *Le cadre et le socle dans l'art di XX siècle* (p. 15). Dijon: Université de Bourgogne - Paris: Musée National d'Art Moderne.

Il saggio di Antonio Somaini, *La cornice e il problema dei margini della rappresentazione*, disponibile in www.lettere.unimi.it/~sf/leparole/duemila/ascom.htm, risulta una fra le riflessioni più acute sul tema della cornice, per quanto la mia lettura non sia in grado di inserirlo in maniera utile al mio discorso. Il saggio comunque si appoggia ai testi

consacrati di Simmel e di Ortega y Gasset e particolarmente di Louis Marin e all'“effetto indicatore”, come si è detto, esplicitato nell'effetto-soggetto, il che sembra piuttosto contrapposto al tema suggerito da Derrida di *par-ergon* (*La vérité en peinture*, 1978), che riferito alla cornice sta dentro&fuori “ni simplement dehors ni simplement dedans” dell'opera, pur contribuendo decostruttivamente, in qualche modo, non a negarla del tutto, ma a metterla in crisi. Non si può però confermare l'assoluta decostruzione di una cornice indipendentemente dalla sua costruzione. Una cornice è più iconofila o iconoclasta? Nella modernità possono essere entrambe le cose pur in rapporti diversi. Per le nostre considerazioni, è la cornice vuota che cerca un volto, soprattutto quando il volto della sindone-pittura è scomparso. La costruzione dell'arte non ha bisogno *stricto sensu* di una cornice ma di un telaio, solo nella sua fase ostensiva ha bisogno della cornice, ma come ogni *hors-d'oeuvre* è necessario configurarlo accanto al resto, come ogni piatto-pietanza è indifferente alla pentola ma non al menu o alla presentazione in tavola (ricezione). Il saggio di Somaini riafferma poi nel concetto di *bordure* (Gruppo μ , *Sémiotique et Réthorique du Cadre*, in *La part de l'oeil*, 5, 1989, pp.115-131) ma già presente di Baudelaire in *Le cadre* cit., un'uscita fuori dai confini della cornice, nel termini di un accostamento al teatro e alla musica, sulle quali arti non è facile pensare ad altro “incorniciamento” che non sia il teatro (in architettura) e lo strumento (in musica).↵

3. Su questo tema si veda il saggio di Roberto Calasso del 2008 *La folie Baudelaire* (Milano: Adelphi), in cui la cornice di Baudelaire (“Je ne sait quoi d'étrange et enchanté / en l'isolant de l'immense nature”), è il quadro anzi tutto il quadro, dentro al quale sta tutta Parigi “dove la cornice agisce sprigionando nel quadro stesso un'energia di cui altrimenti non si coglierebbe l'origine” (pp. 66-67).↵
4. Si vedano in particolare i passaggi del volume riguardanti la figura di Teodoto come promotore del culto delle immagini. Il saggio però non considera il tema dell'aureola e del nimbo.↵
5. Su questi argomenti di veda anche: de Jerphanion, G. (1913). *Le nimbe rectangulaire en Orient et en Occident. Études*, 134, 85-93. L'argomento del nimbo quadrato è stato affrontato da Maria Luisa Michieli Zanzotto nella sua tesi di laurea, che ho potuto ampiamente consultare (Michieli Zanzotto, M.L. (1958-1959). *Il problema del nimbo quadrato*. Padova: Università degli Studi).↵
6. Nel 2011 si sono festeggiati i trent'anni di proiezione del film *Rocky Horror Picture Show* (1975) al cinema *Mexico* di Milano.↵

STYLE OVER SUBSTANCE? THE RECEPTION OF ITALIAN DESIGN IN GREECE

Artemis Yagou, MHMK Macromedia University for Media and Communication, Munich

PAROLE CHIAVE

Design reception, Emotions, Greece, Italy, style

Transnational exchanges and influences are crucial in understanding design; this essay focuses specifically on the reception of Italian design in Greece. Italian design has had a steady and powerful influence on Greek design in the post-war period. In particular, the sensorial and emotional aspects of Italian design have been highly valued and exploited for commercial purposes. However, this paper argues that the reception of Italian design in Greece has been one-sided and superficial. Emotional aspects of Italian design have held a privileged and perhaps excessive role, while parameters of production, manufacturing quality and long-term strategy have been neglected or ignored. This situation may be treated as a missed opportunity for Greek design to learn and benefit from the Italian design scene.

1. Italian design in context

Contemporary Italian design is directly related to early manifestations of Italian craftsmanship, going back to the humanistic phenomenon of the Renaissance artist's studio. The tradition of producing objects of the highest quality is deeply ingrained in both the Italian North and South, with every region specializing in different materials such as clay, porcelain, glass, marble, leather, cloth, wood, metal, and so on (Mendini, 2005, p. 10). Great importance is assigned to the manufacturing aspects, and craftsmanship is particularly valued (Mendini, 2005, p. 13). Furthermore, Italian design is highly sensual: it pays great attention to the emotive and spectacular aspects of products, thus aiming to achieve a hedonistic provocation.

The developments of Italian design after the Second World War have been formative to its current state and status^[1]. Following the war, the need for Italian producers to export goods became the major force behind the country's manufacturing policy, determining not only the goods produced, but also their appearance and price (Sparke, 1990). That period witnessed a shift of emphasis from design needs to issues of status and stylishness, and a boost of private consumption. This shift partially loosened the links with the functionality and the social idealism that formerly underpinned Italian design. Products began to demonstrate a new expressiveness, sensuousness and individualism. They gradually became a subject more for the glossy magazines aimed at international markets than a genuine consumption possibility for the majority of the population (Sparke, 1990, p. 185; Sparke, 1995, p. 163).

The formative role of U.S. intervention in post-war Italian reconstruction has been acknowledged in design-historical scholarship (Sparke, 1990, p. 191; Doordan, 1995).

By establishing the Marshall Plan, the United States assisted Italy and other European countries to recover from the devastating physical ravages of the war. At the same time, this support escalated into a major campaign to reconfigure the essential structure of Italian political, economic and civil culture. The rationale of U.S. aid programs to Italy in particular and Western Europe in general in the 1940s and 1950s was to encourage the development of markets and increase the production of all kinds of consumer goods. Within this context, design was seen as a tool that could be employed to foster consumption through the development of new markets and the expansion or renewal of existing markets (Doordan, 1995). Design was increasingly promoted in its most extravagant and stylish forms by manufacturers and magazines alike (Sparke, 1990, p. 190). Domestic items turned into fetishized commodities and there was a growing emphasis on the isolated object, which became aestheticized and decontextualized. For many products, little attempt was made to place them in any context other than that of fine arts (Sparke, 1990, p. 191).

The stylistic extravagance of much post-war Italian design should not distract from the achievements realized from a manufacturing point of view. In fact, many of these extravagancies were technically possible exactly because of the attention paid to craftsmanship and manufacturing. Companies associated with the production of luxury items assigned great importance to the technical aspects of their products. For example, firms like Cassina, Pirelli or Alessi have been highly active in the advanced use of common materials, in the development of new materials, and in the negotiation of craft and mass-production processes. Furthermore, companies tended to reach an optimum size and to specialize in only one advanced technological process (Sparke, 1990, p. 198)[2]. Perhaps the most significant feature of the Italian design industry from a manufacturing and organizational point of view was its industrial dualism, in other words the successful mixture of craft and high technology which has characterized Italian production throughout the 20th century. It was exactly this peculiarly Italian solution of combining small-scale manufacturing with a progressive attitude that marked the country out on the international design map in the post-war years (Sparke, 1995, p. 164). Additionally, despite the rise of consumerism and the glorification of style, design produced in Italy across the post-war decades has demonstrated sensitivity towards social issues. In the first post-war generation of master designers, the euphoria of reconstruction was combined with a view to making quality available to the wider masses (Mendini, 2005, p. 14). Such a view of a socially-oriented Italian design has been however strongly contested: it has been claimed that Italian designers, already since the 1950s and 1960s, have become the pawns of manufacturing industry and have found themselves operating within a limited sphere in which they could only talk to themselves (Sparke, 1990, p. 202). Despite such criticism, it is arguable that alternative trends expressed by design groups Superstudio, Memphis and Studio Alchymia have injected contemporary design with much needed radical content, before they were themselves assimilated into the commercial mainstream.

In more recent years, Italian design and design discourse have been characterised by increased complexity and consideration of regional, environmental and other issues, as, for example, expressed by the DESIS network for social innovation and sustainability and various other initiatives regularly presented in the magazine DIID[3]. The design discourse has become more sophisticated, with the introduction by the younger

generation of a whole new range of topics to consider. New social requirements such as environmental concerns and changes in lifestyle have been brought into the picture of design and production. As the concept of consumption dominates modern society, it becomes essential to search for new ways of controlling pollution, whether material or visual (Mendini, 2005, p. 15-16). Although the scope and effectiveness of contemporary critical design thinking in Italy is arguable, its new themes and directions do represent a promising feature.

2. National branding: Creating an image of Italian design

The 2009 call for papers for the annual conference of the Association for the Study of Modern Italy was based on the idea that the western world has tended to view Italy as a domain of notable emotional intensity[4]. Such an image indeed exists and extends to the design field: Italian design is considered to be a highly emotional domain, populated by passionate, heroic individuals creating highly sensual and expressive objects. Emblematic designer Ettore Sottsass himself epitomized the emotional tendency. In 2007, a retrospective of the designer's work titled "I Want to Know Why" was opened in the city of Trieste. "I would like the visitors to leave crying — that is, with emotion," he declared at the time of the opening[5].

Various promotional pieces further stress the emotional aspects of Italian design as a key competitive advantage: "Bonaldo, the prestigious Italian company of design, has been offering since 1936 creative and sophisticated quality items. Innovation, emotion, and style are the key words that better express the company's identity."[6]

"Italian design is pleasing and fluid yet complex as well, being charged with emotion and filled with suggestiveness and unrest reflecting concerns expressed through the media and world communication. So, apart from being functional, many objects also contain a highly humane and emotional element, and indeed this type of design is classified as 'emotional design'"[7]. "In 2006 Lucci and Orlandini have created Florence, the kitchen inspired by the aesthetics, elegance and canons of classic Renaissance Italy, to transmit values of safety, prestige and architectonic innovation based on icons of style while maintaining the lightness and emotion of a designer product."[8] "A kitchen that gives off emotion and sparks passion".[9]

A wealth of similar publications have contributed to the mythologizing of Italian design. This mythical status is exemplified by promoting iconic, "perfect" objects and ignoring the complexity of underlying design processes, especially the contribution of crafts. (Rossi, 2011). The *Domus* magazine provides a characteristic example of the ways in which Italian design has been promoted both in Italy and abroad. *Domus* has been described as an ideological construct which, through its synthesis of editorial and graphic design privileged the architect-designer and epitomized the luxury and desirability of Italian design (Rossi, 2009). The stereotype of an emotional Italy has also been routinely juxtaposed to characteristics of other nations. An article on Flavio Manzoni, architect and industrial designer, claims that "his role is to develop a new design vision for the Volkswagen, Bentley, Skoda and Bugatti brands. And it's a safe bet that his creations, though Germanic in origin, will have a seductive Italian flavor."[10] Emotional attributes of Italian production are not limited to the product design domain but extend to other aspects of daily culture, such as food. Assisted by film and advertising, spaghetti has become for the German public a treasured symbol of a highly attractive life-style (Möhring, 2012).

Thus, a generalized emotional image of the country is being constructed, which then helps promoting and selling Italian culture as a product with specific traits. Such a construction facilitates the sale of products and eventually generates the image of a country itself as a product (Goldstein-Gidoni, 2005). The resulting process may be described as the production and consumption of a culture in the global market. In a related discussion about Japan, Goldstein identifies the creation of a special image for Japanese culture which is perceived as prizing love, admiring beauty, respecting courtesy and fostering harmony. This image is contrasted to the West, which is considered to be calculated and having utilitarian goals. Might then Italy be a desirable exception within this generalized technocratic image of “the West”, an emotional haven which is western but at the same time bears a positive emotional load which other countries envy and wish to emulate? In the same vein, inspired by IKEA’s identification with a certain kind of “Swedishness”, these questions have been put forward: What are the consequences of loading a country with powerful narratives and branding a nation as a commodity? Who decides about a country’s branding and how may such national narratives be managed? What happens if this image becomes autonomous and gets its own life? (Lundström, 2009)

3. The consumption of Italian design in Greece

Greece provides a very illustrative example of the influence and success of national branding and specifically of the emotional impact of Italian design. Given that industrial design in Greece has been a primarily imported phenomenon and its indigenous expressions have been very limited, the study of foreign influences is of crucial importance in order to understand local design manifestations (Yagou, 2011). In the process of constructing a history of design in Greece, it is vital to record and analyze how foreign influences have been received and to unravel the multiple aspects of such reception: acceptance, use and glorification, but also resistance, critique and opposition, finally leading to different degrees and qualities of assimilation. Among such foreign influences to Greece, Italy has had a major role. Geographical proximity has facilitated cultural exchanges between Greece and Italy for centuries. The import of post-war Italian design culture into Greece constitutes one of the most recent examples of this relationship.

In the post-war period, Italy has been a major source from which design was imported to Greece and subsequently exploited commercially. This process did not simply include the import of “made in Italy” products to Greece (especially cars, motorcycles, furniture, clothing, shoes, and home equipment), it also encompassed the promotion of the idea of Italian design culture, communicated and popularized through the expressive albeit vague concept of “Italian style”. Various advertising activities have constituted the major channels through which knowledge about Italian design has reached the Greek public. Additionally, Italy has been a very popular destination for Greeks desiring to study architecture or design. Especially in the 1970s and 1980s, a large number of people left Greece in order to study architecture or design-related subjects in various Italian cities and later returned to their homeland to work. They have acted as key agents through which Italian design culture was transferred, reproduced and disseminated. Indeed, within the small community of design professionals in Greece, there is a substantial percentage of individuals who have studied architecture, design and other related subjects in Italy. This has been a direct result of the underdevelopment of design

education in Greece and may be clearly illustrated by two surveys on the profile of industrial design professionals in the country. The first one is a survey of industrial designers in Greece during the late 1980s, and includes biographical information on 38 individuals. Among these, 16 pursued undergraduate or postgraduate studies in architecture or design in Italy, and/or worked there as designers, therefore constitute obvious agents of information and knowledge stemming from the Italian design scene (Tzirtzilakis, 1989). Similarly, in a more extensive directory of 74 Greek product designers published in 1993, there are 22 individuals clearly connected to Italy through undergraduate or postgraduate studies (Karabelas, 1993).[11] Many of these individuals have used Italian design as inspiration for their own designing. They have also propagated Italian influences through teaching for Greek public or private design schools and through interviews or publications in newspapers, popular magazines and specialist journals. However, there is no evidence that Greek design professionals have developed a substantial, local design discourse as a response to Italian input; they have been almost exclusively on the receiving end of new ideas and forms, and thus failed to sustain a creative dialogue with the Italian design community.

A search for design-related bibliography published in the Greek language but emanating from Italy yields two books on Italian design which have been translated into Greek in the late 1980s: the first is *The History of Design (Storia del design)* by Renato de Fusco, a well-written, illustrated volume which was published in 1989 by the obscure NOVA editions and is now out of print (de Fusco, 1989). The second book is the *Introduction to Industrial Design*, by Italian theoretician Gillo Dorfles, a small volume which has been used as a textbook by Greek design-related university departments, despite its poor quality of translation and editing (Dorfles, 1988). Two books constitute of course a very limited harvest, considering the prolific publication output by Italian design theorists, historians and designers during the postwar decades. However, Italian design magazines such as *Domus*, *Abitare*, *Casabella*, *Interni*, *Ottagono*, and *Modo* are relatively easily accessible in Greece: they may be purchased at some kiosks or found in Greek academic libraries.

Extending the search to specialist Greek magazines, specifically *Θέματα Χώρου και Τεχνών* (design + art in greece)[12], *Τεύχος* (Tefchos)[13], and *NTIZAΪN (DESIGN)*[14], shows that publications related to Italian design are relatively few. Over three decades, the specialist magazine design + art in Greece has published only a handful of short articles on Italian design, of which one is a semi-promotional piece. The *Tefchos* and *DESIGN* journals, both having editorial teams with close links to Italy, have dedicated a number of articles to Italian design, the first journal taking a more intellectual and critical stance, the second having a more superficial and celebratory attitude. In the articles published by the *DESIGN* journal in particular, there is a tendency to reproduce texts from Italian sources in a fragmented manner, suggesting poor understanding of the importance of context. Italian design solutions are presented as undigested information, without any apparent effort to relate these to the conditions of production, consumption and use in Italy and in Greece. Similarly, a number of impressive images of Italian design are reproduced and offered to the readership for uncritical consumption.

The familiarization of the wider Greek public with Italian design has been primarily performed by the popular press, especially home decoration magazines or newspaper inserts, where selected material was adapted and presented[15]. Evidence from the

popular press from recent decades suggests that publications on Italian design are almost exclusively connected to commercial aspects of design and act as direct or indirect advertising for various firms. Descriptive, formalist, usually glorifying texts constitute the mainstream approach towards Italian design culture, and have held a pivotal role in shaping the public's idea of Italian design. Exhibitions of various kinds also constitute a fertile field for the study of reception and its ramifications. Such exhibitions and other promotional events related to Italian design have been frequent, usually organized in collaboration with commercial firms importing Italian products. Through the aforementioned channels, Italian products gradually have become eponymous in Greece, have acquired an almost mythical value exceeding their use value and have become symbols of style (Ioannidis, 1989).

A visit by a key figure of Italian design may also be seen under the same light. Famous designer Enzo Mari gave a lecture to a number of students and staff at the Department of Architecture of the National Technical University of Athens in 1993, where he presented his personal approach to design. This event was only a secondary, informal, almost improvised event that accompanied Mari's other activities in Athens as a guest of an upmarket, local furniture firm, which had invited him to Greece in order to promote a range of objects designed by him. This incident suggests that the critical and intellectual potential of Italian design and its power to generate questions relevant to the Greek case has been obscured -more often than not- by commercially-oriented initiatives. Therefore, despite the familiarity of the Greek public with Italian design, this familiarity has in fact been partial, superficial and deceptive. It may be argued that the reception of Italian design in Greece has been primarily related to its stylistic and commercial aspects, whereas a whole range of issues that Italian designers have raised and explored during the postwar decades have remained in the dark.

Such obscured issues include manufacturing and design management, and in particular the way design development in Italy has been founded on the assimilation of small-scale craft production into a wider system of industrial manufacture. As in Greece, the importance of family units of agrarian origin has been crucial in Italy for the creation of a market where small-scale firms could flourish (Bagnasco, 1991). In this context, the small-scale, family-based firm has constituted a key factor of industrial development, through the articulation and interplay of local forms of traditional production with new, large-scale models of industrial production. Individual Italian designers have achieved to support small, craft-based firms in moving into serial production and update the aesthetic of their products accordingly, without sacrificing the positive aspects of small-scale, skilled manufacture (Sparke, 1998). Thus, tradition and innovation have stood alongside each other in Italian design culture; craft and industrial production were seen as two ends of a single continuum (Sparke, 2001).

The Italian model of design development might have been very useful to Greece, where the insistence on the polarity between arts and crafts versus industry has been a major factor undermining the consolidation and growth of design. This polarity has had a long history in Greece, going back to the pre-war years as well as clearly affecting the post-war period, and it has involved heated discussions on what was considered as two opposing and incompatible ends of the production spectrum (Yagou, 2011). The creative collaboration and interaction between crafts and industry appears to be a major lesson that Greek manufacturers, managers and designers have failed to learn from the Italian

experience. This failure to assimilate the essence of the Italian example, as opposed to simply consuming Italian “style”, is an indication of the immaturity of the local industrial design scene in Greece, where Italian design has been treated as the idealized and stylized outcome of an individual, artistic process, rather than that of a complex socioeconomic process involving a range of stakeholders.

4. Conclusion

This essay has identified and discussed the reception and assimilation in Greece of design influences emanating from post-war Italy. It has been argued that an essentially commercial discourse has dominated the reception of Italian design culture in Greece. This discourse has emphasized stylistic aspects of Italian design, at the expense of technical or managerial aspects, which have been so crucial to the worldwide success of design “made in Italy”. In addition to consuming a large number of Italian products, the local buying public has also been cherishing the concept of “Italian design” or “Italian style” itself, an idealized image of an easily digestible and pleasurable “italianità”. The professional Greek design scene has also been under the spell of Italian design, unfortunately offering too little in response. Altogether, the Greek case illustrates the enthusiastic consumption of Italian design, albeit with minimum awareness of the conditions underpinning its emergence and growth. Given the worldwide dissemination and popularity of Italian design, research into the comparative study of the reception of Italian design culture in other national contexts would offer further insights into the transnational aspects of global design culture.

Bibliography

- (2010). *Design: Local and Global Growth on Strategy Innovation Culture in Business*, Athens: Hellenic Foreign Trade Board.
- Aynsley, J. (1993). *Nationalism and Internationalism - Design in the 20th Century*, London: Victoria & Albert Museum.
- Bagnasco, A. (1991). Development based on small industry: the case of ‘Third Italy’, *Σύγχρονα Θέματα* (Synchrona Themata), Period B, 14th year, issue 45, June 1991, pp. 35-39.
- De Fusco, R. (1989). *The History of Design*, Athens: NOVA Publications. Originally published as: *Storia del design*, Roma-Bari: Gius. Laterza & Figli Spa, 1985.
- Doordan, D.P. (1995). Design, Industry and Government Initiatives: Past, Present & Future. Presentation at Design History Research Centre, University of Brighton, 11 November 1995.
- Dorfles, G. (1988). *Introduction to Industrial Design, Glossary and History of Mass Production*, Athens: ROMA 5 design. Originally published as: *Introduzione al Disegno Industriale*, Torino: Einaudi, 1972.
- Goldstein-Gidoni, O. (2005). The production and consumption of ‘Japanese Culture’ in the global cultural market, *Journal of Consumer Culture*, Vol 5(2), pp. 155-179.
- Ioannidis, Y. (1989). “Furniture in the Milan Fiera”, *Tefchos*, n. 1, February 1989, p. 17.
- Karabelas C. (1993). (ed.), *Έλληνες Σχεδιαστές Προϊόντων* (Greek Product Designers), EOMMEX - Hellenic Organisation of Small and Medium Size Enterprises and Handicrafts, Hellenic Products Design Center.
- Lees-Maffei, G. (2002). Italianità and Internationalism: Production, Design and Mediation at Alessi, 1976-96, *Modern Italy*, 7(1), pp. 37-57.

Lundström, B. (2009). The brand of Sweden: Narratives constructed by nation and companies to promote a Swedish image in historical perspective. Paper presented during the Product Communication and the Nationalisation of Consumption Conference, Vienna, 1-3 October 2009.

Mendini, A. (2005). The Art of Italian Design. In *Art of Italian Design* (Exhibition catalogue). Athens: Megaron, The Athens Concert Hall.

Möhring, M. (2012). Spaghetti im Film: Medialisierung und Italianisierung des Nahrungskonsums in der Bundesrepublik Deutschland. In O. Kühschelm, F. X. Eder & H. Siegrist (eds), *Konsum und Nation*, Bielefeld: transcript Verlag, pp. 255-278.

Rossi, C. (2009). The 'Mediterranean megaphone': Domus and the promotion of design and craft in post-war Italy, 1951-1954. Paper presented during Writing Design: Object-Process-Discourse-Translation (The Design History Society Annual Conference), Hatfield (UK), 3-5 September 2009.

Rossi, C. (2011). Crafting Modern Design in Italy, from Post-War to Postmodernism. PhD Thesis, available on-line

at http://researchonline.rca.ac.uk/1162/1/Rossi_PhD_THESIS_low_res.pdf.

Sparke, P. (1990). A home for everybody? Design, ideology and the culture of the home in Italy, 1945-1972. In P. Greehalgh (1990) (ed.), *Modernism in Design*. London:

Reaktion Books, pp. 185-202.

Sparke, P. (1995). Industrial Design or Industrial Aesthetics?: American Influence on the Emergence of the Italian Modern Design Movement, 1948-58. In C. Duggan & C.

Wagstaff (eds), (1995). *Italy in the Cold War: Politics, Culture and Society, 1948-1958*, Oxford: Berg, pp. 159-165.

Sparke, S. (1998). The Straw Donkey: Tourist Kitsch or Proto-Design? Craft and Design in Italy, 1945-1960, *Journal of Design History*, vol. 11, n. 1, pp. 59-69.

Sparke, S. (2001). A Modern Identity for a New Nation: Design in Italy since 1860. In Zygmunt Baranski and Rebecca West (eds) (2001). *The Cambridge Companion to Modern Italian Culture*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 265-281.

Tzirtzilakis, G. (Guest ed.) (1989). Greek designers. In *design + art in Greece*, 20/1989, pp. 112-170.

Woodham, J.M. (1997). *Twentieth-Century Design*. Oxford: Oxford University Press.

Yagou, A. (2011). *Fragile Innovation: Episodes in Greek Design History*. Charleston, SC: CreateSpace Independent Publishing Platform.

NOTE

1. For a concise survey of Italian design after 1945, see Aynsley (1993). See also Woodham (1997).↵
2. See also: Lees-Maffei (2002).↵
3. Related websites: <http://www.desis-network.org> and <http://www.disegnoindustriale.net> respectively. (last accessed 30 August 2013)↵
4. Annual Conference of the Association for the Study of Modern Italy (ASMI), Italy and the Emotions: Perspectives from the 18th Century to the Present, London, 27-28 November 2009, <http://asmi.org.uk/documents/uploads/asmi-conference-2009-programme.pdf> (last accessed 30 August 2013)↵
5. <http://www.ecopolis.org/ettore-sottsass-radical-emotion-design/> (last accessed 30 August 2013)↵

-
6. <http://www.luxury-design.com/en/fine-living/home-decor/bonaldo-and-luxury-design-italian-design-and-luxury-lifestyle-393> (last accessed 30 August 2013)↵
 7. <http://www.italianculture.net/english/design.html> (last accessed 30 August 2013)↵
 8. <http://www.snaidero.com/classic-kitchens/florence> (last accessed 30 August 2013, some modifications from earlier versions)↵
 9. <http://www.snaiderodistribution.com/designers.php> (last accessed 30 August 2013, some modifications from earlier versions)↵
 10. Manzoni brings Italian emotion to German design, <http://www.autonews.com/apps/pbcs.dll/article?AID=/20081124/ANE03/811239941#axzz2UBxVonAK>(last accessed 30 August 2013)↵
 11. The number may in fact have been larger, because biographical information is incomplete in some of the directory entries. The recent exhibition catalogue *Design: Local and Global Growth on Strategy Innovation Culture in Business* (2010), also includes biographical information on 23 individual designers as well as several design consultancies. The influence of Italian design education institutions remains strong, although there appears to be a shift towards UK and US design education.↵
 12. *Θέματα Χώρου και Τεχνών* (Design + Art in Greece) (1970-2013) has been a highly respected, annual journal on architecture, art and design.↵
 13. *Τεύχος* (Tefchos) (1989-1993) was an influential but short-lived journal on architecture, art and design.↵
 14. *NTIZAI'N* (DESIGN) (1991-1995) was another ambitious but short-lived journal, specializing in product and graphic design.↵
 15. Articles on Italian design appear regularly in publications like *BHMAgazino* and *Maison & Decoration*.↵

Ricerche

FEDE CHETI: 1936-1975. TRACCE DI UNA STORIA ITALIANA

Chiara Lecce, Politecnico di Milano

Orcid id 0000-0002-3825-4642

PAROLE CHIAVE

Arredamento, Arti decorative, Fede Cheti, Industria tessile, Made in Italy, Moda, Triennale

Questo saggio prova a ricostruire la storia di un'azienda, la Fede Cheti, e della sua omonima fondatrice, figura di rilievo nella storia del design italiano e milanese a cavallo tra gli anni trenta e gli anni sessanta del Novecento. Nei prodotti dalla Fede Cheti le sperimentazioni nel campo dell'industria tessile, si fondevano con le più sofisticate forme d'arte decorativa del tempo, realizzando tappeti, tappezzerie per interni e rivestimenti per arredi che hanno influenzato il gusto di quasi mezzo secolo. Le partecipazioni alle Triennali di Milano, i riconoscimenti internazionali e le mostre in tutto il mondo, le pubblicazioni più importanti e soprattutto la ricerca dai documenti originali, sono qui riportate nel tentativo di delineare più chiaramente questa piccola storia del design e delle arti decorative italiane del XX secolo.

1. Madame Fede Cheti

Fu in occasione di una Triennale, non ricordo se fosse la quinta o la sesta, comunque una Triennale di molti anni fa, gonfia tra l'altro di stoffe sperimentali. Tutti cercavano di trarre effetti straordinari dai più straordinari materiali. Le Triennali di allora non raccoglievano, come in un bel ordinato negozio, ciò che ci fosse di meglio in giro tra le produzioni dell'arte e della industria, scegliendo tra quello che c'è di già fatto, già convalidato dall'uso e già approvato, o almeno già inconsciamente inghiottito dal pubblico. Ma si ponevano di fronte a un programma più ambizioso: quello di formare un gusto e non solo nel pubblico, ma nel produttore stesso che a quei tempi era restio alle innovazioni. Fu, dunque, in occasione di una di quelle burrascose Triennali che Ponti mi propose: "Vieni con me a veder quel che fa questa donna: è una che comincia ma che ha qualcosa da dire. Ha coraggio" [...]. Fu allora che vidi per la prima volta Fede Cheti. Andammo in un appartamento che mi sembra fosse in un quartiere lontano dal centro [...]. Ricordo soprattutto quelle stoffe chiare, raggiate, trasparenti e pur fatte di fili consistenti che poi finirono per creare una moda per le tende e uno stile nell'arredamento che allora si voleva spoglio, lineare, essenziale funzionale. Fede Cheti mi parve alta, sottile, chiara, un po' fredda tanto era assorta nelle ricerche del suo lavoro: quasi una nordica. Ci spiegò le sue stoffe una ad una, intenzioni e risultati. Fece da collegamento tra noi e loro con tale forza che quando uscimmo di lì ci parve di aver in qualche misterioso modo partecipato al loro essere. Da quella lontana sera ho spesso rivisto Fede Cheti tra le sue stoffe e sempre ho avvertito questa sua maniera di avvicinare noi, pubblico, all'oggetto di sua creazione. Ed ogni volta ho scoperto che la "novità"

raggiunte da Fede Cheti erano, sotto l'apparenza di un fatto di estetica, in realtà una conquista tecnica. Direi che tale è la caratteristica dell'arte applicata se non avessi avvertito la stessa preoccupata passione nei pittori, sempre volti a una più chiara, profonda ricerca di espressione.[1] (La presenza di Fede Cheti alla X Triennale, 1954)¹

Si può dire che in questo inciso sulla figura di *madame* Fede Cheti sono già presenti tutti gli elementi essenziali che ci fanno capire chi era questa donna e quanto abbia di fatto influito sulla storia italiana delle arti decorative e del design nel XX secolo.

Fede Cheti è nata nel 1905 a Savona, figlia di Emanuele Cheti e Gemma Sansevero. Il nonno, Giuseppe Sansevero, è il fondatore di una prestigiosa ditta di stoffe fondata nel 1880. Figlia unica, Federica (questo il suo nome di battesimo) studia per qualche tempo in Francia e, rimasta orfana di padre molto giovane, si trasferisce alla fine degli anni venti a Milano con la madre (che sarebbe stata la sua più assidua e preziosa collaboratrice in tutti gli anni di attività). A Milano, con un primo e rudimentale telaio, realizza in proprio i primi tappeti e inizia a disegnare alcune stoffe per arredamento su ordine di una ristretta, aristocratica, cerchia di amici (Folco, 1997).

In seguito Fede Cheti acquisterà direttamente dagli artisti i bozzetti che questi disegnavano per i tessuti, diventando così proprietaria a tutti gli effetti dei motivi; questo è il motivo per cui sui tessuti era impresso esclusivamente il marchio Fede Cheti e mai quello dell'autore del disegno (unica eccezione fu fatta per il disegnatore francese di origine italiana René Gruau) (Antonelli, 1988). Fede Cheti nel corso della sua carriera ha collaborato con i maggiori artisti dell'epoca, come Giorgio de Chirico, Fausto Melotti, Massimo Campigli, Renato Guttuso, de Filippo de Pisis, Raoul Dufy, Raymond Peynet, Mario Sironi e Gio Ponti, con il quale mantiene un lungo e fortissimo sodalizio nel corso di tutta la sua carriera (Antonelli, 1988).

2. 1930-1957. La Scuola tappeti Fede Cheti e le presenze alle Triennali di Monza e Milano

La presenza della Fede Cheti alle Triennali può essere testimoniata lungo un arco temporale di quasi trent'anni, a partire dal 1930 fino al 1957, ultimo anno in cui prese parte alla manifestazione milanese. Molte fonti (Alfonsi, 1975; Antonelli, 1988; Folco 1997; Pansera, 2002; Costamagna, 2010), indicano la presenza della Fede Cheti già alla IV Triennale di Monza delle Arti Decorative e Industriali Moderne del 1930; tuttavia, nel catalogo ufficiale, il suo nome non compare tra quello degli espositori in mostra all'interno della *Galleria dei Tessuti*[2], né tra i fornitori di tappeti o tessuti per l'arredamento (*Catalogo Ufficiale della IV Esposizione Triennale Internazionale delle Arti Decorative e Industriali Moderne*, 1930, pp. 272-273).

Ma questo è facilmente giustificabile dal fatto che la Scuola di tappeti e di tessitura Fede Cheti sarà fondata solo nel 1936, e quindi con molta probabilità i suoi lavori fanno ancora riferimento al nome della madre Sansevero e alla ditta originaria di Savona del nonno. Ed è plausibilmente riferibile a questo stesso momento anche l'incontro con Gio Ponti, il quale fu immediatamente colpito dalle capacità (e potenzialità) della Cheti: incontro dal quale avrà inizio quella collaborazione (e amicizia), che si sarebbe protratta per tutta la loro vita (Folco, 1997).

È data come certa invece la presenza alla V Triennale (*Esposizione Triennale delle Arti decorative e industriali moderne e dell'Architettura moderna*), tenutasi per la prima volta al Palazzo dell'Arte di Milano di Giovanni Muzio. Al primo piano fu allestita la sezione

Tessuti, Pizzi, Ricami, ordinata da Luciano Baldessari, nella quale erano presenti anche Gio Ponti per le milanesi Ditta Figli di Livio Goff, e Ditta Vittorio Ferrari, e Lucio Fontana e Fausto Melotti per la Ditta De Angeli Foia, anch'essa di Milano. Il catalogo ufficiale ancora una volta non riporta il nome Fede Cheti, ma si ha testimonianza della presenza di alcuni suoi tappeti (De Giorgi, 1995, p. 175), fatti a telaio caratterizzati da motivi sovradimensionati e da tessuti che utilizzavano già filature miste, di stoffe per tende chiare e trasparenti e di un pouf in ciniglia "che solo solo, nuovissimo di invenzione e di gusto, attrae l'attenzione degli artisti e del pubblico"(Alfonsi, 1975, p. 41). Sarà questa quindi l'edizione della Triennale che presentò ufficialmente al pubblico e alla critica il lavoro della Fede Cheti, decretandone il primo successo e segnando una svolta decisiva nella sua carriera professionale. Tre anni dopo, infatti, nel luglio del 1936, nasce la ditta Fede Cheti, iscritta alla Camera di commercio di Milano come *Scuola di tappeti e di tessitura*, anche se il progetto di creare una scuola che conservasse la tradizione dello *spolinato* a mano non andò mai in porto. La sede della ditta e l'abitazione della Fede Cheti da allora sono sempre in via Manzoni 23 a Milano (Antonelli, 1997).

La sua presenza è rintracciabile per la prima volta, sotto il nome di *Scuola tappeti Fede Cheti*, sul catalogo della VI Triennale del 1936. Le presenze riguardanti la VI, VII e VIII Triennale sono tutte riferibili alla fornitura di tappeti e tessuti per elementi di arredo destinati alle diverse soluzioni di ambienti abitativi presenti alle Triennali, in collaborazione con i maggiori architetti del tempo (bisognerà invece aspettare la IX Triennale del 1951 per ritrovare la Fede Cheti nell'elenco degli espositori ufficiali). Una di queste prime collaborazioni è quella per la Mostra dell'Abitazione del 1936, curata fra gli altri da Franco Albini e Ignazio Gardella,[3] al piano terra di un nuovo padiglione costruito nel parco appositamente per questo evento su progetto di Pagano (Pansera, 1978), il cui intento era di riunire alcune possibili proposte relative all'arredamento moderno, ottemperando ai seguenti principi: 1) applicazione dei concetti di "serie" alla organizzazione dell'alloggio e agli elementi dell'arredamento; 2) componibilità, intercambiabilità, trasformabilità dell'arredamento ottenute con un modulo costante; 3) esclusione di materiali e di soluzioni di eccezione. La "Scuola tappeti Fede Cheti" viene indicata nella dicitura generica di "stoffe e tappeti" per gli allestimenti per la soluzione "1: Tipo di alloggio di un locale studiato per un albergo di soggiorno, per una pensione o per un edificio ad alloggi di un locale con servizi centralizzati" e la soluzione "2: Tipo di alloggio per quattro persone di 160 metri quadri" (*Guida della Sesta Triennale*, 1936, pp. 26-28). In occasione della VII Triennale, nel 1940, la presenza di Fede Cheti è testimoniata negli ambienti della Mostra delle Vetrine, con più precisione all'interno della Mostra dell'E.N.A.P.I. (Ente Nazionale Artigianato e Piccole Industrie), allestita e ordinata dal pittore e architetto Giovanni Guerrini. Questa mostra (che sarebbe poi stata riproposta a Firenze), che voleva presentare "la continuità progressiva dell'assistenza artistica e tecnica agli artigiani attraverso opere eseguite da artigiani su modelli di artisti" (*VII Triennale di Milano: Guida*, 1940, p. 93), era articolata in diverse sezioni, tra cui quella dei tessuti e dei tappeti ed è in questa doppia produzione che si segnalano i contributi di Fede Cheti con quattro tappeti di cui tre annodati in lana e uno in ginestra. Fede Cheti è presente inoltre in sette ambienti dei quattordici complessivi della Galleria dell'Arredamento, tra cui la "Stanza di Soggiorno per una Villa" di Franco Albini[4] e alla Mostra dei Criteri della Casa d'oggi, ordinata e allestita, fra gli altri, da Piero Bottoni e Albini.



N. 1: TIPO DI ALLOGGIO DI UN LOCALE STUDIATO PER UN ALBERGO DI SOGGIORNO, PER UNA PENSIONE O PER UN EDIFICIO AD ALLOGGI DI UN LOCALE CON SERVIZI CENTRALIZZATI.

Progettisti:

Franco Albini - Renato Camus - Paolo Clausetti - Ignazio Gardella - Giuseppe Mazzoleni - Giulio Minoletti - Gabriele Mucchi - Giancarlo Palanti - Giovanni Romano.

Il tema limitato ad una sola camera ha consigliato una maggiore misura di pareti così che l'unità del locale potesse apparire chiara nonostante le dimensioni maggiori delle probabili reali.

Ciò specialmente per permettere al pubblico numero di circolare senza eccessiva ristrettezza.

Qui si vuole illustrare la camera d'affitto quale potrebbe offrire un grande alveo pensione oppure un edificio appositamente ordinate a camere ammobiliate — per persone sole di medio ceto e di residenza relativamente instabile — quelli ufficiali-insegnanti-magistrati ecc.

Il locale è diviso nelle due parti diurna e notturna: un angolo o salotto con tavolino poltrona ecc. ed uno studio con un mobile basso, comprendente libreria-scrivania-armadietto, sistemato lungo la finestra, costituiscono la parte diurna; il letto, la toilette, la doccia e una grande parete-armadio costituiscono l'arredamento della parte notturna.

BIENNO DEI LOCALI

Ingresso
Parte diurna
Parte notturna
Doccia
Mobili di legno: Ditta A. Peretti
Mobili di tubi metallici: Ditta Crespi di E. Pirelli
Imbottitura delle sedie, delle poltrone e dei materassi: Giannapiana dello S. I. Pirelli
Sedile e tappeti Scuola tappeti Fede Cheti
Tende di rete: Ditta Carlo Belotti
Tende di panno: Faccia grossa para della S. I. Pirelli

Apparecchi sanitari: Richard-Ginori, Galini-Vigoni-Mazzoni
Lattine e specchi di cristallo « sovrati » S. A. V.I.S.
Impianto di illuminazione e elementi mobili: Ing. Gino Rinaldi
Apparecchi di illuminazione: Ditta Kandara
Apparecchi elettrodomestici, Consegna Generale di Eletticità
Macchine da scrivere: S. A. Olivetti
Pavimento e rivestimento di ceramica: Richard-Ginori
Filipe Murati, S. A. Venini Dur

N. 2: TIPO DI ALLOGGIO PER QUATTRO PERSONE (Superficie circa mq. 160; affitto circa L. 10.000).

Progettisti: Dottori Architetti

Franco Albini - Renato Camus - Paolo Clausetti - Ignazio Gardella - Giuseppe Mazzoleni - Giulio Minoletti - Gabriele Mucchi - Giancarlo Palanti - Giovanni Romano.

Nello studio di questo tipo di alloggio i problemi comuni a qualsiasi abitazione si manifestano in modo caratteristico.

Meno rigoroso il problema dell'economia, rimane in tutta la sua importanza quello dello sfruttamento dello spazio, specialmente a causa della

Rivestimenti Fede Cheti la Mostra dell'Abitazione. VI Triennale di Milano, 1936 (© Archivio fotografico Fondazione Franco Albini); Pagina del catalogo.

Sette anni dopo, nella VIII Triennale della Ricostruzione, tutta incentrata sul visionario progetto del quartiere sperimentale QT8 voluto dal commissario straordinario Piero Bottoni, Fede Cheti risultava fornitrice delle stoffe di arredamento in diverse soluzioni abitative. La mostra principale fu quella dell'Abitazione, che occupava una parte molto vasta del Palazzo dell'Arte e nella cui commissione figuravano gli architetti Lodovico Belgiojoso, Francesco Diomedè, Luigi Mattioni, Franco Marescotti, Gabriele Mucchi e Marco Zanuso (T8, Ottava Triennale di Milano. Catalogo-Guida, 1947, p. 61). Ma soprattutto, Fede Cheti compare al primo posto nell'elenco del comitato ordinatore del Convegno delle Arti Decorative e Industriali Moderne, organizzato a margine della VIII Triennale nel giugno del 1947, i cui temi toccavano le funzioni, i limiti e i rapporti fra artigianato e industria nel campo delle arti applicate, con particolare riguardo ai problemi sociale, economico, artistico e delle scuole. Lo scopo era quello di definire le funzioni dell'industria nel campo delle arti decorative, le direttive per i due tipi di produzione con riferimento al mercato nazionale e a quello internazionale, le caratteristiche e i fini delle esposizioni triennali delle arti decorative e industriali in relazione anche a un loro nuovo statuto.

GLI ITALIANI DEBONO INNAMORARSI DELLA LORO PRODUZIONE ARTIGIANA

L'Enapi, l'Ente autonomo per l'artigianato e le piccole industrie, a presiedere il quale alla fervida passione di Vincenzo Buronzo

è succeduto ora Piero Gazzotti, tutto animosa energia, ha fatto alla VII Triennale la più vasta e la più bella delle sue mostre.



Tappeto annodato in lana, bordo cenere e disegni neri su fondo bianco. Disegno di Bice Lazzari, esecuzione di Fede Cheti.



Tappeto annodato in lana, disegno in due toni di verde su fondo bianco. Disegno di Bice Lazzari, esecuzione di Fede Cheti.



Tappeto annodato in ginestra, disegno in due toni di verde su fondo bianco. Disegno di Bando Vattarini, esecuzione di Fede Cheti.

Potenziare il lavoro femminile artigiano: è uno dei propositi di Domus e uno dei doveri del Paese



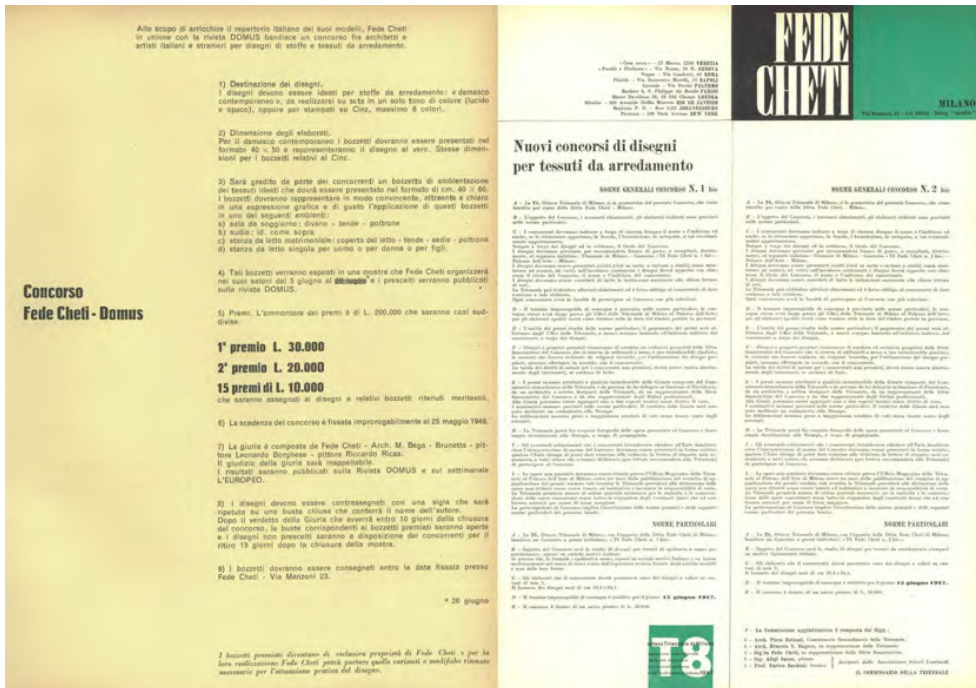
Tappeto annodato in lana, disegno in rilievo in bianco, grigio scuro e blu su fondo cenere. Disegno di Bice Lazzari, esecuzione di Fede Cheti. (Foto Crivello)

76

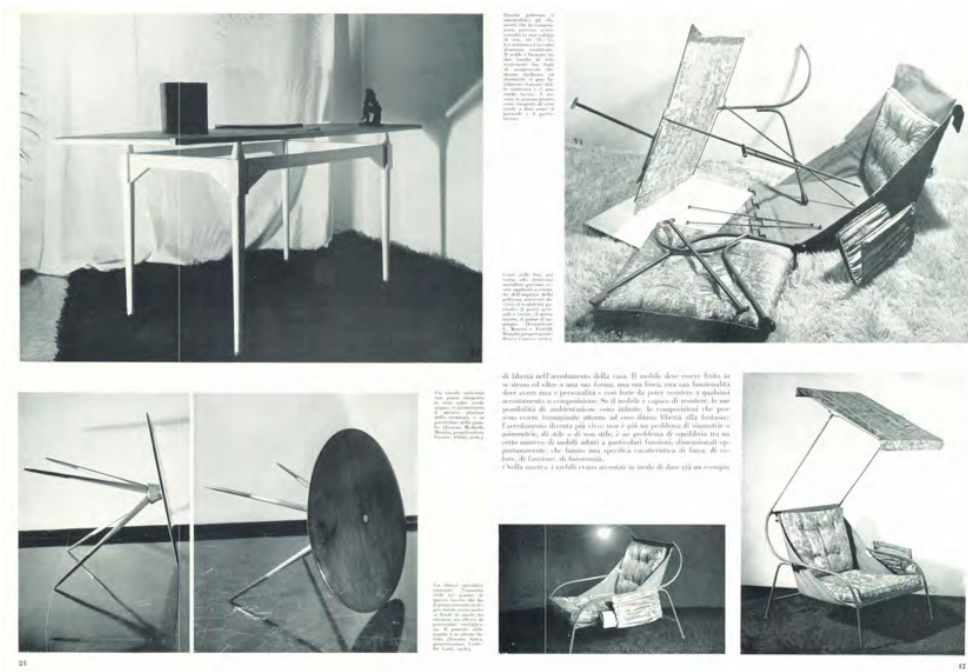
PROSSIMAMENTE: LA MOSTRA - MERCATO DELL'ARTIGIANATO ITALIANO A FIRENZE

Tappeti annodati in lana, disegni di Bice Lazzari, esecuzione di Fede Cheti esposti alla VII Triennale di Milano (Domus n.151, luglio 1940).

Molto importanti furono poi i due concorsi indetti congiuntamente da Fede Cheti e dalla Triennale; nel “Concorso disegni per tessuti d’arredamento Fede Cheti n.1”, il tema era lo studio di disegni per tessuti di *spolinato* a mano per arredamento ripresi su antichi motivi italiani. La giuria era composta da: Piero Bottoni, Ernesto N. Rogers, Fede Cheti, Aligi Sassu, Enrico Bordini. Il premio consisteva in 50.000 lire. La giuria ritenne insufficienti gli elaborati e non attribuì alcun premio.^[5] Si tentò nuovamente col “Concorso disegni per tessuti da arredamento Fede Cheti n.2”, con il tema dello studio di disegni per tessuti da arredamento stampati su motivi tipicamente italiani. La giuria, composta dagli stessi elementi, anche questa volta non assegnò alcun premio, infine il successivo “Concorso disegni per tessuti da arredamento Fede Cheti n.2 bis” vide vincitore Ettore Sottsass jr. cui andarono in premio 50.000 lire.



Fu in occasione della IX Triennale del 1951 che Fede Cheti comparve per la prima volta tra gli espositori della sezione dei tessuti, in una sala del lato est del Palazzo dell’Arte, ordinata da Maria Cristina Boeri Mariani insieme a Marco Zanuso, il quale curò l’allestimento, che disponeva i tessuti a guisa di lunghe cascate. In questa edizione si decise di suddividere gli espositori in tre categorie: industrie, studi d’arte e artisti, e Fede Cheti vi figurava nella seconda categoria. E, come indicato nel catalogo della *Nona Triennale di Milano* (1951), anche la sezione dell’Arredamento e Mobili Isolati, ordinata e allestita dagli architetti Pep Calderara e Guglielmo Ulrich al primo piano del palazzo, vide il contributo di Cheti per la fornitura di tappeti, delle stoffe e dei rivestimenti delle pareti (tutti su disegni suoi) nello Studio di una Creatrice di Tessuti, progettato dall’architetto Ulrich, e come creatrice dei tessuti per il Soggiorno dell’architetto Osvaldo Borsani.



Sempre all'interno di questa sezione Cheti lavorò come progettista insieme a Gianni Ratto, con la collaborazione di Marco Zanuso, alle tende per il campeggio "La Garetta", per il quale fornì i tappeti, le tende e i tessuti e del quale si riporta la seguente descrizione tratta dall'articolo "Fede Cheti alla Triennale", pubblicato su *Domus* numero 259 del giugno 1951.

La "Garretta" si chiama questa tenda da week-end di Fede Cheti, che è una delle cose che più hanno attratto e incuriosito i visitatori della Triennale. È una tenda circolare in cinz progettata da Fede Cheti e da Gianni Ratto [...]. È una leggera e smontabile tenda per signore, che possono farla innalzare qui o là nel giardino, o sulla spiaggia, o nel bosco, o portarsela dietro in un week-end non molto avventuroso [...]. La struttura metallica che sorregge questo cilindrico padiglione, semplicissima, è composta da due cerchi, l'uno alla base, l'altro alla cima, collegati da cinque o sei persone sedute - non occupa più spazio, né ha maggior peso, di un ombrellone chiuso. I sedili per gli ospiti che partecipano al picnic o alla conversazione, sono delle piccole e ottime poltroncine da campo in due pezzi, ideate dall'arch. Zanuso, con struttura in legno, braccioli in tessuto plastico, imbottiture di sedile e schienale in cuscini di cinz di Fede Cheti [...]. Su questo elegantissimo cinz essa si è certamente divertita a comporre, in bianco e nero, un paesaggio di copertine romantiche e comiche di Toulouse-Lautrec [...]. Oltre al grande tema verticale della "colonna di fiori" coloratissima, sul fondo bianco della stoffa - tema ormai suo classico - qui appare - in nuovi bellissimi esemplari - il grande motivo unico orizzontale: sono paesaggi boscosi romantici, tratti con la freschezza e la libertà di una immensa gouache che pare si sia appena asciugata sulla tela, e con la sapienza della monocromia o del colore appena accennato [...]. Dopo simili stoffe, non si desidera se non che ne vengano inventate altre e altre ancora, come nuovi



Allestimento "La Garretta", di Fede Cheti, progetto di Marco Zanuso (*Domus* n. 259, giugno 1951); Allestimento del Soggiorno dell'architetto Borsani con tendaggio in tessuto Cheti. IX Triennale di Milano.

La X Triennale del 1954, vede invece Fede Cheti per la prima volta come protagonista, fu questa, infatti, l'occasione in cui la Triennale volle tributarle una mostra personale, ordinata da Carlo Mollino, dove l'allestimento voleva ricreare un telaio da tessitore (*Decima Triennale di Milano*, 1954, p. 313). Tutte le stoffe in mostra erano per arredamento, tessute e stampate a Milano su disegni della stessa Fede Cheti, e della cui descrizione si riporta una breve descrizione, pubblicata su *Domus* numero 301 del dicembre 1954 nell'articolo *La presenza di Fede Cheti alla X Triennale*:

Misteriosamente Fede Cheti ha raggiunto una profondità di tinte che dà un eccezionale rilievo al disegno. Non mi stupirei di contare venticinque o trenta passaggi di grigi di Dégas o ai blu di quel bosco. E il disegno non rivela un punto di saldatura tra un "rapporto" e l'altro ma ha una fluida continuità. Sono stoffe che possono creare una parete dando uno straordinario sfondo all'ambiente. Hanno la stessa unzione che in antico avevano gli arazzi, ma adattata al gusto di oggi e alle dimensioni degli ambienti di oggi. La bravura tecnica è qui, come negli arazzi, messa a disposizione di un voluto effetto estetico. Chiamerei questa "pittura su stoffa" se il termine non tradisse l'intenzione. Con queste stoffe Fede Cheti si impegna su una nuova strada.

Anche in occasione della X Triennale Fede Cheti avrà come maggiore incarico quello dei due concorsi banditi insieme alla Triennale: il "Concorso Internazionale per disegni di

tessuti stampati per mobili imbottiti” (*Decima Triennale di Milano*, 1954, p. 27); la giuria era composta dal presidente della Triennale, l’onorevole Ivan Matteo Lombardo, da Fede Cheti, Lucio Fontana, Cesare Pedrini e Marco Zanuso che decise ancora una volta di non assegnare alcun premio. La giuria decise quindi di indire un nuovo “Concorso Internazionale per Mobili Imbottiti”, ma né il catalogo della X Triennale, né i documenti d’archivio fanno riferimenti all’esito che il concorso ebbe.

Esauritasi la parentesi dei concorsi, nel 1957 Fede Cheti tornò per l’ottava e ultima volta all’XI Triennale di Milano e anche in questa occasione, come nell’edizione precedente, le fu dedicata una mostra personale. Se tre anni prima si trattava di una piccola sala dove Cheti aveva esposto da sola, in questa XI Triennale ebbe a disposizione una parte del padiglione allestito da Edoardo Sianesi e da Piero Prampolini per ospitare la sezione dei tessuti. I due progettisti avevano, infatti, deciso di collocare le personali di quattro importanti studi d’arte (Fede Cheti, Irene Kowaliska, Gegia Bronzini e Myrica), appendendo i tessuti alla struttura interna del padiglione, per un effetto semplice ma chiaro (*Undicesima Triennale Milano*, 1957, p. 89). Lo stile di Fede Cheti si è evoluto rispetto alle edizioni precedenti, avvicinandosi molto agli andamenti astratti e geometrici che caratterizzeranno la sua produzione negli anni settanta, abbandonando in parte i temi floreali (Antonelli, 1988).



Una visitatrice tra le stoffe esposte nella sezione dei tessuti; un particolare di una stoffa Fede Cheti, IX Triennale di Milano (©Archivio fotografico della Triennale).

3. 1948-1949: Lo stile nell’arredamento moderno e Il mobile singolo.

Appare evidente già dalla lunga storia tra Fede Cheti e le Triennali che il ruolo di questa donna, e del suo lavoro, non risulta centrale solo nell’ambito delle arti applicate o

nell'evoluzione delle tecniche di produzione dei tessuti, bensì va molto oltre, intrecciandosi con la storia dell'architettura e del design dando slancio a quella rinascita che caratterizzò il panorama intellettuale e culturale italiano dal dopoguerra fino all'apice degli anni settanta.

Prova della simbiosi con il mondo dell'architettura e del design sono le mostre promosse insieme a Domus. La prima, nel 1948, fu una mostra intitolata *Lo stile nell'arredamento moderno*, che fra i progettisti invitati vedeva i nomi di Franco Albini, Fabrizio Clerici, Gio Ponti insieme a Carlo Mollino, Ettore Sottsass, Pietro Chiesa, Carlo Enrico Rava, Guglielmo Ulrich, Ico e Luisa Parisi, Giulio Minoletti e altri ancora. In questa occasione fu pubblicato anche il volume di Guglielmo Ulrich col titolo *Arredatori contemporanei* di cento facciate con trecento fra illustrazioni e disegni (edito da GÖerlich, Milano) che completava questa manifestazione voluta da Fede Cheti. È data testimonianza nell'articolo "Dimostrazione di qualità del nostro lavoro" pubblicato su *Domus* numero 226 del luglio 1948 e firmata da Enrico Freyrie:

Questa mostra è stata ideata da Fede Cheti - impetuosa creatrice di tessuti di arredamento che tutti conoscono - come una prova di qualità: sotto un certo punto di vista di considerazione internazionale e nei riguardi di una esportazione (cioè di una diffusione e di un potenziamento del lavoro italiano) essa era dunque necessaria. Fede Cheti ha invitato a parteciparvi architetti di divergenti opinioni [...]. Ognuno che ha partecipato è stato garantito dalla simultanea presenza di tutte le tendenze che questa iniziativa di Fede Cheti era, almeno essa, fuori dagli spiriti polemici che al momento d'oggi annullano, con deplorabili conseguenze, quella solidarietà fra gli architetti che pur deve rinascere [...]. Albini espone cose che riflettono con valore polemico il suo punto di vista. Il suo tavolo fatto di piccole travi ricoperto di una tela ciclamino, sembra una costruzione razionale, una affermazione contro tutti gli stilismi, ma ameremmo discuterne con lui poiché in verità non pare lo sia [...]. Ponti ha presentato due cose "dedicate agli americani", cioè per l'esportazione in U.S.A. ideate quando egli collaborava all'APEM [...]. Sot-sas invece, il più giovane di tutti, ha esposto un mobile i cui battenti, traforati con forme sulle quali noi giovani ameremmo discutere con lui, sono compensati con un numero grandissimo di strati. Non riusciamo a spiegare la ragione se non con l'affermazione della ricerca di una plastica spaziale [...]. Queste le nostre impressioni sulla mostra. Non sappiamo se Fede Cheti proseguirà in queste iniziative [...]. Noi vorremmo che la produzione di lusso, intesa come alta capacità esecutiva (nostra vera materia prima), fosse esclusivamente riservata all'esportazione verso quei mercati che la possono assorbire - e darei per questo mezzo della valuta- e che invece all'interno tutta la nostra attività fosse dedicata ad ottenere un massimo di bellezza (che tutti sappiamo che la bellezza formale non costa), pur rimanendo entro quelle condizioni concrete di costo, alle quali deve rispondere la nostra vita.



Allestimento e dettaglio delle stoffe Fedea Cheti esposte alla X Triennale del 1954 (*Domus* n. 301 dicembre, 1954).

L'esperienza si ripeterà prontamente l'anno successivo con l'organizzazione della mostra *Il mobile singolo*, e per la quale nuovamente sarà pubblicato un secondo volume con l'omonimo titolo, curato da Ulrich (edito da Göerlich, Milano), che è nuovamente ben descritta nell'articolo di *Domus* numero 234 del marzo 1949, "Il mobile singolo":

C'è stato in questa mostra l'impegno a voler affermare un principio di libertà nell'arredamento della casa. Il mobile deve essere finito in se stesso ed oltre a una sua forma, una sua linea, una sua funzionalità deve avere una "personalità" così forte da poter resistere a qualsiasi accostamento o composizione. Se il mobile è capace di resistere, le sue possibilità di ambientazione sono infinite, le composizioni che possono essere immaginate attorno ad esso danno libertà alla fantasia: l'arredamento diventa più vivo; non più un problema di simmetrie o asimmetrie, di stile o di non stile, è un problema di equilibrio tra un certo numero di mobili adatti a particolari funzioni, dimensioni opportunamente, che hanno una specifica caratteristica di linea, di colore, di funzione, di fisionomia [...]. L'arredamento, così sviluppato, dà la possibilità di creare nell'ambiente tante composizioni o gruppi di composizioni, con una maggiore aderenza alle esigenze funzionali e con una maggiore possibilità di fantasia. Ci siamo confortati di non vedere in questa mostra mobili estrosi, inutili, costosi e ingombranti [...]. Tavolini leggerissimi che si possono accumulare, poltrone smontabili e trasformabili, provviste di accessori vari, poltroncine girevoli, carrelli di servizio, poltroncine pieghevoli, tavoli e divani trasformabili, librerie non più pesanti ed ingombranti di una scaletta da guardaroba:

tutta una serie di motivi vivi, che si rinnovano e trasformano proprio per una casa che deve potersi rinnovare e trasformare [...]. Per alcuni mobili (i più riusciti diciamo subito) c'è da dire un'altra cosa: una progettazione particolarmente attenta e controllata nell'impiego e nella lavorazione dei materiali crea mobili che possono accoppiare al loro elevato clima estetico una facile e moderna possibilità produttiva che, senza volerla chiamare di serie, può raggiungere risultati economici interessanti. Questo, è ciò che sul piano pratico più interessa. Il lavoro, lo studio e l'esperienza che un mobile ben progettato richiede è solo giustificato per una produzione che possa accedere a un mercato sufficientemente vasto perché i problemi costruttivi siano sviluppati.

4. 1950-1975: Riconoscimenti e panorama internazionale

Le sperimentazioni della Fede Cheti sono considerate punti di arrivo nella tecnica di stampa su stoffa;[6] le sue grandi stoffe stampate contribuirono a segnare un cambiamento del gusto in quel momento in cui, anche in Italia, si sviluppava una forte tendenza alla decorazione degli interni, e soprattutto alla fine della seconda guerra mondiale, quando il riapparire di un certo benessere e il rapido evolversi dell'industria avevano creato le condizioni per uno stile di vita più ricercato. Le sue capacità artistiche e imprenditoriali la portarono rapidamente alla notorietà all'estero. Le stoffe della Fede Cheti furono, infatti, esposte nel 1937 a Parigi, nel 1938 a New York, nel 1939 a Berlino (Antonelli, 1988). A metà degli anni cinquanta i punti vendita delle stoffe d'arte Fede Cheti erano ormai diffusi in tutte le maggiori città italiane e all'estero in particolare a Zurigo e a New York. Nel 1948 a New York la ditta Fede Cheti è presente all'importante mostra *Italy at Work: Her Renaissance in Design Today*, che, sotto la guida di Gio Ponti, rappresentò un cruciale punto di contatto tra il mercato statunitense e il mondo del design italiano del dopoguerra.[7]

Un grande riconoscimento per Fede Cheti arrivò dalla Biennale di Venezia del 1950, quando, all'interno del settore arti decorative, i suoi tessuti artistici furono premiati con la medaglia d'oro. Un altro significativo successo risale al febbraio 1960, quando a Londra Fede Cheti fu l'unica donna e l'unica italiana a partecipare ai festeggiamenti per il centenario dei grandi magazzini Sanderson, la più importante casa inglese per stoffe d'arredamento (Alfonsi, 1975). In questa occasione le fu dedicato un articolo su *Domus* numero 365 dell'aprile 1960 con il titolo "La 'personale' di Fede Cheti a Londra" di cui è interessante riportare un breve estratto che ben sottolinea l'importanza di questa occasione:

Se è vero che oggi donne e uomini lavorano sullo stesso piano, mirano alle stesse mete e le raggiungono spesso, perché donne e uomini hanno le medesime possibilità e la stessa preparazione tecnica, anche a prescindere dalle particolari doti di genialità che gli uni come le altre possono possedere, è anche vero che non facilmente una donna riesce a imporsi con la forza della sua capacità, della sua preparazione e del suo gusto, sul piano nazionale prima ed internazionale poi. Nel campo puramente artistico, come nel campo dell'arte applicata, la conquista di una fama internazionale rappresenta veramente la meta più alta e non sono molti a raggiungerla: pochi gli uomini e pochissime le donne. Fra queste, Fede Cheti ha ormai da gran tempo raggiunto il traguardo, ma fondamentalmente inquieta e vibrante, ella mostra di non contentarsi di ciò che ha già dato e continua a studiare, a realizzare, a proporre sempre qualche cosa di nuovo in uno sforzo creativo che

non conosce soste [...]. Subito architetti, pittori, disegnatori la sentirono fraternamente vicina e lavorarono per lei che, modesta, ebbe l'intelligenza di capire come le sue idee potessero essere interpretate anche dalla sensibilità di altri artisti in modo da ottenere un gusto che, filtrato in questo modo, non sarebbe più stato solo un gusto Fede Cheti, ma piuttosto quello di un determinato periodo [...]. Per questo stile, Fede Cheti ha avuto i più ambiti riconoscimenti e l'ultimo è stato l'invito a partecipare con i suoi tessuti alla mostra internazionale allestita nel nuovo palazzo della società Sanderson di Londra in occasione del centenario di questa Casa. In questa magnifica sede è stata raccolta la produzione più significativa di ogni paese e Fede Cheti ha avuto l'onore di esporre i suoi tessuti accanto a quelli dell'architetto Wright il quale, pur non essendo uno specialista in questo ramo dell'arredamento, ha un nome tanto spendente nel campo della casa che è motivo di orgoglio essere affiancati con le proprie creazioni alle sue. Fede Cheti è stata la sola donna invitata ad esporre nel nuovo "building" della Sanderson, la più grande Casa commerciale inglese per tessuti di arredamento. A lei è stato affidato il compito impegnativo di rappresentare l'arte e il lavoro italiano in una mostra che raccoglieva il meglio della produzione.

Nel settembre 1961 Cheti aprì a New York un nuovo negozio al numero 877 di Madison Avenue e in seguito le furono affidati gli arredamenti delle residenze di alcune importanti personalità americane, fra cui diverse abitazioni nella zona di Central Park, oltre a quella del cosiddetto "appartamento dei papiri" nella torre del Waldorf Astoria, che *Harper's Bazaar* dirà essere "in assoluto un capolavoro" (Antonelli, 1988). Negli stessi anni collaborerà anche con l'Alfa Romeo per l'elaborazione degli interni delle vetture, oltre che di diverse imbarcazioni. Anche il *New York Herald Tribune* celebrerà Fede Cheti con il titolo su sei colonne "Vincitrice della Malinconia" (*Down With Contemporary... It's Bleak*, mercoledì 22 febbraio 1961, *New York Herald Tribune*). Cinque anni dopo, nell'ottobre 1966 a New York, riporta un nuovo grande successo e un riconoscimento delle più importanti riviste di arredamento di interni. E in coincidenza con la mostra personale che il grande centro di vendita J.H. Thorpe & Co.Inc. di New York allestisce al 171 della 56ma strada est a Manhattan, le viene dedicato tutto il salone d'onore (Alfonsi, 1975).



Inserto pubblicitario che elenca tutte le riviste americane che pubblicano i prodotti Fede Cheti (Domus n. 445, dicembre 1966); lettera dalla redazione di Harper's Bazaar su una pagina pubblicitaria Fede Cheti (Domus n. 380, luglio 1961).

Questo evento preannunciò una svolta nello stile di Fede Cheti, perché avviava l'abbandono negli anni settanta dei toni tenui in favore di motivi arcaici e astratti (Antonelli, 1988). Non solo la stampa italiana celebra l'evento, ma anche i giornali americani ne tessono le lodi, primo fra tutti il *New York Times* e anche *Vogue America Home*. Anche l'Italia consacrerà il successo e il talento di Fede Cheti e nel 1965 Milano le conferirà la medaglia d'oro del "Premio Città Milano", come miglior artefice italiano particolarmente distintosi nel campo delle arti decorative (il premio inoltre fu assegnato a Lucio Fontana) (Lucio Fontana e Fede Cheti premiati per il 1964-65, giovedì 24 giugno 1965, *Il Giorno*); infine nel 1970, a 65 anni, fu la prima donna in Italia a essere eletta Socia d'Onore della U.I.S.T.A. (Unione Italiana Stampa Tessile e Abbigliamento) (Folco, 1997).

Gli anni settanta continuarono a vederla protagonista, in un contesto però fortemente mutato dalla crescente concorrenza nel settore tessile, con la quale indubbiamente doveva fare i conti. A tal proposito sono interessanti le dichiarazioni che Fede Cheti fa nel 1975 alla giornalista di moda

[...] Lavoro esclusivamente con donne, sono ottime collaboratrici (la mia segretaria, con la quale ho parlato prima, è qui da ventotto anni), validissime, puntuali [...]. D'altra parte riesco a inquadrare perfettamente la mia vita essendo molto attiva, alzandomi presto al mattino e riordinando bene le ore di lavoro: questo mi permette

di non trascurare mai me stessa, di badare a tutto, di conciliare lavoro-casa-vita culturale (amo molto la musica, il concerto, il teatro), di coltivare i miei hobby che consistono nella raccolta di cose preziose, nelle collezioni africane (ventagli, maschere, costumi della Costa d'Avorio da 1200 a 1500), di pietre, secondo il momento e le tendenze [...]. Ma sì! sono femminista: al cento per cento; anche se possiedo una buona dose di femminilità – che non voglio trascurare! – perché adoro i vestiti, i fiori, tutto quanto – come prima ho detto – viene dalla natura o la rappresenta; e desidero non indurire il mio temperamento per una vita commerciale.

Perché la donna, indubbiamente, può dedicarsi a qualsiasi attività ritenuta “maschile” senza perderla, la propria femminilità. Ed oggi, in generale, è simpaticissima, emancipata, sa quello che vuole: abbiamo donne che possiamo portare ad esempio agli uomini”.

Provata dalla malattia, decide di ritirarsi nella natia Liguria, a Sant'Ilario, provincia di Genova, dove morì il 18 novembre 1979. Dopo la morte, l'azienda fu rilevata da un gruppo di persone tra le quali figurava Vittoria Toniolo, figlia della più stretta collaboratrice di Fede Cheti (Folco, 1997).

5. L'archivio Fede Cheti' e l'eredità culturale da ricostruire

Al termine di questa storia così densa di contenuti, appare forse difficile comprendere il lavoro di ricostruzione che è stato necessario compiere per tracciarla in tutti i suoi aspetti. Oggi lo Spazio Fede Cheti in via Manzoni 23 è ancora attivo come atelier, grazie al lavoro di Teresa Clerici e Alessia Fugazzola Zeni, che dalla fine degli anni ottanta ne hanno preso la guida. Sebbene i tessuti costituiscano ancora l'identità e l'immagine di questo spazio storico milanese, il marchio oggi si occupa esclusivamente di selezionare i tessuti delle migliori aziende italiane e internazionali, anche attraverso l'organizzazione di mostre di artisti emergenti, e non ha più al suo interno alcun tipo di materiale storico Fede Cheti. Purtroppo infatti, in parte perché distrutto in un incendio negli anni ottanta, in parte per necessità economiche dovute alla forte crisi che questo settore ha affrontato negli ultimi vent'anni, l'archivio dei disegni, delle stoffe e della documentazione sulla Fede Cheti non è più reperibile nella sede di via Manzoni. Quello che resta dell'archivio dei tessuti della Fede Cheti e di alcuni pochissimi disegni originali è ora proprietà del Gruppo Ratti, che sebbene sia attualmente visitabile nella sede di Guanzate (CO), non è più utilizzabile a scopo di ricerche esterne o esposizioni in quanto sotto copyright dell'azienda, condizione che vincola in un certo modo la potenzialità che questo materiale storico potrebbe ancora avere come stimolo per nuovi giovani creativi nel provare a rivalorizzare la firma che Fede Cheti era un tempo. Il materiale storico come documenti, lettere, cataloghi e rassegne stampa dell'epoca risulta disperso, sebbene Teresa Clerici e il marito, l'architetto Sergio Allori, abbiano iniziato da alcuni anni a raccogliere per quanto possibile alcuni documenti, anche grazie all'interessamento di (pochi) giovani ricercatori.^[8] La documentazione più ricca è sicuramente riferibile ai cataloghi delle Triennali e ai numerosissimi articoli comparsi su Domus lungo tutta la storia della Fede Cheti, che compare anche in tutti i libri e i saggi dedicati alla storia del tessuto del XX secolo, ma sarebbe certo necessaria (e interessante) un'opera di recupero più completa dedita a ricostruire e rivalorizzare questo pezzo di storia del design italiano.

Bibliografia

- V Triennale di Milano. *Catalogo Ufficiale*. (1934). Milano: Casa Editrice Ceschina.
- VII Triennale di Milano. *Guida*. (1941). Milano: S.A.M.E.
- Antonelli, P. (1988). *Fede Cheti*. In *Dizionario biografico degli Italiani* (vol. 34). Disponibile presso: <http://www.treccani.it>.
- Aspesi, N. (1982). *Il lusso e l'autarchia: storia dell'eleganza italiana 1933-1944*. Milano: Rizzoli.
- Borghese, G. (1981, maggio). F. C.: immagine di una signora "grande firma". *Corriere della sera*.
- Buss, C. (a cura di). (2001). *Seta: il Novecento a Como*. Catalogo della mostra (Como, Villa Olmo), Cinisello Balsamo: Silvana Editoriale.
- Butazzi, G. (a cura di). (1980). 1922-1943. *Vent'anni di moda italiana*. Catalogo della mostra (Milano, Museo Poldi Pezzoli). Firenze: Centro Di.
- Catalogo Ufficiale della IV Esposizione Triennale Internazionale delle Arti Decorative e Industriali Moderne*. (1931). Milano: Casa Editrice Ceschina.
- Davanzo Poli, D. (2007). *Tessuti del Novecento. Designer e manifatture d'Europa e d'America*. Milano: Skira.
- De Giorgi, M. (a cura di). (1995). 45,63 *Un museo del disegno industriale in Italia. Progetto di una collezione*. Milano: Abitare Segesta Cataloghi.
- Decima Triennale di Milano*. (1955). Milano: S.A.M.E.
- Design since 1945, Philadelphia Museum of Art* (catal.), a cura di K. B. Hiesinger, Philadelphia 1983, p. 182.
- Down With Contemporary... It's Bleak. (1961, febbraio). New York Herald Tribune.
- Fanelli R. e G. (1976). *Il tessuto moderno: disegno moda architettura*. Firenze: Vallecchi.
- Fede Cheti alla Triennale. (1951, giugno). *Domus* 259, 61-64.
- Folco, Flavia, (1997). Fede Cheti (1905-1979). Una savonese da riscoprire. *Sabazia*, 22/23. Savona: Società Savonese di Storia Patria.
- Freyrie, E. (1948, luglio). Dimostrazione di qualità del nostro lavoro. *Domus* 226.
- Gualdoni, F. (a cura di). (2002). *La manifattura Jsa e gli anni Cinquanta. Tessuti d'arte, tessuti d'artisti*. Catalogo della mostra (Busto Arsizio, Museo del Tessile e della Tradizione Industriale). Busto Arsizio: Mariani Arti Grafiche.
- Guida della Sesta Triennale*. (1937). Milano: S.A.M.E.
- Il mobile singolo. (1949, marzo). *Domus* 234.
- La memoria e il futuro. I Congresso Internazionale dell'Industrial Design, Triennale di Milano, 1954*. (2001). Milano: Skira.
- La "personale" di Fede Cheti a Londra. (1960, aprile). *Domus* 365.
- La presenza di Fede Cheti alla X Triennale. (1954, dicembre). *Domus* 301.
- Lucio Fontana e Fede Cheti premiati per il 1964-65. (1965, giugno). Il Giorno.
- Marchesoni, D. (1985). *La Triennale di Milano e il Palazzo dell'Arte*. Milano: Electa.
- Martignoni, M. (a cura di). (2008). *La Triennale di Milano*. Milano: Skira.
- Milano 70/70. Un secolo d'arte: Dal 1915 al 1945*. (1971). Catalogo della mostra Milano 28 aprile-10 giugno. (vol.2 p. 195).
- New Complete Guide to Interior Decoration*. (1953). New York : Simon and Schuster.
- Nona Triennale di Milano. Catalogo*. (1952). Milano: S.A.M.E.
- Pansera, A. (a cura di). (2002). *Dal merletto alla motocicletta. Artigiane/artiste/designer nell'Italia del XX secolo*. Milano: Silvana Editrice.
- Pansera, A. (1990). *Uno stile nell'arredamento. Le pitture su stoffa di Fede Cheti*. In '900

Arti decorative e applicate del XX secolo. Lybra.

Pansera, A. (1978). *Storia e cronaca della Triennale*. Milano: Longanesi.

Peri, P. (1991). "Tessuti". In Pirovano, C., Agostini, B. *Storia del disegno industriale: 1919-1990 Il dominio del design*. Milano: Electa. (Vol. 3, pp. 383-389).

Pica, A. (1957). *Storia della Triennale 1918-1957*. Milano: Edizioni del Milione.

Rocca A. (1999). *Atlante della Triennale*. Milano: Edizioni della Triennale.

T8, Ottava Triennale di Milano. Catalogo - Guida. (1947). Milano: Stamperia grafica Meregalli.

Terraroli, V. (a cura di). (1999). *Le arti decorative in Lombardia nell'età moderna 1780-1940*. Milano: Skira.

Tosi Brandi E. (2009). *Gruau e la moda. Illustrare il Novecento*. Cinisello Balsamo: Silvana Editoriale.

Trasforini, M. A. (a cura di). (2006). *Donne d'arte: storie e generazioni*. Roma: Molteni Editore.

Trionfano ancora una volta i tessuti d'arte di un'italiana. (1966, ottobre). *Il Giorno*.

Ulrich, G. (1949). *Arredatori contemporanei*. Milano: Gorlich.

Ulrich, G. (1949) *Arredamento, mobili e oggetti di arte decorativa*. Milano: Gorlich.

Undicesima Triennale Milano 1957. (1957). Milano: Arti Grafiche Crespi.

Venturelli, P. (1999). Sete, cotoni, merletti, arazzi e ricami: la produzione tessile lombarda. In Terraroli, V. (a cura di). *Le arti decorative in Lombardia nell'età moderna 1780-1940*. Milano: Skira, 1999.

NOTE

1. Il testo è indicato a piè pagina come tratto dalla rivista *Novità*. La rivista *Novità* (mensile fondato da Bebe Kuster nel 1950 e diretto da Lidia Tabacchi), fu acquistata poi nel 1964 dall'americana Condé Nast di Samuel Irving Newhouse. *Novità* era destinato ad un pubblico d'élite e trattava di stile, arredamento e moda. La nuova proprietà ribattezza la testata *Vogue e Novità*, per poi diventare definitivamente *Vogue* nel 1966, diretto da Franco Sartori.↵
2. Dopo le esperienze delle prime tre Biennali monzesi, è con la IV edizione del 1930, la prima con cadenza triennale ma l'ultima tenutasi a Monza, che la realtà del tessile fa il suo pieno ingresso nell'*Esposizione Internazionale d'Arte Decorativa e Industriale Moderna*; è infatti in quell'anno che per la prima volta è presente una definita e autonoma *Galleria dei tessuti*, ordinata dall'architetto Luciano Baldessari.↵
3. Con Renato Camus, Paolo Clausetti, Giuseppe Mazzoleni, Giulio Minoletti, Gabriele Mucchi, Giancarlo Palanti e Giovanni Romano.↵
4. Sarebbe quindi possibile ipotizzare che il famoso tessuto rigato bianco e blu delle due sedute "seggiovia" progettate per l'occasione da Albini sia di esecuzione della Fede Cheti, anche se non è presente un riferimento specifico ma solo l'indicazione "stoffe ditta Fede Cheti".↵
5. Milano, Archivio storico della Triennale, TRN-VIII 47.1 Fede Cheti, verbale dattiloscritto della Giuria del Concorso T8 Fede Cheti n. 1 su carta intestata.↵
6. Cheti non solo innovò il linguaggio artistico dei tessuti, ma anche le tecniche e i materiali con cui venivano realizzati; durante la seconda guerra mondiale, nel 1940, sperimentò una paglia sintetica fatta al 90% di viscosa e al 10% di cotone, che ribattezzò lin-lan e che impiegò per la tappezzeria, mentre negli anni Cinquanta ideò una nuova fibra sintetica trasparente, abbinandola a quelle già in uso, pur senza mai rinunciare del tutto a queste ultime, come la canapa (Venturelli, 1999, p. 178).↵

-
7. Nell'estate del 1948 Fede Cheti fu immortalata in uno splendido scatto del fotografo americano Irvin Penn, che durante un suo viaggio in Italia visitò Milano per ritrarre tutte le più importanti figure del panorama intellettuale e artistico del dopoguerra (Penn Foundation).↵
 8. Un importante lavoro di ricerca è stato compiuto in maniera specifica sul rapporto della Fede Cheti con la Triennale di Milano, raccolto nella tesi laurea di Emanuele Costamagna, relatore prof. Giovanni Bianchi, con il titolo *Storia della Triennale di Milano: le sezioni del tessuto fra gli anni '30 e '50. Il caso Fede Cheti*, per il Corso di Laurea Magistrale in Economia e Gestione delle Arti e delle Attività culturali, dell'Università Ca'Foscari di Venezia (Anno Accademico 2009/2010).↵

Microstorie

MATERA ANNI SETTANTA: COOPERATIVA LABORATORIO UNO S.R.L. DESIGN E FORMAZIONE NEL MEZZOGIORNO D'ITALIA

Rossana Carullo, Politecnico di Bari

Orcid id 0000-0002-4430-4079

Rosa Pagliarulo, Politecnico di Bari

Orcid id 0000-0001-9515-3103

PAROLE CHIAVE

Cultura materiale, Formazione, Mario Cresci, Mezzogiorno, Tradizioni popolari

La ricerca mette in luce caratteri e specificità dell'esperienza didattica Laboratorio Uno tenutasi alla fine degli anni settanta a Matera sotto la direzione di Mario Cresci. Dall'analisi della documentazione reperita e dalle testimonianze degli ex allievi, emerge la consapevolezza di una necessaria diversità della formazione del design nel Mezzogiorno, rispetto ai modelli educativi nazionali e internazionali esistenti. Al centro delle riflessioni il ruolo della cultura materiale locale, dei suoi rituali e del significato profondo degli oggetti quotidiani che la rappresentano.[1]

1. La ricerca di un modello educativo per il Mezzogiorno d'Italia

La chiusura delle scuole di design di Venezia e di Firenze e la mancanza di reali alternative, è il segno preoccupante di una carenza culturale che trova anche nella privatizzazione delle singole esperienze professionali, l'incapacità di porre se stessi ed il proprio potenziale tecnico-creativo all'interno di una socialità più ampia rispetto a quella delegata alla progettazione per la produzione di serie (Cresci, 1977, s.p.).

Siamo alla fine degli anni settanta quando con queste parole Mario Cresci[2] compì una riflessione significativa sul problema della formazione del design in Italia e sui modelli a cui essa avrebbe dovuto aderire in rapporto alle diversità culturali e geografiche del Paese. Egli intravide in questo contesto composto da *differenze*, un potenziale tecnico-creativo inespresso.

Il modello del Bauhaus e della scuola di Ulm non sembravano più bastare per cogliere tale specificità. Si trattava di modelli didattici da lui riconosciuti e indirettamente sperimentati frequentando negli anni sessanta il Corso Superiore di Design di Venezia[3], a contatto con professionisti come, Angelo Mangiarotti, Mario Bellini, Silvio Ceccato, Carlo Scarpa, Luigi Veronesi, Andries Van Onck, Edoardo Vittoria, Enzo Frateili, Aldo Musacchio, Massimo Vignelli, Bob Noorda e Italo Zannier: "risalgono a quel periodo gli studi sulla Bauhaus, la psicologia della percezione, la teoria della forma e la geometria non euclidea applicata alla sperimentazione fotografica e alla realizzazione di prototipi di laboratorio" (Cresci, 1980, p. 3). Quel modello non era più sufficiente, andava contaminato dagli specifici contesti culturali in cui la formazione si calava, interpretando e *misurando*, per usare ancora le sue parole, la profondità:

della cultura subalterna, della cultura materiale che in ogni regione d'Italia aveva ed ha, ancora per poco nel Mezzogiorno, espresso rituali, feste, tradizioni popolari, oggetti e linguaggi che dovevano comunque e necessariamente diventare sistemi di riferimento per l'analisi di nuovi comportamenti e nuove metodologie culturali e produttive per tutta la cultura italiana (Cresci, 1977, s.p.).

Da questo punto di vista, secondo Cresci, le strutture educative avrebbero dovuto avere sempre meno bisogno di figure di *maestri* e sempre più consapevolezza della complessità della *realtà sociale ed industriale* dei luoghi in cui dovevano agire. Il fine era di creare situazioni di mercato coerenti con la produzione degli oggetti. Bisognava evitare di introdurre "il mito dell'oggetto inteso come elemento funzionale alla crescita sociale e civile", esso "non è più attendibile se si valuta la componente elitaria che contraddistingue il design italiano in un'economia di mercato che esclude volutamente progetti, materiali e prodotti realizzati a costi convenienti per la comunità senza per questo escludere il design qualificato" (Cresci, 1977, s.p.).

La risposta a queste argomentazioni si tradusse nell'avviamento, dall'aprile del 1978 a Matera, di *Laboratorio Uno*, un corso biennale di formazione di design immaginato come il primo di una lunga serie. L'articolo quarto dell'Atto costitutivo della Cooperativa omonima[4], obbligatoria per avviare il corso, ne contiene le finalità: "rispondere ad una nuova concezione dell'artigianato consapevole della cultura e delle tradizioni popolari del Mezzogiorno ed essere orientato verso la realtà contemporanea e la domanda di mercato inerente l'artigianato artistico regionale e nazionale"[5]. Al centro del corso fu collocata la cultura materiale locale, per garantire quella *economia di mercato* inclusiva e coerente con la struttura educativa. Solo così tale struttura poteva essere un sistema di riferimento "per l'analisi di nuovi comportamenti e nuove metodologie culturali e produttive per tutta la cultura italiana" (Cresci, 1977, s.p.).

Un'iniziativa ambiziosa poiché mirava non solo alla integrazione di giovani nell'ambito lavorativo, ma voleva soprattutto essere un progetto culturale: da un lato individuare, conoscere, riconoscere gli oggetti simbolo della tradizione contadina e, dall'altro lato, elaborare la tradizione, reinterpretarla e interrogarla nella sua appartenenza al presente. Il progetto di formazione si presentava come un controcanto alla formazione universitaria, ritenuta incapace di trovare un seguito nella realtà lavorativa del Mezzogiorno, poiché estranea alla cultura sociale ed economica di quel territorio. Era la convinzione che il design, "tutto ciò che è materia, fabbricazione [...] con tutti i fenomeni di induzione diretti ed indiretti e collaterali agli oggetti, ai rituali di consumo, la loro storia rispetto all'uomo e ai processi economici connessi all'area di provenienza" (Cresci, 1988, p. 3), tutto ciò potesse essere una risposta tanto diversa, quanto profonda e radicata e dunque corretta, per rispondere ai problemi di sviluppo del Mezzogiorno. Da un lato vi era la consapevolezza dell'originaria dicotomia tra *sapere* e *saper fare* propria del sistema educativo italiano, dall'altro lato vi era altrettanta consapevolezza sul fatto che il portato dei principali modelli educativi nazionali e internazionali dovesse piegarsi, smontarsi e ricomporsi in una visione a 360°, in una mescolanza di linguaggi[6], in cui "è il nostro vissuto, il nostro comportamento di autori che entra continuamente in gioco rispetto all'oggetto e all'immaginario che esso provoca" (Cresci, 1988, p. 3).

Cresci reputava questa presa di coscienza come necessaria per formare nuove generazioni di operatori/designer capaci di riconoscere il significato profondo degli oggetti che li circondano, oggetti intesi come specchio dei comportamenti umani e risposta ai loro bisogni. Non c'era una distinzione tra prodotto di serie e prodotto artigianale. Per entrambi il design poteva e doveva dare il proprio contributo senza proporre riduzioni al patrimonio della cultura materiale, semmai restituendone la complessità geografica e culturale secondo quanto appreso da Cresci tramite gli studi di antropologia strutturale di Lévi-Strauss:

Secondo Lévi-Strauss, alle grandi filosofie si vanno sostituendo filosofie alternative commisurate ai contesti sociali ed economici nei quali esse nascono e rispetto ai quali è possibile individuare un diverso rapporto del pensiero con la realtà circoscritta e concretamente progettata attraverso campioni operativi di intervento (Cresci, 1981, p. 3).[7]

Quegli studi insieme al suo personale vissuto nel Mezzogiorno d'Italia, al fianco di esponenti importanti della *cultura meridionalista* come il sociologo Aldo Musacchio e il Gruppo *Il Politecnico*, furono l'avvio e il reagente principale di questa visione inclusiva presente nel suo progetto educativo. *Il Politecnico*, precedentemente denominato *Polis*, era coordinato da Aldo Musacchio e composto dallo stesso Cresci, da Ferruccio Orioli e da Raffaele Panella. A questo gruppo l'amministrazione comunale di Tricarico aveva affidato la redazione del Piano Regolatore Generale della cittadina (Cresci, Musacchio, Orioli & Panella, 1967). Terminati gli studi a Venezia nel 1966, l'esperienza con *Il Politecnico* per il nuovo Piano Regolatore di Tricarico, modificò l'orientamento professionale di Cresci:

Alla fine degli anni '60 ho modificato i miei orientamenti professionali nati con il Corso Superiore di Disegno Industriale di Venezia. Molti della mia generazione [...] scelsero diversi campi operativi a contatto con la conflittualità sociale che aveva messo in crisi l'utopia (tra le molte) del professionista organico allo sviluppo delle aziende di produzione [...], si crearono in Italia dei gruppi di lavoro a carattere interdisciplinare con competenze nei campi delle scienze sociali e della progettazione. Uno di questi, formatosi a Venezia nel 1965 fu il gruppo *Polis* denominato più tardi: *Politecnico*, gruppo di urbanistica, architettura e design, che operò in Basilicata dal 1967 a 1973; diretto dal sociologo meridionalista Aldo Musacchio e composto da architetti, economisti e tecnici provenienti da varie città italiane. [...] in questo clima culturale si crearono le premesse di una professione, che pur avendo una visione parziale della realtà e dei rapporti di produzione del mondo del lavoro, servirono comunque ad alcuni di noi per scegliere strade alternative a quelle indicate dal Corso di Venezia [...] L'impatto tra le due culture (quella dalla quale provengo) e quella del mondo contadino mi servì a capire come il mio lavoro si dovesse misurare non solo con me stesso e le mie motivazioni, ma anche con la realtà quotidiana che andavo registrando (Cresci, 1980, s.p.).

Una realtà quotidiana che, come è stato ampiamente riconosciuto, gli si aprì davanti agli occhi una volta sceso nella stazione ferroviaria di Grassano-Tricarico: egli intravide la possibilità di “un nuovo apprendistato, è l’affiancamento di una cultura materiale alla cultura razionalista del design. È una sorta di nuovo *basic* che ha profonde radici storiche e antropologiche e necessita di un’attività conoscitiva quotidiana” (Piazza, 2009, p. 152). Quest’attività conoscitiva metteva in secondo piano la dimensione funzionale e tecnologica degli oggetti, per avvicinarsi semmai a una loro dimensione rituale e magica in risonanza con gli studi, ben noti a Cresci, di Ernesto De Martino nel suo *Sud e magia*. La sperimentazione didattica attraverso *Laboratorio Uno* sarà indirizzata a indicare una nuova interfaccia comunicativa del *Pensiero padano*, come egli stesso lo chiamava, rispetto al *Pensiero meridiano* in cui al centro si trovino le *relazioni umane* prima ancora che il *sapere scientifico*.

2. Cooperativa Laboratorio Uno S.r.l.: metodologie, struttura e risultati di un’esperienza didattica

Il corso di formazione fu istituito dalla Regione Basilicata nel 1978 per avviare un programma biennale di formazione professionale sull’impiego delle tecniche tradizionali artigianali, e fu promosso dal Dipartimento per la Formazione Professionale in collaborazione con il Dipartimento per le Attività Produttive della Regione Basilicata. Con l’avvento delle Regioni nel 1972 la responsabilità dell’attività di formazione professionale era passata dal Formez, direttamente alle Regioni. Il Formez era l’Ente che affiancava la Cassa del Mezzogiorno per gli aspetti di sostegno allo sviluppo sociale e formativo del Meridione. Come ricorda lo stesso Musacchio, che vi lavorò per trent’anni, il Formez continuò però a dare il proprio contributo anche con la scomparsa della Cassa del Mezzogiorno e tutt’ora esiste. Il corso di formazione nacque dunque in un contesto istituzionale specifico del Mezzogiorno d’Italia, non in dipendenza dal Ministero dell’Istruzione, e ne recepì le connotazioni. Aldo Musacchio così lo descrisse:

Nella sua forma giuridico-istituzionale il Formez si delinea nel 1959 per effetto di un’idea - qualcuno ha parlato di *un sogno* - di Giulio Pastore, in quell’epoca Ministro Presidente del Comitato dei Ministri per il Mezzogiorno, il quale dà sostanza istituzionale all’art.1 della legge 555 del luglio 1959, dove si afferma che “in funzione dell’intervento di sviluppo economico, il Comitato può autorizzare la Cassa per il Mezzogiorno a partecipare ad enti che svolgano attività di preparazione professionale e a promuovere e finanziare attività e istituzioni a carattere sociale ed educativo (Musacchio, 1990, p. 6).

L’avviamento del corso di formazione era parte integrante di un progetto più ampio e articolato che impegnava i partecipanti al progetto a costituirsi anche in cooperativa: la *Cooperativa Laboratorio Uno S.r.l.*[8]. Come risulta dalla composizione della cooperativa, al corso parteciparono 16 allievi giovanissimi e per la maggior parte disoccupati, con il preciso scopo di legare l’acquisizione di determinate abilità con l’apertura di una propria attività nel settore. Esisteva una stretta convergenza di obiettivi tra scuola e cooperativa: il *saper fare* era la condizione necessaria ad acquisire strumenti e tecniche per lavorare e produrre[9] in maniera coerente e consapevole della cultura del territorio.

Si trattò di un primo intervento significativo in Basilicata in cui l’istituzione si faceva carico della grande responsabilità di preparare figure professionali secondo una formazione che restituisse valore e dignità al lavoro artigianale, diffuso, ma poco riconosciuto dalla collettività, come disposto dall’Art. 3 di costituzione della Cooperativa:

Lo scopo è ottenere continuità di occupazione lavorativa; in particolare: potenziare la produzione con l'acquisto di macchine appropriate; ridurre le spese di impianto; favorire l'istruzione professionale istituendo corsi di preparazione e di aggiornamento. La coop. si propone inoltre di avviare i processi di formazione tecnico-culturale di giovani che vogliono avviarsi all'attività artigianale.

Cresci si fece così interprete della cultura locale, penetrando nelle pieghe più profonde e silenziose del territorio e restituendo vita a ciò che il tempo e l'uomo avevano sopito. Il territorio, gli insediamenti urbani, le case, gli interni ora scavati ora costruiti, gli oggetti, gli utensili da lavoro, i simboli, venivano riconosciuti come gli elementi identitari della cultura materiale lucana, e restituivano dignità e autonomia a una cultura contadina sino ad allora considerata subalterna in modo "che trascendesse il modello neorealista e la stanca ripetizione di un'iconografia della miseria e del sottosviluppo" (Faeta, 2012, p. 190).

A partire dal rilevamento degli elementi del mondo materiale prendeva vita il lavoro interpretativo della realtà stessa: attraverso lo strumento immaginifico dell'analogia le cose diventavano "segni, forme e significati traslati su materiali diversi a testimonianza che il rapporto uomo-ambiente ha creato nel tempo la propria identità raffigurata e costruita in valori d'uso e credenza" (Cresci, 1978).

La conoscenza della realtà materiale e il riconoscimento degli elementi che ne definiscono l'identità rappresentavano i fondamenti teorici su cui si strutturava il corso ed erano propedeutici al fare, al progettare, al contaminare, come risulta dalle parole del maestro ceramista Dino Daddiego che affiancò Cresci come docente nel progetto didattico:

Quando Cresci arrivò a Matera trovò un ambiente culturalmente molto fervido già impegnato nella ricerca sui simboli identitari della cultura locale. Tra i primi ad avviare la ricerca ricordo Annone, nell'ambito dell'area della *Civitas*, tra il *Sasso Baresano* ed il *Sasso Caveoso*. Le ceramiche dei Capelluti ed Annunziata, il circolo culturale della Scaletta di cui fanno parte anche Guerricchio, Zancanaro, Treccani, Basaglia. E poi gli interventi alla Martella con Quaroni e Cascella, De Carlo e Spine Bianche[10].

Su di essi si fondava una particolare idea di *creatività* (Cresci, 1978) per la quale la realtà si trasformava in potenziale inesplorato sino ad allora e possibile volano di nuova forma di economia.

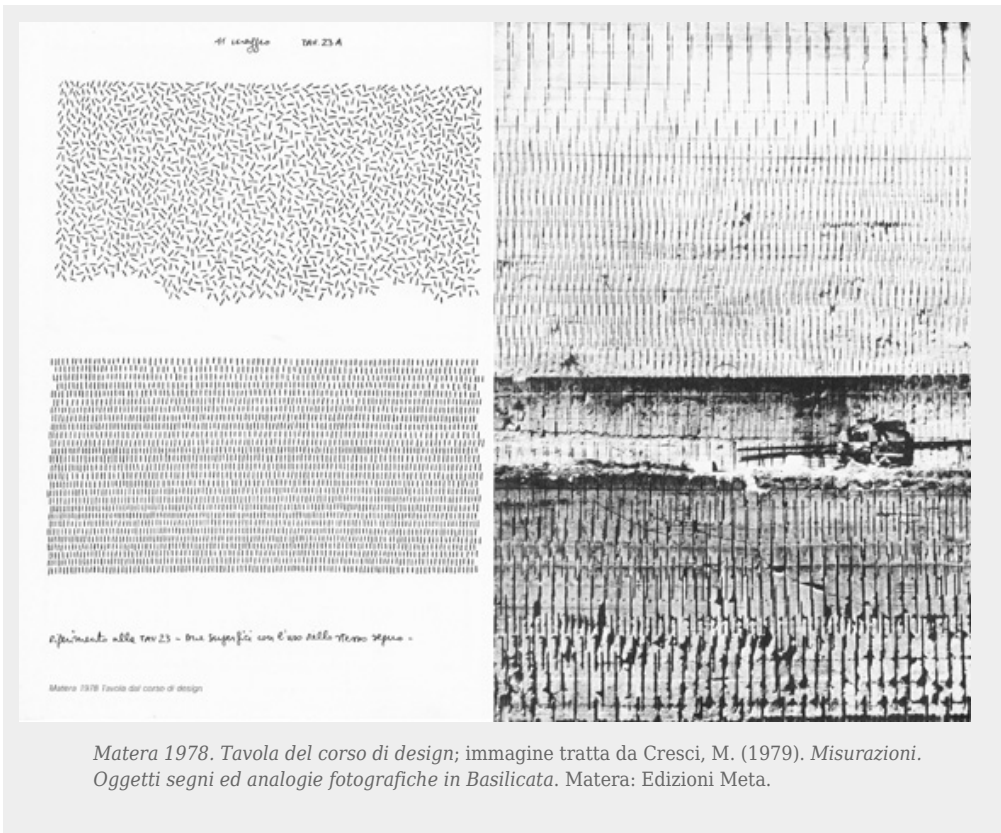
Il corso si strutturava con lezioni di progettazione tenute da Mario Cresci[11] e attività di laboratorio legate alle specifiche competenze locali: lavorazione della cartapesta e della ceramica. Queste ultime erano tenute dagli artigiani Francesco Nicoletti e Dino Daddiego, proseguiti di abilità storicamente riconosciute[12]. Le lezioni si alternavano alle attività di laboratorio, le prove sulla potenzialità espressiva del segno grafico bidimensionale diventavano forza materica dell'oggetto nella sua tridimensionalità. La capacità di calibrare il segno della matita sul foglio bianco si alternava alla forza di incidere e dare forma con le mani ai panetti di argilla, e la traccia nera sul foglio bianco si traduceva nell'ombra di un solco o di un rilievo sulla materia posseduta e lavorata. Come ricorda Daddiego:

portavo gli allievi nella campagna vicino Matera per far conoscere e toccare con le mani i diversi tipi di argilla, le sue colorazioni. Il terreno veniva classificato in relazione alle caratteristiche proprie che l'argilla doveva possedere per ogni specifico impiego: per il colaggio, per il pressaggio a mano, per il tornio.[13]

Gli esercizi rappresentati sul foglio prendevano corpo sulla materia, cartapesta o argilla, sperimentando la forma rappresentativa di una tecnica, con l'espressività di un'altra. Nell'impostazione del corso si strutturavano così le condizioni necessarie e utili a una lettura e rappresentazione della realtà e a una sua successiva scomposizione e rielaborazione: "questo progetto mi entusiasmava perché la scuola voleva darci una padronanza completa del fare e una capacità di controllo della forma e della tecnica per renderci interpreti di quello che vedevamo e che apparteneva alla nostra terra"[14].

La dispensa manoscritta da Cresci nel '78, nata a sussidio del corso, elenca: *Mondo dei Segni Rappresentazione e Comunicazione*. Il segno grafico veniva analizzato attraverso esercitazioni progressive e di gruppo, specificando il tipo di strumento grafico, mina HB o biro o penna a china, e il tipo di foglio, carta bianca di cm. 24×30. I segni dovevano rispettare tre costanti: misura, distanza tra segno e segno e pressione della mano sul foglio; mentre variavano per composizione: erano ripetuti secondo linee verticali, inclinate, orizzontali, secondo ritmi di frequenza o di vibrazione, nei limiti di un modulo geometrico o senza limiti di inclinazione e spessore, con riferimenti figurativi predisposti o senza riferimenti figurativi. Gli esercizi di composizione di linee descritti erano poi seguiti da esercitazioni più complesse sulla scomposizione della forma figurativa. In questa fase le forme e i segni diventavano rappresentativi delle relazioni strutturali di una figura geometrica, lasciando spazio all'*interpretazione* dell'autore.

L'ultima tappa dell'esplorazione segnica riguardava la rappresentazione e l'analisi visiva di forme e oggetti della cultura materiale come cesti, panieri e vasi, ma anche di elementi del paesaggio quali spighe, foglie e fiori. A partire dal disegno dell'oggetto, restituito secondo le proiezioni ortogonali, venivano individuati gli elementi costruttivi e di seguito venivano rappresentati i rapporti formali tra le varie parti. Erano esercizi che Cresci riconosceva come propedeutici alla progettazione perché necessari a esprimere le potenzialità sottese a un'opera nella sua fase più fervida: l'ideazione. Non erano ancora un oggetto, ma semplici operazioni base di scomposizione e ricomposizione. Nella definizione delle relazioni strutturali e nella sperimentazione delle loro variazioni, le forme si declinavano a esprimere ed interpretare la cultura materiale del luogo.



Matera 1978. Tavola del corso di design; immagine tratta da Cresci, M. (1979). *Misurazioni. Oggetti segni ed analogie fotografiche in Basilicata*. Matera: Edizioni Meta.

3. Conclusioni

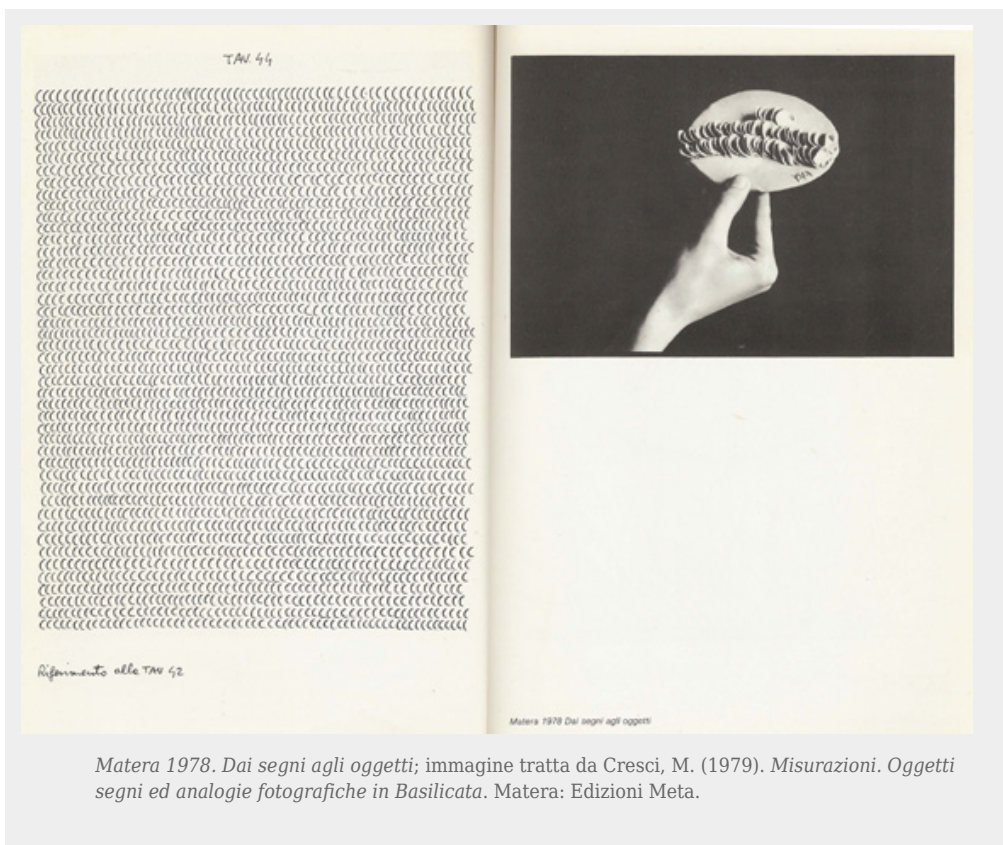
Il corso dopo il primo biennio non si ripeté. L'entusiasmo con cui fu accolto dai suoi allievi, insieme al riconoscimento del lascito avuto, non corrispose nei fatti all'avviamento di un'attività di ciascuno di loro, ovvero alla creazione di una situazione di mercato coerente con la produzione degli oggetti. Forse la giovane età, il numero esiguo, l'assenza di un principio selettivo nella scelta degli allievi, oppure il contesto locale non ancora pronto a rispondere e comprendere un obiettivo così ambizioso, non permisero di ottenere questo salto qualitativo[15]. Secondo le testimonianze di Maria Emanuela Ricciutelli e Maria Giuseppa Nuzzi, "il corso era isolato, non riuscivamo a cogliervi una prospettiva chiara da un punto di vista occupazionale"[16]:

Era un bel progetto, legare il design ai materiali alle tecniche e cultura locali. Il programma era quello di aprire un'azienda che applicasse alla produzione quanto imparato, trovammo anche un terreno per costruire un capannone, ma non siamo stati capaci di trasformare il corso in qualcosa di più concreto. Ciascuno di noi ha mantenuto vivo il senso e il valore di una manualità appresa, ma forse eravamo giovani e finito il corso, privi di una guida che riuscisse a tirare le fila di quanto compreso. Colpa nostra o del contesto di questo territorio non saprei dire, ma sarebbe stato bello se fosse rimasto qualcosa di permanente a livello formativo. Qui nel Meridione eravamo veramente i primi, ma non riuscimmo a creare un gruppo.[17]

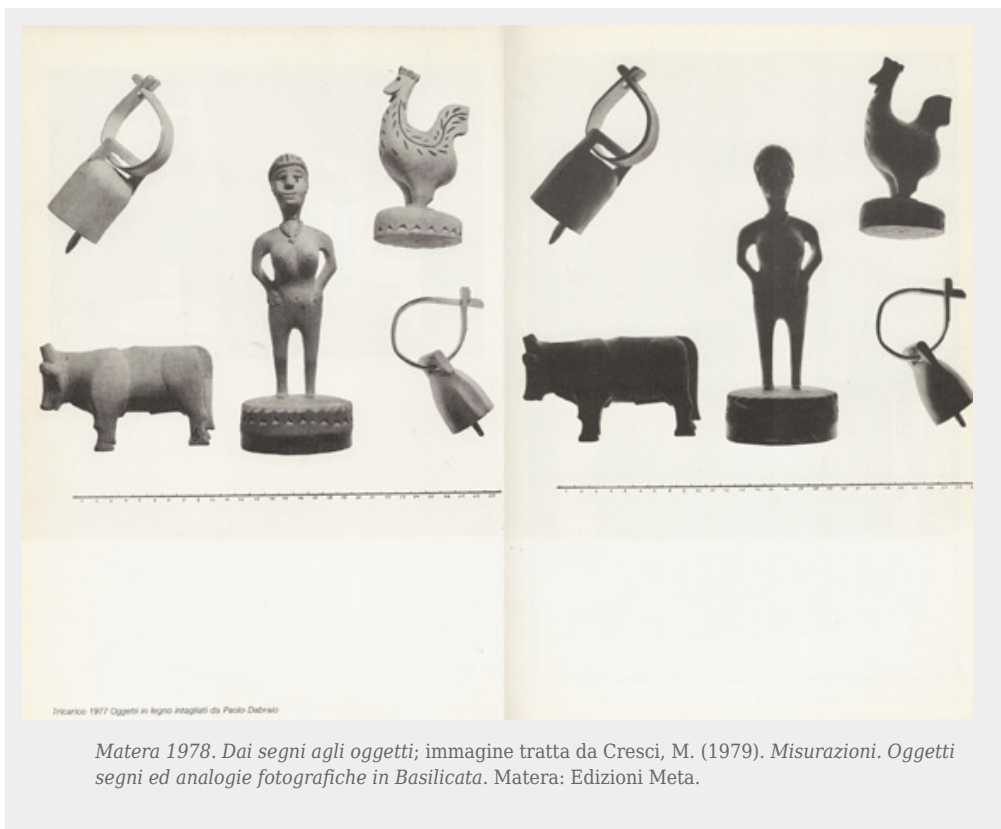
A prima vista l'influenza diretta di quest'esperienza formativa sembra essere stata minima. Viceversa importante e viva è stata l'influenza che essa ha continuato indirettamente a trasmettere alle successive generazioni di designer del territorio pugliese e lucano come testimoniano le attività didattiche svolte nel Corso di Laurea in Disegno Industriale istituito nel 2003 presso il Politecnico di Bari, o le recenti pubblicazioni di giovani designer formati in Puglia[18]. Essi guardano a quest'esperienza ricercandovi delle radici e un'identità che li contraddistingua. Allora emerge nella sua problematicità, e nel suo portato, il ruolo che può assumere una storia delle formazioni del design in Italia. Essa può offrire le chiavi per riconoscere il luogo da cui le cose *iniziano*, spariscono e riaffiorano come semina pronta a germogliare seguendo percorsi e tempi imprevedibili, segnando geografie complesse. Nel caso specifico si è resa doverosa in modo particolare oggi, per la *fascinazione*[19] spesso enunciata, ma non sempre decifrata, di un design mediterraneo e archetipico che necessita di specificazioni storiche e critiche.

Nella prefazione al suo *Sud e magia*, De Martino esordisce ponendo "l'alternativa fra *magia e razionalità* come uno dei grandi temi da cui è nata la civiltà moderna" (2011, p. 15) nonché come un carattere antropologico specifico nel Meridione. È toccato al design il compito di esprimerne i valori attraverso l'interpretazione della cultura materiale, e tracciare il senso di una genesi feconda di storie e progettualità.

L'approfondimento delle vicende di *Laboratorio Uno S.r.l.* vuole essere un contributo anche in questa direzione oltre che una prima esplorazione sui caratteri della didattica del design nel Mezzogiorno d'Italia.



Matera 1978. Dai segni agli oggetti; immagine tratta da Cresci, M. (1979). *Misurazioni. Oggetti segni ed analogie fotografiche in Basilicata*. Matera: Edizioni Meta.



Bibliografia

- Cresci, M., Musacchio, A., Orioli, F., & Panella, R. (1967). *Comune di Tricarico. Quaderno del Piano*. Treviso: Officine Grafiche Longo e Zoppelli.
- Cresci, M. (1977). Introduzione, *2Dimensioni*, 17.
- Cresci, M. (1979). *Misurazioni. Oggetti segni ed analogie fotografiche in Basilicata*. Matera: Edizioni Meta.
- Cresci, M. (1980). *L'immagine effimera*. In Cresci M. (a cura di), *L'archivio della memoria: fotografia nell'area meridionale, 1967-1980* (s.p.). Torino: Arti Grafiche Roccia.
- Cresci, M. (1981). *La terra inquieta*. Roma-Bari: Laterza.
- Cresci, M. (1988). Un Dialogo. *Alterazioni*, 0, 3.
- Faeta, F. (2012). *Mario Cresci e la fotografia etnografica, una testimonianza*. In Ficacci, L., & Ragozzino, M. (a cura di), *Forse Fotografia* (pp. 188-192). Torino: Allemandi & C.
- De Martino, E. (2011). *Sud e magia* (10° ed.). Milano: Feltrinelli.
- Musacchio A. (2005). *Per i quarant'anni del Formez*. Disponibile presso Intervento di Musacchio.pdf [25 giugno 2013].
- Piazza, M. (2009). *Le immagini delle città, Matera*. In Rauch, A., & Sinni, G. (a cura di). *Disegnare le città. Grafica per le pubbliche istituzioni in Italia* (pp. 152-154). Firenze: LCD edizioni.

NOTE

1. Il paragrafo dal titolo *La ricerca di un modello educativo per il Mezzogiorno d'Italia* è di Rossana Carullo. Il paragrafo *Cooperativa Laboratorio Uno S.r.l.: metodologie, struttura e risultati di un'esperienza didattica* è di Rosa Pagliarulo. Le Conclusioni sono scritte a quattro mani e in ogni caso l'intero contributo è da considerarsi un lavoro a quattro mani.↵
2. Mario Cresci, Chiavari 1942.↵
3. Mario Cresci frequenta il Corso Superiore di Disegno Industriale di Venezia dal 1963 al 1966 e chiaramente individua che "il principale referente era la scuola di Ulm in Germania" (Cresci, 1988, p.3). Per approfondimenti sul Corso Superiore di Disegno Industriale di Venezia si veda Rizzo, C. (2008). *Corso superiore di disegno industriale di Venezia, 1960-1972: la didattica per il disegno industriale*, relatore Bassi A., Università Iuav di Venezia, Facoltà di design e arti, clasDIP Corso di laurea specialistica in disegno industriale del prodotto, Anno accademico 2006/2007, sessione straordinaria.↵
4. L'atto costitutivo della *Società Cooperativa Coop. Laboratorio Uno s.r.l.*, con sede a Matera, è del 13 aprile 1978 (Repertorio N. 6599, Raccolta N. 2245, Archivio della Camera di Commercio di Matera).↵
5. Atto costitutivo della *Società Cooperativa Coop. Laboratorio Uno s.r.l.*, Repertorio N. 6599, Raccolta N. 2245, Archivio della Camera di Commercio di Matera.↵
6. "Io credo che la mescolanza di linguaggi conduca alla qualità delle cose" (Cresci, 1988, p. 3).↵
7. Cresci fa esplicito riferimento al 1965 come anno in cui gli studi sull'opera di Merleau-Ponty e la *Fenomenologia della percezione* si collegarono nella sua formazione con quelli su Arnheim de *Il pensiero visivo* e *L'arte e la società* di Herbert Read del 1969, con gli studi di sociologia condotti da Aldo Musacchio e con quelli di base relativi a *L'antropologia strutturale* di Lévi-Strauss (Cresci,1980).↵
8. I soci sono: 1. Cotugno Michele, ceramista, nato a Matera il 18 aprile 1958; 2. Abate Giovanna Angela, insegnante, nata a Matera il 13 marzo 1958; 3. Cresci Mario, designer, nato a Chiavari il 26 febbraio 1942; 4. Daddiego Leonardo Vittorio, ceramista, nato a Miglionico l'11 novembre 1942; 5. Santomassimo Cesare, apprendista-ceramista, nato a Miglionico il 22 aprile 1956; 6. Ricciutello Maria Emanuella, universitaria, nata a Matera il 15 novembre 1950; 7. Centonze Antonio, barista, nato a Miglionico il 30 gennaio 1956; 8. Andrulli Vincenzo, disegnatore, nato a Matera il 30 settembre 1951; 9. Chito Rita, universitaria, nata a Matera il 31 maggio 1958; 10. Andrisani Maria Immacolata, maestra d'arte, nata a Matera il 5 giugno 1958; 11. Santantonio Michele, apprendista ceramista, nato a Matera il 6 dicembre 1957; 12. Plasmati Emanuele, ragioniere, nato a Matera il 23 luglio 1955; 13. Nuzzi Maria Giuseppa, studentessa, nata a Matera il 13 agosto 1957; 14. Nicoletti Maria, insegnante, nata a Matera il 23 giugno 1957; 15. Festa Lucia, educatrice d'infanzia, disoccupata, nata a Matera il 18 febbraio 1958; 16. Di Leo Rosa, insegnante, nata a Palagianello il 13 dicembre 1952; 17. Chito Angela Bruna, insegnante di scuola materna, disoccupata, nata a Matera il 26 aprile 1953; 18. Abate Anna, insegnante, disoccupata, nata a Matera il 16 giugno 1955. Il *Consiglio di Amministrazione* è costituito da: 1. Ricciutello Maria Emanuella; 2. Abate Giovanna Angela; 3. Andrulli Vincenzo; 4. Daddiego Leonardo Vittorio; 5. Cresci Mario. Il *presidente* è: Ricciutello Maria Emanuella, *vicepresidente* Abate Giovanna Angela. Nel novembre 1978 Mario Cresci si dimette da Consigliere della Società.↵
9. Art.1: La società cooperativa di produzione e lavoro, è costituita da operai artigiani e operatori del settore dell'artigianato artistico.↵

-
10. Dall'intervista delle autrici a Dino Daddiego, Matera, 20 Giugno 2013. Daddiego è un artigiano ceramista di Matera che fu al fianco di Cresci nell'esperienza del *Laboratorio Uno*.↵
 11. Dall'Archivio Lorenzo Netti, Bari. La dispensa manoscritta di Cresci descrive un piano di studi in cui si affiancavano conoscenze umanistiche, tecniche ed esperienze manuali con laboratori. I corsi erano i seguenti: 1. Propedeutica alla progettazione; 2. Metodi e mezzi di rappresentazione; 3. Storia dell'arte e della comunicazione visiva; 4. I beni culturali; 5. Elementi di etnografia e geografia umana; 6. Elementi di sociologia; 7. Organizzazione aziendale; 8. Lingua inglese; 9. Laboratorio per la ceramica; 10. Laboratorio per la cartapesta; 11. Seminari distinti in: a. Metodologia e design finalizzato; b. Tecnologia dei materiali; c. Progettazione sperimentale e prototipi. Dalle interviste agli allievi non risulta che vi fu una reale suddivisione in corsi precisamente individuabili come descritto dalla dispensa, poiché tutto si svolgeva in continuità con ritmo giornaliero.↵
 12. Dall'intervista a Dino Daddiego risulta la piena consapevolezza di essere proscrittori di una tradizione specifica.↵
 13. Dall'intervista delle autrici a Dino Daddiego, Matera, 20 Giugno 2013.↵
 14. Dall'intervista delle autrici a Maria Nuzzi, Matera, 20 Giugno 2013.↵
 15. Dall'intervista alla *Presidente* della Cooperativa Maria Emanuella Ricciutelli, Matera, 18 Giugno 2013 e dall'intervista a Maria Giuseppa Nuzzi, Matera, 20 giugno 2013.↵
 16. Dall'intervista a Maria Emanuella Ricciutelli, Matera, 18 Giugno 2013.↵
 17. Dall'intervista a Maria Giuseppa Nuzzi, Matera, 20 giugno 2013.↵
 18. Ci si riferisce qui in particolare all'attività didattica svolta dal prof. Lorenzo Netti nei suoi corsi di Disegno presso il Corso di Laurea in Disegno Industriale e al recente testo con la prefazione di Mario Cresci: Bubbico, M., Chimenti, G., Piarulli, F., & Abattista, I. (2011). *Matera segni immagini relazioni verifiche*. Matera: Antezza.↵
 19. "Il tema fondamentale della bassa magia cerimoniale lucana è la fascinazione (in dialetto fascinatura o affascino). Con questo termine si indica una condizione psichica di impedimento e di inibizione, ed al tempo stesso un senso di dominazione, un essere agito da una forza altrettanto potente quanto occulta, che lascia senza margine l'autonomia della persona" (De Martino, 1959, p. 8).↵

GIO PONTI: IL DESIGN S'INNAMORA DEL PALCOSCENICO

Silvia Cattiodoro, Università Iuav di Venezia

Orcid id 0000-0002-7875-6065

PAROLE CHIAVE

Architettura, Design, Effimero, Scenografia, Teatro

La ricerca inserisce i lavori per il teatro realizzati da Gio Ponti negli Anni '40 in una visione più estesa della figura dell'architetto, qualificato per fare molte cose: dipingere, modellare, sceneggiare per il teatro ed il cinema, disegnare oggetti e produzioni. L'archivio inedito di bozzetti per scene e costumi, corrispondenza e note di regia mette in luce la trama unica che lega scenografia, architettura e design, verificando che tutto ciò che un uomo fa è sempre sullo stesso piano nella sua continuità espressiva. Il lavoro come scenografo diventa, inoltre, non il diversivo rilassante di un architetto colto, ma un tassello rilevante nella teoria architettonica e un metodo di controllo del progetto che rende Ponti prossimo agli architetti dell'Umanesimo.

L'esperienza compiuta nel campo delle discipline del progetto visivo, in particolare negli ultimi trent'anni, ha ormai chiarito l'errore messo in atto dalla secentesca separazione dei saperi, che aveva a lungo rinchiuso tutte le discipline all'interno della propria autonomia, impedendo di riconoscerne la necessaria contaminazione e la radice comune che proprio nell'essenza ibrida dichiara la loro completezza. In questo panorama, indagare lo stretto intreccio tra arte, architettura, design, allestimento permette di comprendere le loro reciproche relazioni. La scenografia, tra tutte le arti figurative la più complessa perché richiede conoscenze eterogenee ma approfondite dalla musica alla letteratura, deve essere perciò considerata non più solo come una pura questione di rappresentazione e illustrazione, ma piuttosto come una forma progettuale completa e complessa che porta in sé l'eco del continuo rapporto con tutte le discipline consorelle. La tensione che la spinge verso la realizzazione dell'opera d'arte totale ne fa un medium tra rappresentazione della realtà e realtà stessa, intesa di volta in volta in senso urbano, sociale o architettonico.

Del resto, già nell'Ottocento lo scenografo Pietro Gonzaga nel trattato *Le musique des yeux et l'optique teatrale* aveva osservato che quest'arte "non può più illustrare dopo il testo creato prima" (citato da Ricchelli, 2004, p. 117), indicando la necessità di un profondo cambiamento di punto di vista, a cui sarebbe approdato sul finire del secolo il visionario Adolphe Appia. Lo spessore della sua riforma del Naturalismo teatrale era del tutto sfuggito ai mestieranti delle scene e alla quasi totalità della critica, condannandolo a una concreta quanto crudele solitudine intellettuale.

Nel panorama italiano del ventennio tra le due guerre mondiali fu l'architetto milanese Gio Ponti, instancabile sostenitore dell'architettura come collante in una weltanschauung di opera d'arte totale, a rendersi conto di come la scenografia non dovesse imitare, dipingere, fingere più nulla. Promuovendo in un piccolo saggio (Ponti, 1923) l'arrivo al Teatro alla Scala dello scenografo ginevrino, chiamato dal Maestro Arturo Toscanini a realizzare le scene per *Tristan und Isolde* di Richard Wagner, Ponti fa capire che l'arte scenica deve costruire "lo spazio dell'azione come un'architettura vera, in cui forma, colore e superfici coincidono con la realtà" (Ricchelli, 2004, p. 119).

L'interesse di Ponti per il teatro si intensifica negli anni Quaranta[1] con la progettazione di sette spettacoli teatrali per balletto, prosa e lirica: *La vispa Teresa* (1939), *Pulcinella* (1940), *L'importanza di chiamarsi Ernesto* (1940), *Festa romantica* (1944), *Mondo tondo* (1945), *Orfeo e Euridice* (1947), *Mitridate Eupatore* (1954). I progetti teatrali costituivano una parte vitale del suo disegnare tutto, come Ponti stesso diceva, andando ad intrecciare forme derivategli dall'esperienza fatta come direttore artistico di Richard-Ginori con echi di architetture rimaste su carta o con edifici effettivamente realizzati. La percezione dell'osmosi esistente tra le discipline che concorrono al progetto permetteva all'architetto della borghesia milanese un impegno su più fronti lavorativi e artistici, da ultimo dei rinascimentali come spesso amava definirsi. Se Brunelleschi all'atto di incidere le tavolette prospettiche non si era chiesto se stesse compiendo un lavoro da architetto, da pittore o da scenografo, analogamente per Ponti "dipingere, modellare, sceneggiare per il teatro e il cinema, disegnare oggetti e produzioni" (Ponti, 1957, p. 192) erano tutti modi di identificarsi come architetto in una cultura che egli stesso definiva sincretica. I continui rimandi visivi da una stanza all'altra nei suoi interni residenziali - dai progetti per le case all'italiana pubblicati su *Domus* nel 1939 all'appartamento costruito in via Dezza per sé e la sua famiglia - fanno indubbiamente pensare a una capacità progettuale che si fonda su un'estetica della scena, su un'osservazione fatta per *tableaux vivant*. La pianta di Villa Planchart, residenza dei coniugi francesi appassionati d'arte, posata come una farfalla su una collina che sovrasta Caracas, ad esempio, presenta oltre alle tracce del flusso motorio delle decine di personaggi che la animano come durante una festa, anche le linee di direzione dei loro sguardi. Liberi di oltrepassare continuamente spazi intervallati da diaframmi che incorniciano altri movimenti in altre parti della casa, fanno pensare a un teatro dove ognuno è contemporaneamente attore e spettatore. Una casa tutta trasformabile, attraverso prospettive inaspettate e pareti mobili che diventano quinte, rappresenta quello spettacolo di spazi che per Ponti è interpretazione - termine non a caso mutuato dal palcoscenico - della vita[2].

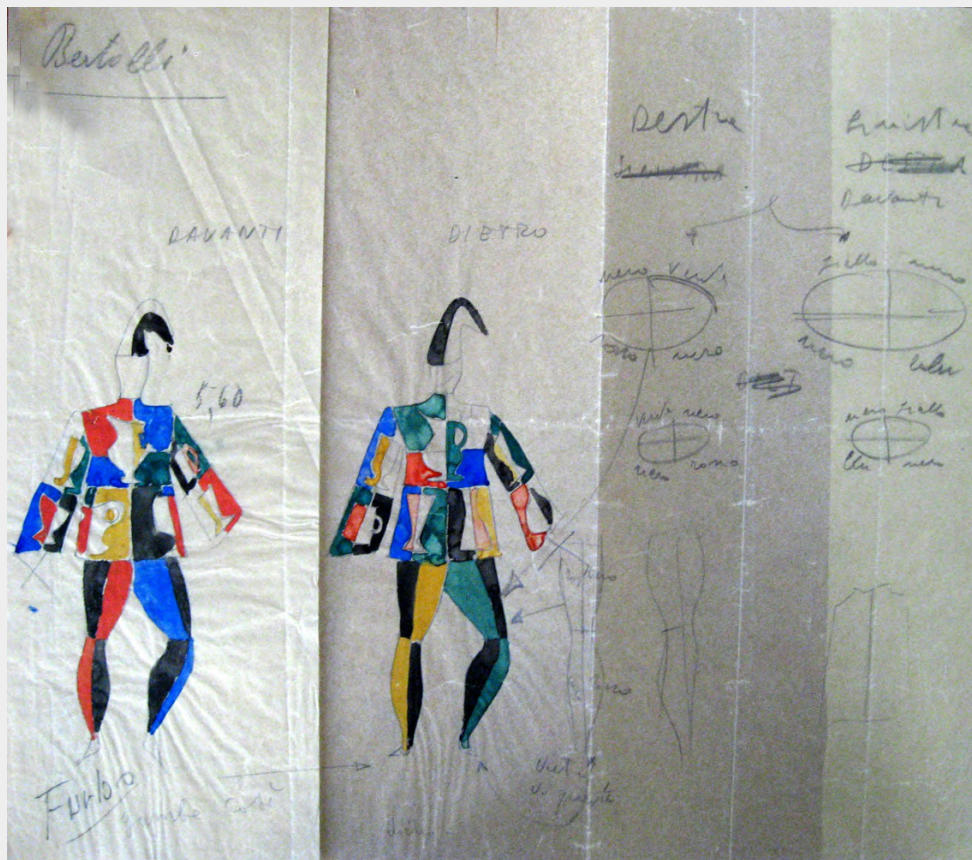


Gio Ponti, Poltroncina Lotus (Cassina, 1954) in giallo e verde al centro del salone a doppia altezza, Villa Planchart, Caracas, 1957. Licitra Ponti L. (1990).

Più intimamente legati al luogo teatrale sono invece le centinaia di bozzetti di costumi e scene appartenenti in gran parte alle collezioni private degli eredi: questo corpus straordinario e per lo più inedito, se affiancato a progetti di architettura e design, sembra rivestire un'importanza secondaria rispetto alla vasta produzione dell'architetto, come spesso è emerso nelle molteplici monografie. La consolidata convinzione che un progetto per il teatro, in quanto effimero, comporti un approccio del progettista più disimpegnato e di conseguenza un risultato meno strutturato ha portato spesso a pensare che il teatro fosse per Ponti un semplice svago da amatore o che legami, talvolta espliciti, tra scene, costumi e progetti architettonici o di design fossero poco più che un caso o forme replicate inconsapevolmente.

In realtà, dal momento che come dice Dorfles "mai lo scenografo può ignorare la propria epoca [e] perdere di vista la visione dell'arte della sua generazione"(1983, p.26), analizzando in modo sistematico e puntuale la produzione per il teatro di Gio Ponti si può notare che quelle che sembrano frutto di insistenza e meticolosità figurativa diventano vere e proprie invarianti morfologiche e simboliche che attraversano tutta la sua

produzione prescindendo dalla destinazione finale dell'opera. È il caso, ad esempio, delle collezioni di tessuti disegnati per la Manifattura Jsa negli anni Cinquanta: grafismi e cromie, accordati sui nuovi gusti dell'Italia del dopoguerra, sono i medesimi che danzavano sui costumi del Pulcinella di Strawnskj progettati dieci anni prima per il regista e coreografo Carletto Thieben, derivati a loro volta dalla Legge Mediterranea[3] teorizzata su Domus alla fine degli anni Trenta. Così come "il muro non è più un vero muro, un solido, un pieno" (Ponti, 1957, p. 140) ma una superficie che si riempie di colore sulla scia delle esperienze pittoriche e teatrali delle Avanguardie, e in particolare di Picasso e Leger, analogamente le toppe nei costumi dei popolani che partecipano alle vicende di Pulcinella non sono più semplici pezzi di stoffa giustapposti cromaticamente. Ponti usa un'interessante tecnica del ritaglio ricavata osservando gli spettacoli di balletto a lui contemporanei in cui, rifiutati definitivamente i costumi di repertorio, le forme erano dipinte e cucite in modo di danzare sul corpo dei ballerini in un accordo unico tra spazio, movimento e musica. Come se i costumi fossero fogli di carta in attesa di un progetto disegnato, su di essi appaiono coppe, brocche, piatti, spighe e frutti in un universo grafico che cita Mondrian nell'occultamento della forma dietro alla campitura cromatica e che diverrà la base per le ceramiche firmate per Pozzi negli Anni Sessanta.



Gio Ponti, Pulcinella, bozzetto e studi esecutivi per costume, 1940. Musiche di I. Strawnskj, Regia di C. Thieben, Corpo di ballo del Teatro alla Scala, Teatro d'Arte, Milano. Gio Ponti Archives.



Gio Ponti, *Estate Mediterranea*, Tessuto stampato, Manifattura Jsa, Busto Arsizio, Milano, 1957; Licitra Ponti L. (1990).

In tutta la produzione teatrale di Ponti si possono ravvisare di volta in volta echi di altri progetti, precedenti o successivi, vicini o lontanissimi per funzione ed intenti: gli impianti scenici non nascondono mai la loro genesi architettonica, non si comportano semplicemente come i quadri occasionalmente posti nelle tre dimensioni cartesiane dei pittori prestati in quegli anni al teatro. Nel ritmo architettonico della scena unica del balletto *Festa Romantica*, ad esempio, riecheggia il progetto per il *Padiglione Italia* alla Biennale del 1928: la struttura emiciclica, inusuale nella tradizione del teatro, guarda profondamente agli studi giovanili compiuti sulle ville palladiane. L'architetto nega una

definito emozionale, turbinoso e circolare, che “idealmente invitava lo spettatore a far parte della festa mascherata” (Crespi Morbio, 2002, p. 22), rimandando alle movenze delle danze ottocentesche. Lo stesso sfondamento prospettico dato dalla scalinata che appare sul fondo genera una vaga percezione di evasione in accordo con le note di regia dello spettacolo.



Gio Ponti, Festa Romantica, bozzetto, 1944. Musiche di G. Piccioli, Regia e coreografie di E. Hanka, Corpo di ballo del Teatro alla Scala, Teatro Lirico, Milano. Gio Ponti Archives.

Spesso le immagini d'epoca in bianco e nero degli arredamenti o degli allestimenti temporanei riducono la portata delle eleganti policromie che contribuivano a rendere dinamiche le forme molto prima che le archistar del XXI secolo pensassero di far danzare lo spazio collaborando con registi e coreografi (Cattiodoro, 2007). È il caso della porta a liste orizzontali in legno chiaro e specchiature scure realizzata per Rettorato dell'Università di Padova alla fine degli anni Trenta, che ritroviamo immaginata ad anta unica nel bozzetto per il primo atto de *L'importanza di chiamarsi Ernesto*, patriotticamente decorata in rosso, bianco e verde sul fondo della scena di *Festa Romantica*, con specchiature vetrate nella Clinica Columbus del 1948, come una vera costante architettonica che salta da un progetto all'altro modificandosi nei particolari ma non nella sostanza figurativa.

Nei due bozzetti per la commedia di Oscar Wilde pubblicati nel numero di *Aria d'Italia* dedicato all'opera di Gio Ponti da Daria Guarnati nel 1954, le analogie spaziali tra impianto scenico e progetto d'interni si legano a uno studio accurato dell'attrezzatura. All'utilizzo di oggetti e arredi esistenti per vestire gli interni dichiaratamente alto borghesi dei due protagonisti maschili, l'architetto preferisce l'allestimento di pezzi originali che riescano ad accordarsi con le forme della tradizione: i complementi di scena assumono una vita autonoma, ritornando uguali o appena alterati nelle collezioni delle grandi ditte di arredamento. Ciò è segno che lo spazio del palcoscenico non è solo in grado di attrarre e mettere a punto forme derivanti da altre discipline, ma anche di creare ed esportare elementi del tutto nuovi. Le grandi anfore, che nel primo atto fanno capolino dietro le colonne, si accordano cromaticamente a tendaggi e capitelli ricordando l'esperienza di Ponti come Art Director di Richard Ginori negli anni Venti; mentre, il grande lampadario che campeggia nel secondo atto, bianco e luminoso sullo sfondo verde del soffitto, è indubbiamente un primo studio di quello che a partire dal dopoguerra verrà prodotto da Venini in vetro policromo. La prefigurazione di uno degli oggetti di design più noti di Ponti appare qui solo in forma di pura intuizione grafica, anello di congiunzione tra la memoria dei lampadari di alto artigianato della Wiener Werkstätte e la produzione made in Italy attiva a partire dal secondo dopoguerra. La monocromia dell'oggetto, abbandonata in favore delle tonalità mediterranee in fase di fabbricazione, tornerà nella veste completamente azzurra - né ripensamento, né progressione, ma semplice versione personalizzata di un prodotto industriale - realizzata per la seconda residenza progettata a Caracas e oggi perduta, Villa Arreaza.



Gio Ponti, *L'importanza di chiamarsi Ernesto*, bozzetti (atti i e ii-iii), 1939. Regia di C. Pavolini, Compagnia Cimarra-Maltagliati-Ninchi, Teatro d'Arte, Milano, non realizzato. *Aria d'Italia* (1954).



Gio Ponti, Lampadario multicolor a 12 braccia, 1946, Venini. Catalogo Venini.

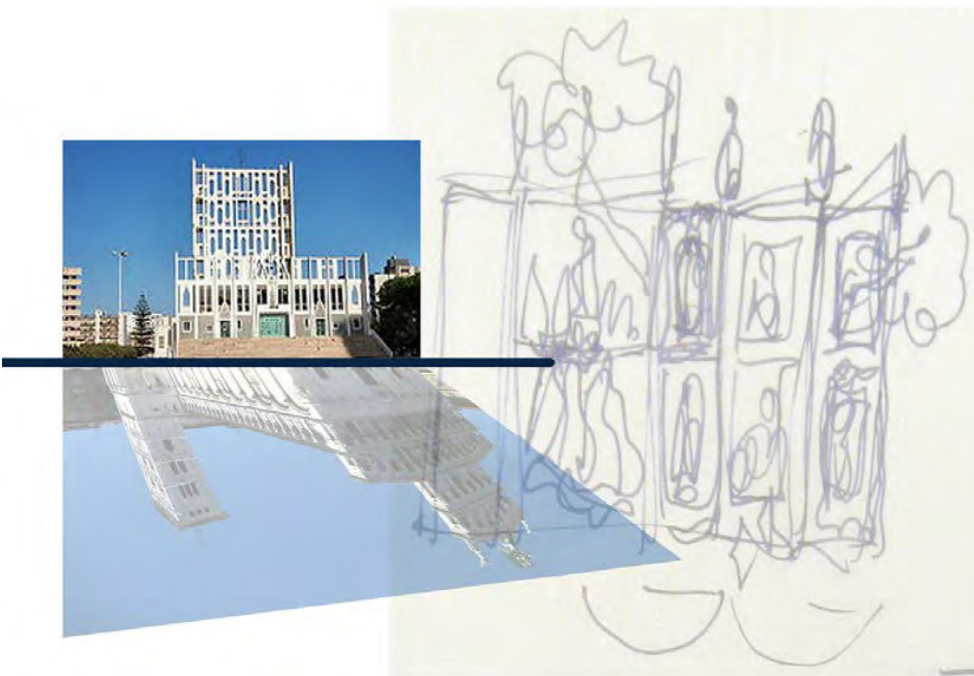
Anche il canapé tête-à-tête ottocentesco viene rinnovato da Ponti ancor più che nelle forme nel materiale: a giudicare dalla lucentezza esibita fin dal bozzetto, era immaginato con una scocca rossa e blu in materiale plastico, estremamente all'avanguardia per quegli anni: la mancata realizzazione dello spettacolo e di un corrispettivo per l'industria italiana ci impedisce però di approfondire quello che sarebbe stato un pezzo in cui Ponti ripensava al classico in chiave moderna. Tutt'altro accade con il divano rosso della residenza londinese di Algernon, indubbia prefigurazione della poltroncina Lotus, sensualmente aperta a corolla, che la ditta Cassina mise in produzione a partire dal 1954 e che tre anni più tardi fu tra gli oggetti scelti per arredare la Casa Sperimentale all'undicesima edizione della Triennale.

Lo spazio della rappresentazione progettato da Ponti è in grado di trasformare, quindi, gli oggetti di attrezzeria in simboli che oltrepassano la scena, agiscono come attori e, una volta conclusa la rappresentazione, mantengono nella loro forma la spinta simbolica originaria anche se inseriti nella catena produttiva: al passaggio sul palcoscenico essi assumono inoltre, la *vis mimetica* che ne produce l'identificazione del potenziale

acquirente con lo stile di vita di un personaggio piuttosto che di un altro.

Il palcoscenico diventa nel lavoro di Ponti il doppio perfettibile dell'abitazione inaugurando un pensiero che sfocerà molti anni dopo nel teatro dell'assenza allestito nel 1986 da Aldo Rossi alla Triennale di Milano dove, come già aveva detto Serlio nei Sette libri dell'architettura, forme e oggetti sono personaggi di una perpetua rappresentazione. Le architetture effimere costruite sul palcoscenico diventano anche un modo per riflettere sulle forme storiche e fissare delle costanti proiettate verso l'architettura costruita molto prima che questo metodo diventasse una prassi cosciente e replicata. Indubbiamente fin dal Rinascimento la scena è "un luogo particolarmente adatto per rappresentare un programma ideale" (Tafuri, 1976, p. 25), ma, nell'eterogenea complessità dell'architettura contemporanea che si deve confrontare con la storia per trovare giustificazioni estetiche se non addirittura etiche, il palcoscenico figura come luogo di controllo e verifica, libero dai vincoli e dalle lungaggini connaturate alla costruzione definitiva.

Talvolta, soprattutto per il Ponti del dopoguerra, che lavora in un paese le cui priorità sono drasticamente mutate, riflettere sull'effimero permette di conservare impressioni che riaffioreranno rielaborate dopo molto tempo nell'architettura stabile. È il caso della vela che si staglia leggera sopra la Concattedrale di Taranto, come un merletto intagliato che fa da filtro tra l'Umano e il Divino, tra la Terra e il Cielo. La medesima forma traforata, assai insistita negli studi e negli appunti di Ponti, è riscontrabile nelle quinte che rappresentano le gigantesche porte dell'Ade a cui bussa Orfeo all'inizio del secondo atto di *Orfeo e Euridice*, l'opera di Gluck rappresentata al Teatro alla Scala nel 1947 per cui l'architetto realizzò la scenografia.



Pur non avendo fotografie dello spettacolo[4], sappiamo dalle fonti epistolari che la grande distanza culturale e di temperamento con il regista viennese Fritz Shuh impedirà qualsiasi tentativo di Ponti di accordare il suo variopinto e mobilissimo immaginario con le idee registiche rigide, severe e profondamente legate a una tradizione melomane per l'architetto ormai lontanissima. Le quinte traforate che si dovevano aprire a libro al canto del coro "le porte stridano / su' neri cardini / e il passo lascino / sicuro e libero / al vincitor"(Orfeo e Euridice, atto ii, scena i) non arrivarono mai in scena e i diversi paesaggi dell'Ade attraversati da Orfeo non furono una sorpresa agli occhi dello spettatore, ma divennero una natura immotivatamente diffusa in tutte le direzioni del palcoscenico fin dall'Overture. La struttura a nicchie reiterate che nei numerosissimi schizzi a penna conservati nel Gio Ponti Archives avrebbe dovuto ospitare il coro incombente in verticale sul protagonista facendo al medesimo tempo da fondo vivo alla famosa Danza delle Furie e degli Spettri, rimarrà confinata nel magazzino del teatro e quasi sepolta nella memoria per decenni prima di riaffiorare - non a caso in un edificio religioso - a Taranto. Con la vela della Concattedrale Ponti definisce una sua cattolicissima versione dei cancelli dell'Ade che, se non si aprono così facilmente come per Orfeo, ci permettono comunque di traguardare l'infinito e di immaginare un coro di angeli che guarda, memorizza e protegge la nostra realtà come ci ha insegnato Wim Wenders.

Diversamente da quanto affermava il suo collega Franco Albini, l'architetto per Gio Ponti non dovrebbe brandire la matita come una spada, bensì reggerla come la bacchetta di un direttore d'orchestra in modo da assecondare il bisogno di favola insito nella natura umana. Lo spazio del palcoscenico, libero per convenzione culturale da qualunque limite, può diventare elemento attivo della creazione artistica "sia nel costruire la visione, sia nel suo determinarsi come ambiente" (Cruciani, 1992, p. 4). Nel passaggio di scala, nei necessari compromessi tra matita e industria le invarianti progettuali immaginate in teatro si depurano e si precisano, ma l'essenza dell'effimero in bilico tra sogno e realtà non svanisce: va piuttosto a creare un magazzino mentale a cui l'architetto attinge nel corso di tutta la sua carriera per creare le mille sfaccettature di quella rifrazione infinita che è l'arte.

Bibliografia

- Cattiodoro S. (2007), *Architettura scenica e teatro urbano*, Milano: Franco Angeli.
- Crespi Morbio V. (2002), *Ponti alla Scala*, Torino: Umberto Allemandi & C.
- Cruciani F. (1992), *Lo spazio del teatro*, Roma-Bari: Laterza.
- De' Calzabigi R., *Orfeo e Euridice* (1762). Disponibile in <http://www.librettidopera.it>.
- Dorfles G. (2003), Introduzione. In Fellini F., Schatz E., Tintori G., Cristini G., Vitali G., Siribaldi Luso G. & Dorfles G., *Lo spazio, il luogo, l'ambito*, Milano: Silvana Editoriale.
- Licitra Ponti L. (1990), *Gio Ponti l'opera*, Milano: Leonardo.
- Ponti G. (1952), *Amate l'architettura*, Genova: Vitali & Ghianda.
- Ponti G. (1923), Il teatro di Appia, l'opera d'arte vivente. In AA.VV., *Il teatro*, Milano: Editoriale il Convegno.
- Ricchelli G. (2004), *L'orizzonte della scena nei teatri*, Milano: Hoepli.
- Tafuri M. (1976), Il luogo teatrale dall'Umanesimo a oggi. In AA.VV., *Teatri e scenografie*, Milano: TCI.

NOTE

1. Ai lavori come scenografo e costumista si affiancano, inoltre, numerose pagine di critica teatrale pubblicate su *Stile*, la rivista da lui fondata dedicata alla diffusione delle arti, lo *storyboard* per la trasposizione in chiave cinematografica del pirandelliano *Enrico IV* in collaborazione con Louis Jouvet e la stesura di un libretto per opera contemporanea mai realizzata *Il coro*.↵
2. “L’architetto interpreti, nel far le case, i personaggi che le abitano” (Ponti, 1957, p. 144).↵
3. La Legge Mediterranea aveva i suoi elementi principali in luce, aria, colori, semplicità e leggerezza.↵
4. L’archivio fotografico del Teatro alla Scala data i primi scatti conservati a partire dal 1950.↵

IL DIRIGENTE ILLUMINATO E IL FABBRICANTE DI IMMAGINI

Silvia Pericu, Università di Genova

Orcid id 0000-0001-7023-0432

PAROLE CHIAVE

Comunicazione, Eugenio Carmi, Grafica, Industria, Pubblica utilità

A un anno dalla morte di Gian Lupo Osti, dirigente illuminato, poco prima della ricorrenza del sessantesimo anniversario dell'entrata in funzione dello stabilimento a ciclo integrale Oscar Sinigaglia di Genova Cornigliano, fiore all'occhiello dell'industria siderurgica italiana del dopoguerra, vale la pena fare il punto su quanto è stato scritto finora a proposito della straordinaria esperienza di direzione artistica dell'artista Eugenio Carmi negli anni sessanta, e ricordarne i passaggi essenziali.

“A me interessano i segnali per la vita. In questa zona globale rientra ogni immagine che comunica un messaggio a qualcuno.”

Eugenio Carmi

1. Premessa

Sotto la direzione di Gian Lupo Osti nei primi anni '60, l'Italsider sviluppò una nuova stagione di progettualità industriale e di relazioni pubbliche connotate dall'apertura della fabbrica ai grandi temi della cultura, grazie alla direzione artistica di Eugenio Carmi, al contributo di Carlo Fedeli, responsabile dell'ufficio stampa e le attività editoriali, e di Claudio Bertieri, consulente per il cinema. Fu dato via così a una sperimentazione sui temi della rappresentazione visiva della fabbrica, dei suoi prodotti e della vita dei lavoratori, dal carattere fortemente precursore sulla capacità di generazione di una cultura comunicativa per l'industria, sulla capacità della grafica di volgersi alla pubblica utilità e sull'integrazione e incontro tra due culture, apparentemente inconciliabili (Vitelli, 1965; Pica, 1961), quali quella ingegneristica e quella artistico-letteraria. Un'esperienza, che si ricollega al caso del leggendario stile Olivetti e all'esempio della Pirelli negli stessi anni, e ci permette di ricostruire i tratti di una “via italiana all'immagine coordinata” (Anceschi, 1981, p.151).

2. Il dirigente illuminato e la regia visiva dell'artista

Gian Lupo Osti, personaggio illuminato e colto, al rientro dalla seconda guerra mondiale diventa collaboratore di Oscar Sinigaglia, manager pubblico di grande qualità e segretario generale della società Cornigliano Spa, per cui prende parte alla ricostruzione dell'acciaieria genovese del gruppo Iri, realizzata con il massiccio impiego dei fondi del piano di ricostruzione Marshall, e di cui nel 1962, con la creazione dell'Italsider, diviene direttore generale. Nel 1956 Osti, sulla base della convinzione che un'industria debba creare nuovi paradigmi culturali ed estetici, offre la curatela dell'immagine delle acciaierie Cornigliano, e la grafica della rivista aziendale a Eugenio Carmi, artista agli esordi, che, in quel tempo radicato nella sua città natale e attivo anche come grafico, fu

capace di mantenersi nei nove anni di collaborazione in qualità di art director in una posizione di delicato equilibrio tra il ruolo di artista e quello di operatore culturale. L'attività di Osti nell'azienda genovese ha, per molti versi, una forte impronta di stampo americano orientata alle pubbliche relazioni, alla definizione di uno stile aziendale, ma, in particolare, nel contesto locale determinata dalla necessità di ricucire un'originaria frattura esistente tra la fabbrica e il proprio territorio attraverso la ridefinizione dell'immagine percepita dalla città. La sua concezione della grande impresa come strumento dell'interesse pubblico, aperto alla società "come se si fosse in una casa di vetro" (Dini, 1963, p. 304), lo porta a garantire, a Carmi e ai propri collaboratori delle pubbliche relazioni, un filo diretto e un appoggio costante negli anni della sua permanenza genovese (Vinti, 2007, p.129). Da parte sua, "uomo 'sociale' fermamente convinto della bontà della collaborazione e dell'armonia delle parti che compongono quel tutto che è il mondo civile, Carmi ha costantemente assecondato il bisogno di esplorare universi diversi dal suo, riconoscendo all'arte il ruolo di fattore di equilibrio, strumento per comunicare, creare relazioni, tentare di cambiare il mondo" (Clementoni, 2012). Egli rappresenta una figura chiave per elaborare una forte filosofia di immagine globale per l'allora nascente industria siderurgica, a cui non serviva solo una campagna pubblicitaria, ma una vera e propria strategia di comunicazione rivolta anche e soprattutto alla sua organizzazione interna e ai valori del lavoro nel tentativo di dare nuovo impulso alle modalità e agli ambienti del lavoro.

La visione dell'arte come *elemento attivo* nella vita sociale e produttiva della fabbrica moderna, è il punto di unione delle due figure (Vinti, 2007, p.130), che riuscirono a dare avvio a un capitolo che ricorda per alcuni tratti l'esperienza condotta negli stessi anni da Adriano Olivetti, soprattutto per la volontà di radicare nell'impresa la cultura dell'innovazione, l'eccellenza della tecnologia e del design e il rispetto del lavoro. A differenza del modello Olivetti, l'esperienza genovese, non potendo puntare sul design dei prodotti, costruisce "l'impostazione estetica di una grande industria" (Dorfles, 1957, p.36) ad ampio raggio, arrivando a coinvolgere numerosi protagonisti del panorama artistico nazionale sui temi della grafica, della produzione artistica di sculture e arti figurative, fino a includere progetti di architettura, similmente a Ivrea, con l'invito nel 1961 di Konrad Wachsmann a Genova, per affidargli l'ambizioso disegno del nuovo centro direzionale dell'Italsider e quello per il risanamento del quartiere del porto, progetti che, in questo caso, ebbero poca fortuna nel contesto locale.

L'acciaieria inventa, così, un mondo culturale interno di fortissimo impatto sul clima di entusiasmo artistico e esistenziale che si respirava nel capoluogo ligure nel periodo che precedette gli anni di piombo (Solimano, 2004), un modello su cui riflettere ancora oggi, fondato su forti assunzioni di responsabilità, idee di progresso, identità sociale e, soprattutto, grande dignità di lavoratori e imprenditori.

3. La dimensione umana della fabbrica

L'approccio umanistico della direzione di Osti e della collaborazione di Carmi nell'Italsider dei primi anni sessanta si realizza in un processo di interazione osmotica volto a recuperare equilibrio con la tecnologia attraverso contaminazioni, azioni parallele, una visione trasversale fra essere tecnici ed essere umani. Il paradigma dell'uomo al centro, e con esso la visione del progetto socialmente impegnato e orientato all'uomo fa parte del patrimonio genetico del design e dell'arte: in questo senso Carmi con la sua attività riesce in quegli anni a spostare l'attenzione verso i modelli di vita e i

valori, piuttosto che verso la produzione di merci. Un progetto, la cui qualità deve essere valutata in base al cambiamento culturale che è riuscito ad innescare, e non solo in base agli aspetti formali dei prodotti: una sfida per ripensare gli ambienti del lavoro, che ancora oggi deve proporsi come impegno indifferibile per progettisti, imprenditori e amministratori attraverso un *modus operandi* in cui più parti, più competenze, lavorano insieme per poter fare il meglio per le nostre comunità, per poter contare su una visione e una dimensione più umana.

4. La direzione artistica

Eugenio Carmi, oggi affermato artista astratto, ha in quegli anni vissuto un intenso momento creativo in qualità di grafico e art director: “Arte e lavoro, città e fabbrica, locale e universale sono gli estremi dell’approccio di Carmi, che legge l’azienda come un microcosmo urbano, un generatore di nuova civiltà e che lo porta ad un’aderenza assoluta, fino ad usare gli stessi materiali per la ricerca artistica e la comunicazione” (Piazza, 2008, p.142). Le riviste *Cornigliano*, *Italsider* e *Siderexport*, sono strumenti per la politica delle relazioni sociali tra l’industria e il mondo esterno, e parte di un’operazione vasta e complessa, in cui i motivi apertamente promozionali si intrecciano alla volontà di dare corpo a una vera e propria politica culturale rivolta alla vastissima comunità di lavoratori che nell’*Italsider* del 1965 raggiunge la quota di 37.000 unità. All’interno della produzione editoriale, grazie alla collaborazione con Vita Carlo Fedeli, giornalista intelligente e capace nelle relazioni pubbliche, Carmi può ingaggiare numerosi protagonisti del panorama artistico nazionale ed internazionale per realizzare copertine, convincendo in seguito la direzione dell’*Italsider* ad ospitare i maestri della scultura mondiale scelti da Giovanni Carandente, curatore della mostra *Sculture nella città* del 1962, nell’ambito del V Festival dei due Mondi, avvenimento tra i più significativi nella storia della scultura italiana del ventesimo secolo.

Vi è in quegli anni una produzione intensa di mostre, filmati sperimentali, libri e riviste con copertine di Mathieu, Capogrossi, Consagra, Burri, Franchina, Kounellis, Pomodoro; Carmi si spinge fino a invitare scultori in officina, da David Smith, a Arnaldo Pomodoro e Alexander Calder, di cui è importante documento il lavoro fotografico di Ugo Mulas. Nascono nella fabbrica grandi opere, e gli artisti, al servizio di un nuovo linguaggio e di un rinnovamento estetico, non visto più come lusso, ma come esigenza, lavorano in collaborazione gli operai degli stabilimenti, che diventano parte attiva del processo creativo.

L’attività di Carmi si rivolge ai campi più diversi, dalla definizione cromatica degli spazi del lavoro, al disegno delle copertine dei raccoglitori degli uffici, alla collaborazione nella produzione di documentari, mostre e libri,[1] a volte dirigendo altri artisti, ma spesso con suoi progetti, in una fabbrica che è, allo stesso tempo, fonte di ispirazione, risorsa di materiali, mezzi e maestranze, ma, anche e soprattutto, attrice che produce cultura, innalzando i livelli della conoscenza e educando al linguaggio moderno il gusto dei propri dipendenti.

Un’“utopia estetica” (Vinti, 2007, pag. 148), che poco prima della chiusura dell’esperienza di Cornigliano, porta Carmi a fondare il Gruppo Cooperativo di Boccadasse, e la galleria in riva al mare, Galleria del Deposito, dove si avvia una sperimentale produzione di serie di grafiche e multipli, opere originali prodotte in serie limitate, acquistabili a prezzi contenuti, ispirate ad una esigenza di abbattimento delle barriere economiche nella diffusione e nella fruizione dell’arte. Infine alla chiusura della

propria collaborazione l'artista tradurrà la propria decennale presenza a Cornigliano nella partecipazione alla Biennale del '66; mentre il dirigente Osti, pochi anni dopo, si trasferisce a Terni come amministratore delegato per il rilancio dello stabilimento siderurgico e nel 1975 si ritira prematuramente da ogni attività manageriale a causa del proprio dissenso per il progressivo aumento dell'ingerenza politica nelle partecipazioni statali, per dedicarsi con successo alla ricerca delle peonie arboree nel loro habitat naturale, unico italiano medaglia d'oro della Royal Horticultural Society.

5. Le mani! La testa! Gli occhi!

Diversi eventi negli ultimi anni hanno celebrato l'intensa produzione artistica e grafica dell'esperienza Italsider,[2] ma oggi, rileggendo questa storia che si è consumata in un breve lasso di tempo, appare evidente come il senso di questa operazione culturale sopravviva in particolare nella ricerca linguistica di Carmi nella veste di grafico. L'attività di progettazione di artefatti comunicativi per la fabbrica stessa è ben descritta nel documentario realizzato nel 2006, *Le mani! La testa! Gli occhi! Eugenio Carmi, un artista in fabbrica*. Italsider '56/'65 [3], che prende il titolo da una serie grafica, realizzata da Eugenio Carmi stesso per la società siderurgica del Gruppo Iri. L'artista, nella sua intensissima attività di direzione artistica, arriva a disegnare per la fabbrica addirittura una geniale cartellonistica antinfortunistica da installare negli spazi del lavoro, che, richiamando attraverso la parola, non la minaccia, il pericolo in sé, i divieti e gli obblighi imposti, ma l'organo, la parte del corpo minacciata e potenzialmente in pericolo, semplifica la grafica fino al massimo di efficacia e pregnanza comunicativa. Questa più di ogni altra opera grafica dell'esperienza genovese, meglio esprime la vocazione comunicativa del lavoro di Carmi: un cambiamento di prospettiva che attraverso il trasferimento di senso arriva ad inventare un linguaggio più fresco e quindi più efficace, mettendo in gioco il ruolo del lavoratore nell'adoperarsi per modalità di lavoro più sicure. Questa modalità progettuale di un nuovo linguaggio grafico, che apre quello che Umberto Eco definisce il periodo del secondo Carmi (1996), si richiama al pensiero del Movimento Moderno e alla necessità di rifondare valori e significati, per cui "la grafica, il design e l'architettura non devono diventare protagonisti autoreferenziali, ma trasformarsi in una serie di linguaggi, comprensibili, in grado di parlare, informare e comunicare con chiarezza, chi siamo, dove andiamo, e soprattutto come relazionarsi con gli altri" (Colonnetti, 2013, p. 202). Il suo intervento grafico permeato di una "volontà, insieme razionalizzatrice ed estetizzante" (Vinti, 2007, p.143), si è dimostrato capace di adattarsi quale stimolo psicologico nel dare un'immagine allo spazio del lavoro, in linea con i più moderni approcci sociologici e psicologici, e in questo senso si ricollega alle lezioni di grandi maestri quali Albe Steiner, Bob Noorda, Max Huber, e a una cultura comunicativa internazionale[4] che troverà poi nella corrente della Grafica di Pubblica Utilità, un manifesto teorico e progettuale.[5]

Oggi la fabbrica, sempre più condotta dalle regole della finanza internazionale, è destinata a scomparire: a Cornigliano lo stabilimento intitolato a Oscar Sinigaglia è stato demolito e parzialmente convertito per far luogo a nuove modalità di produzione; ma se la fabbrica ha chiuso il suo ciclo di vita, l'attività artistica, gli artefatti comunicativi, il lavoro di montaggio e regia visiva, che Carmi e il gruppo dell'Italsider hanno compiuto, sopravvivono, sia per la carica utopica che le generò, quanto per il sorprendente cantiere di attività messo in funzione con l'aiuto dei tanti artisti coinvolti, e rappresentano un esempio che precede di decenni tendenze destinate a segnare le epoche.



Cartello infortunistico *Gli occhi!*, Eugenio Carmi, Italsider, 1965. (Fondazione Ansaldo, Genova)

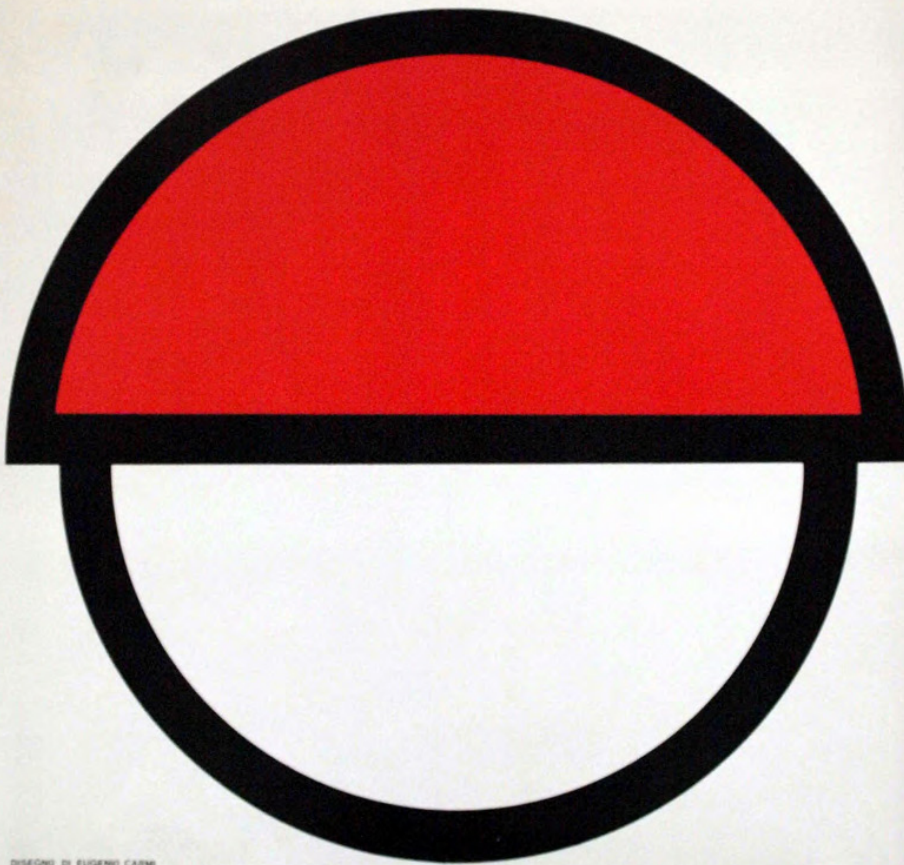


le mani!

DISEGNO DI EUGENIO CARMİ

Cartello infortunistico *Le mani!*, Eugenio Carmi, Italsider, 1965. (Fondazione Ansaldo, Genova)

la testa!



DISEGNO DI EUGENIO CARMI

Cartello infortunistico *La testa!*, Eugenio Carmi, Italsider, 1965. (Fondazione Ansaldo, Genova)

Bibliografia

- Anceschi, G. (1981). *Monogrammi e figure. Teorie e storie della progettazione di artefatti comunicativi*, Firenze-Milano: La casa Usher.
- Anceschi, G. (1987). *Urbano Visuale*, Ravenna: Essegi.
- Caramel, L., & Eco, U. (2000). *Eugenio Carmi*, Firenze: Electa.
- Clementoni, S. (2012). Eugenio Carmi. Il fabbricante di immagini, *L'Urlo*, anno 5, n° 18, aprile 2012. Disponibile presso <http://www.undo.net/it/rivista/lurlo> [03/06/13].
- Colonnetti, A. (2013). Progettare e comunicare sicurezza. In Bucci, F. (a cura di), *Senza Pericolo. Costruzioni e sicurezza*. (pp. 200-207) Bologna: Editrice compositori.
- Dini, S. (1963). Acciaio dalla casa di vetro. *L'Ufficio moderno*, n. 2, 303-308.
- Dorfles, G. (1957). Impostazione estetica di una grande industria. *Stile Industria*, n.12, 36.
- Eco, U., & Macmillan, D. (1996). *Eugenio Carmi*. Genova: Fondazione Cassa di Risparmio di Genova e Imperia - Milano: l'Agrifoglio.
- Piazza, M. (2008). Le immagini della città. Storie di grafica. In Rauch, A., & Sinni, G. (a cura di). *Disegnare le città. Grafica per le pubbliche istituzioni in Italia*, (pp.139-146) Firenze: Lcd edizioni.
- Pica, A., (1961). L'arte moderna al servizio dell'industria. *Le Arti*, n.11-12, 132-136.
- Solimano, S. (2004). *Attraversare Genova: percorsi e linguaggi internazionali del contemporaneo: anni '60-'70* (a cura di), Ginevra - Milano: Skira.
- Vinti, C. (2007). *Gli anni dello stile industriale 1948-1965*, Venezia, Marsilio-Iuav.
- Vitelli, A. (1965). *La cultura dimezzata*, Milano: Giordano Editore.

NOTE

1. Nel 1960 dalla collaborazione con il fotografo Kurt Blum, nasce il documentario *L'uomo, il fuoco, il ferro*, opera artistica che ottiene il primo premio al Festival del Cinema di Venezia nella sezione documentari, che traduce in immagini, le impressioni e le suggestioni del lavoro nel centro siderurgico, e riflette l'intesa professionale e l'amicizia di due autori che della realtà inseguono soprattutto l'astrazione. Nel 1963 viene pubblicato *I colori del ferro*, un importante libro con un'introduzione di Umberto Eco e contributi di fotografi vari tra cui, ancora una volta, Kurt Blum, insieme a Mimmo Castellano, Arno Hammacher, Federico Patellani e Ugo Mulas.↵
2. Tra cui *I colori del ferro. Libri e riviste alla Cornigliano-Italsider (1956-1965)*. Esposizione del 2009, a cura di Carlo Vinti, promossa dalla Fondazione Corrente di Milano.↵
3. Realizzato per conto della Società per Cornigliano, Comune di Genova, Regione Liguria, Provincia di Genova, Circoscrizione Medio Ponente. Ideazione, testi, sceneggiatura: Eugenio Alberti Schatz e Valentina Carmi. Regia: Fabio Bettonica.↵
4. Nel 1954 Carmi diviene membro dell'Alliance Graphique Internationale di Zurigo, città in cui l'artista aveva trascorso diversi anni.↵
5. Per cui si richiama alla Prima Biennale della Grafica di Pubblica Utilità, tenuta a Cattolica nel 1985, e al convegno *Urbano Visuale* di Ravenna del 1987 di Giovanni Anceschi.↵

IL 'PRE DESIGN' E IL MERCATO RIONALE: IL GRUPPO EXHIBITION DESIGN

Michele Galluzzo, Università Iuav di Venezia

PAROLE CHIAVE

Bruno Munari, Exhibition design, Franco Grignani, Pino Tovaglia, Silvio Coppola

Il gruppo di ricerca Exhibition Design, formatosi sul finire degli anni sessanta, composto da protagonisti della grafica italiana quali Giulio Confalonieri, Silvio Coppola, Franco Grignani, Bruno Munari e Pino Tovaglia, rappresenta un'esperienza di estremo interesse su cui fino ad ora si è indagato soltanto parzialmente, a margine delle biografie dei singoli componenti. L'analisi di tale progetto collettivo offre l'opportunità di riflettere sulla compenetrazione tra grafica e disegno industriale in un momento determinante per la storia del design italiano, sul ruolo della ricerca e della sperimentazione nel dialogo con le aziende e con la collettività, sulla responsabilità del designer nei confronti dell'utente finale, sull'utilizzo dello spazio espositivo come luogo di incontro e divulgazione.

Nella storia condivisa tra grafica e disegno industriale in Italia, la seconda metà degli anni sessanta coincide con un periodo di crisi e di ridefinizione dell'identità delle discipline. Se il design è percepito come avamposto del consumismo capitalista, tanto da parte delle correnti radicali quanto all'interno dell'ADI, la grafica italiana, sotto i colpi delle indagini di mercato e dinanzi all'avanzare delle agenzie di stampo americano a servizio completo, prende consapevolezza dello scollamento graduale dalla pubblicità. Nel dibattito in atto nel graphic design italiano, l'avversione verso l'ingerenza del marketing, si affianca alla critica al cattivo gusto, sia estetico che progettuale, degli annunci pubblicitari e all'invadenza del consumismo attraverso una "pubblicità [...] piena di arroganza nel panorama visuale della città" (Illiprandi, 1969, p. 69). Nei dibattiti promossi dall'Art Directors Club Milano (ADCM), come pure sulle pagine di *Linea grafica*, emerge la crisi del grafico dinanzi al consolidarsi della civiltà dei consumi e la responsabilità dello stesso verso la collettività. Ciò risulta chiaro nelle parole di Albe Steiner (1968), il quale riflette su quanto "una civiltà del consumo produce [...] una grafica di consumo" (p. 41); qualche anno più tardi anche Giambattista Zacco (1971) per conto dell'ADCM denuncia quanto "l'abitudine alla comunicazione [...], la padronanza dei mezzi e la conoscenza delle tecniche, ci impegnano moralmente a sentirci responsabili verso una società che molto spesso obblighiamo a servirsi di cose di cui non ha urgente bisogno [...]".

Tuttavia, la grafica italiana, in questo momento di transizione e di riflessione sul proprio ruolo nella società, si dispone in molti casi secondo un approccio altro rispetto alle correnti antagoniste sviluppatesi in seno al design italiano. Evitando di mettere in discussione la sintassi fino ad allora utilizzata, i grafici si rivolgono tanto alle istituzioni

pubbliche e alla collettività, quanto alle aziende del made in Italy, con cui si è sviluppato nei decenni precedenti un saldo rapporto di convivenza.[1]

L'avvento di modelli di vita dettati dal capitalismo rampante e di una nuova metodologia di progettazione della pubblicità, influenzata dagli uomini di marketing, amplifica la scissione della grafica dall'advertising a favore del definitivo riconoscimento della prima come parte del disegno industriale.[2] Così, proprio mentre il design si mette in discussione a partire dalle proprie fondamenta, è sintomatico notare come Franco Grignani individui nel disegno industriale una nuova frontiera di sperimentazione e ricerca.

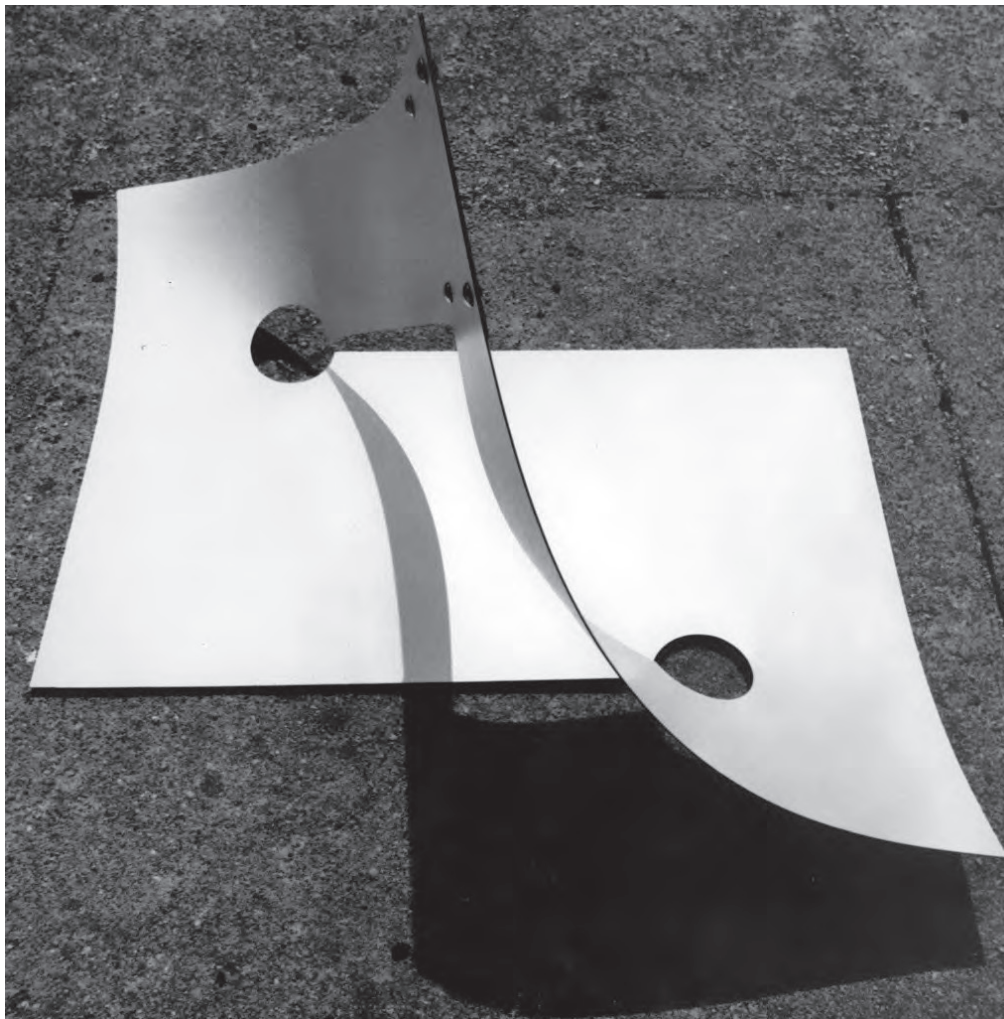
La pubblicità, com'è arrivata oggi, emargina la grafica. [...] È diventata descrizione, opera cioè un atto descrittivo per provocare determinati stimoli. La grafica, dove ancora interviene, è solo per suscitare delle zone di particolare interesse visivo, ma non è più così in evidenza, così determinante nella composizione pubblicitaria, dove invece l'immagine, soprattutto quella fotografica, è diventata preminente. La grafica oggi è più utile altrove. [...] La grande grafica oggi cammina col design. (Grignani, 1973, p. 34)

2. La nascita del gruppo Exhibition Design e la mostra *Design ricerche plastiche*

Frutto di tale fermento culturale e sociale interno al disegno industriale italiano è il gruppo di ricerca, progettazione e divulgazione che risponde al nome di Exhibition Design (ED). Nato a Milano nella seconda metà degli anni Sessanta, fondato e coordinato da Silvio Coppola e composto da grafici di estremo rilievo del panorama contemporaneo quali Giulio Confalonieri, Franco Grignani, Bruno Munari e Pino Tovaglia, tale collettivo individua nella sperimentazione, secondo una metodologia della progettazione interdisciplinare, un terreno di convergenza tra graphic e industrial design. Le indagini su ciò che viene prima del prodotto finito, cioè sul "pre design" (Confalonieri, Coppola, Grignani, Munari, & Tovaglia, 1969) secondo il vocabolario del collettivo, rappresentano un tentativo di riportare la ricerca e la logica progettuale al centro dell'identità del progettista grafico, oltreché un sintomo dell'allontanamento della grafica dai vincoli della pubblicità contemporanea a favore di una identificazione nella pratica del disegno industriale. La scelta del nome "Design" evidenzia un punto fondante del programma proposto dal gruppo. L'utilizzo dello spazio espositivo e l'allestimento "di mostre speciali su temi di ricerche plastiche relative al lavoro del design" (Confalonieri et al., 1969) sono concepiti dal collettivo come un'occasione per incontrare l'opinione pubblica e per condividere i risultati delle indagini condotte e il metodo di lavoro.

Il 22 settembre 1969 inaugura *Design ricerche plastiche*, prima mostra del gruppo milanese, allestita presso la sala delle Cariatidi di Palazzo Reale a Milano. In un momento critico di deriva gestuale e anti-design, in cui si percepisce fortemente il rischio di auto-ghettizzazione da parte del disegno industriale, ED cerca di rimettere in primo piano la professionalità del disegnatore industriale. Con una sequenza di 22 esperimenti condotti intorno al laminato plastico-Formica, i cinque progettisti grafici, presentandosi al pubblico come designer, scelgono di esporre non indagini inerenti la grafica ma ricerche sulla terza dimensione. Evitando l'autocelebrazione e l'esposizione merceologica e firmando gli esperimenti collettivamente, il gruppo espone prodotti non finiti, in modo da rendere tangibile la professione e il quotidiano del disegnatore industriale e "in qualche modo il diaframma che separa il designer dal pubblico" (Solmi, 1969, p. 330). Lo sguardo "nei segreti del mestiere dei designer" (Cartella stampa della mostra *Design ricerche*

plastiche, 1969), offerto da ED in questa prima occasione espositiva, tenta di illustrare la ricerca condotta in maniera immediata e comprensibile dalle masse, presentando la metodologia interdisciplinare non legata a scelte artistiche o estemporanee, ma orientata secondo una ricerca pura intorno ad un materiale.





Strutture in laminato plastico (*Variante al nastro di Moebius e Struttura nata dal peso*) realizzata dal gruppo Exhibition Design nell'ambito della mostra *Design ricerche plastiche* (23 settembre - 5 ottobre 1969, Milano, Palazzo Reale). Fotografie di Luciano Ferri tratte dal catalogo della mostra.

Gli esercizi sul laminato plastico in mostra si presentano come il risultato logico di esperimenti di accumulazione, flessibilità, progressione, simmetria, topologia e polarità, portati avanti grazie alla collaborazione concreta, in fase esecutiva, con le aziende Laminati plastici e Bernini. La collaborazione con le due imprese - di cui Coppola è art director - evidenzia, infine, la vocazione del collettivo a dialogare non solo con il pubblico di fruitori secondo un approccio divulgativo, ma anche con la produzione industriale, considerata un soggetto utile alla concretizzazione delle speculazioni condotte.

3. Il collettivo di ricerca e la produzione di serie: Cilsa, Tessitura di Mompiano e Alessi

In contemporanea con l'elaborazione della mostra Design ricerche plastiche, Confalonieri, Coppola, Grignani, Munari e Tovaglia, coniugano la propria indagine sul "pre design" con la produzione di serie, attraverso relazioni continuative con aziende del made in Italy, in qualità di product designer. Rivolgendosi anzitutto a due modeste realtà industriali lombarde, dedite alla decorazione degli ambienti domestici - che anche in questo frangente vedono Coppola come art director -, il gruppo ED ha modo di applicare le proprie ricerche nel disegno di piastrelle e nella realizzazione di tessuti. Evitando consapevolmente la mera decorazione legata al consumismo delle mode, il collettivo conduce indagini strutturali e scientifiche, vicine alla progettazione portata avanti di consueto come graphic designer. Scegliendo di indagare le opportunità offerte dal disegno geometrico, dalla modularità e dalla combinazione strutturale e attenendosi ai limiti produttivi e tecnici dei materiali utilizzati, ED sviluppa per l'azienda milanese Cilsa nel 'una serie di piastrelle in ceramica, che permette ai singoli designer di elaborare le proprie ricerche personali attraverso supporti e contesti inediti. Tale metodologia è riscontrabile palesemente nella piastrella *Matassa* di Grignani che evolve il tema del marchio Pura lana vergine con una decorazione optical quadrilobata; il bacino di indagini svolte da Munari, sulle possibili combinazioni di un quadrato tagliato asimmetricamente "con un disegno lungo la linea che unisce un angolo con la metà di un lato", porta alla progettazione di piastrelle componibili sia rigorosamente che in maniera casuale, caratterizzate dall'illustrazione di una foglia obliqua.



Piastrelle *Lasagna*, *Arco* e *Archino*, progettate da Pino Tovaglia per Cilsa. Fotografia di Giancarlo Iliprandi tratta da *Abitare*, 78, 1969.

Tovaglia e Coppola propongono, invece, soluzioni modulari che offrono all'utente finale la possibilità di costruire autonomamente la struttura della decorazione domestica. Le collezioni prodotte da Cilsa, sotto la direzione artistica di Coppola, testimoniano una volta di più la facilità e la spontaneità con cui si manifesta la vicinanza tra grafica e design del prodotto, oltre all'attenzione del gruppo milanese al coinvolgimento dell'utente finale nella progettazione del proprio ambiente domestico.

Tra il 1967 e il 1977, la bresciana Tessitura di Mompiano rappresenta per ED un'ulteriore occasione per testare la "del graphic design applicata al tessuto per la casa" (Tessuti e visual design, 1972, p.89), attraverso il disegno di tende, copriletto su seta, acrilico, lana e jacquard che compone la serie *Maxima*. Inoltre, la tradizione orientale dei kakemono introdotta dal collettivo nella produzione aziendale, diventa un'opportunità

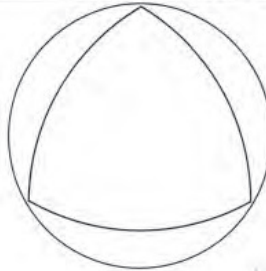
per analizzare il comportamento della luce nei differenti ambienti, concentrando le decorazioni nella parte centrale dei teli, quella cioè attraversata dalla luce naturale. Al principio degli anni settanta, ED diventa il primo segno tangibile dell'avvento del design italiano in un'azienda fino ad allora dedita a oggetti da regalo di orientamento tradizionale e classico: la Alessi. L'arrivo a capo della azienda di Crusinallo di Alberto Alessi coincide infatti con un'apertura netta della stessa al design italiano. Accade così che, al collettivo coordinato da Coppola, venga affidato il disegno della collezione *Programma 7*, con l'auspicio di portare ad un'ampia utenza, attraverso prezzi contenuti, prodotti che, pur rispondendo a un'estetica composta e moderata, siano concepiti secondo una metodologia sperimentale.

Il *Programma 7* arriva sul mercato prioritariamente con "tre variazioni in acciaio inossidabile 18/10 sul tema del vassoio" (Alessi, 1975) che vedono Grignani, Tovaglia e successivamente Coppola approcciarsi alla lavorazione dell'acciaio in lastra, alla tecnica dello stampo e alla cesellatura. La ricerca condotta nell'ambito del *Programma 7* investe anche la progettazione applicata a semilavorati, lamiera traforata, filo a rete, gomma, ed evolve, a partire dal 1976 in una collezione di cesti. All'interno di questa serie, il cestino *Lobo*, concepito da Coppola per essere parte di una linea di prodotti appiattiti in foglio il cui montaggio sarebbe stato demandato all'acquirente finale, finisce, a causa del coefficiente di difficoltà incontrato dall'utente in fase di piegatura, con l'essere venduto già assemblato. Nonostante la relazione tra Alessi e il gruppo milanese si interrompa ben presto per l'inasprimento del dialogo tra le due parti, la sperimentazione portata avanti da ED, attraverso quello che Alessandro Mendini (1979) definisce "un gruppo di oggetti in acciaio progettati in modo tanto coerente nel rapporto tra forma, materia, tecnologia e funzione" (p. 121), offre al marchio piemontese una quantità consistente di esperimenti e prototipi, tra cui gli studi per un'alzata multipla richiudibile disegnata da Bruno Munari e mai entrata in produzione.

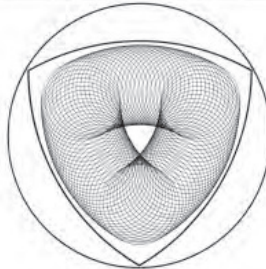
Il product design portato avanti dal gruppo di ricerca non è da considerarsi sganciato rispetto alla missione sociale di educazione delle masse già sostenuta in ambito espositivo. La ricerca applicata al disegno del prodotto risulta anzi fortemente connessa non solo ai propositi di dialogo con l'utenza finale, ma anche alla crisi succitata vissuta dai grafici italiani sul finire degli anni sessanta. Così, Coppola, dalle pagine di *Ottagono*, in occasione della presentazione della serie *Maxima* per Tessitura di Mompiano, considera la progettazione legata agli ambienti domestici come una reazione al degrado e all'inquinamento provocato dalla pubblicità contemporanea.

"Vi sono uomini che lavorano per migliorare il nostro habitat. La logica di queste applicazioni, non casuali né tanto meno ispirate a mode o a gusti personali, convalida il pensiero espresso che il linguaggio violento e soprattutto illogico delle comunicazioni visive che ci tormentano ogni istante della nostra vita sono espressioni di una cultura retriva e certamente antisociale. Nella realtà, si potrebbe in ogni istante operare in modo diverso." (*Tessuti e visual-design*, 1972, p. 88.)

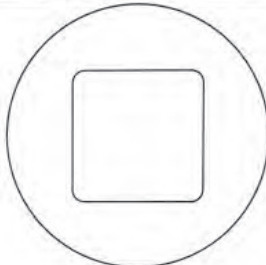
PROGRAMMA 7



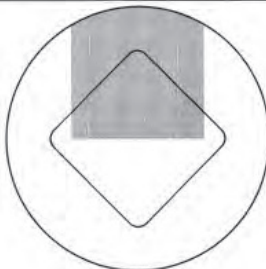
"TRIFOLIO" 7000 « TRIFOLIO »
VASSOIO ROTONDO
DESIGN FRANCO GRIGNANI cm. 30 - 37,5



7001 « TRIFOLIO »
VASSOIO ROTONDO CESELLATO
cm. 30 - 37,5



"TEOREMA" 7100 « TEOREMA »
VASSOIO ROTONDO
DESIGN PINO TOVAGLIA cm. 37,5



7101 « TEOREMA A RIGHE »
VASSOIO ROTONDO CESELLATO
cm. 37,5

Pagina del catalogo Alessi raffigurante i vassoi *Trifolio* e *Teorema*, realizzati da Franco Grignani e Pino Tovaglia per il Programma 7.

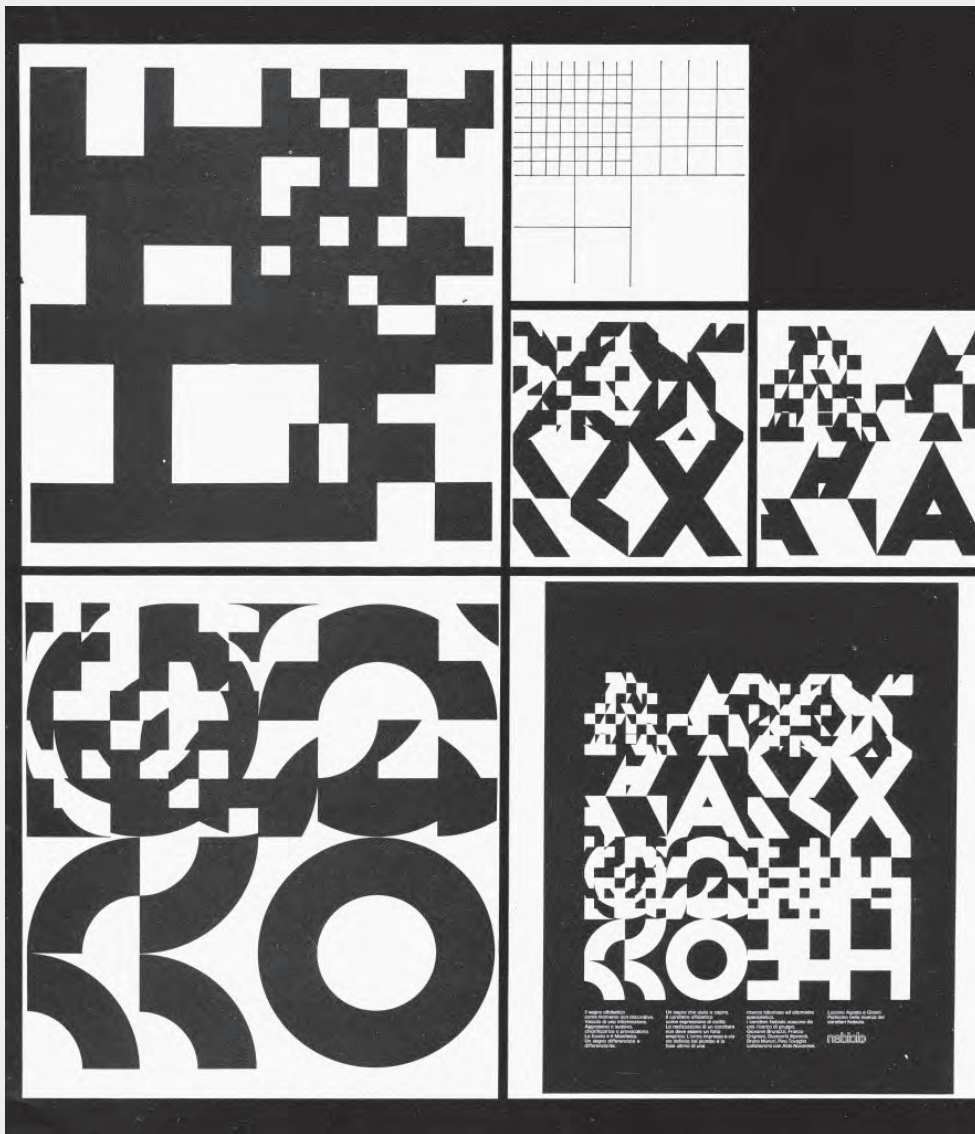
4. L'esposizione *Progetto struttura: metodologia del design e la contestualizzazione del gruppo*

Nella primavera del 1975 ha luogo l'esposizione *Progetto struttura: metodologia del design*, curata da Vittorio Fagone e Lara Vinca Masini e inclusa nel calendario della I Biennale d'Arte Contemporanea organizzata dal Museo Progressivo di Livorno. La socializzazione dello spazio espositivo portata avanti dall'inedita realtà museale livornese - luogo di ricerca e divulgazione nato nel 1974 con l'ausilio dell'Amministrazione Comunale locale, al fine di offrire cultura gratuitamente alla comunità tutta -, garantisce al gruppo milanese l'opportunità di inserirsi nella temperie del disegno industriale contemporaneo. ED si avvicina così alla progettazione di tale mostra - dal 15 marzo al 19 aprile presso la Sala dei Convegni della Fortezza Nuova - secondo un paradigma inedito e puntuale, progettando un'esposizione palesemente didattica e divulgativa, caratterizzata da un percorso eterogeneo di work in progress, disegni, prototipi, ricerche pure, studi esplicativi che, affiancati alle opere finite. Nell'introduzione del catalogo *Progetto struttura* infatti si legge a tal proposito: "Si è voluto dimostrare al pubblico come [...] la scelta di una nuova forma o indicazione non è mai arbitraria, capricciosamente stravagante prima che innovativa, ma vincolata, al contrario, a una logica costitutiva interna" (Fagone, 1975, p. 1).

Così, in tale contesto, Coppola racconta il progetto della sedia *Gru* per Bernini abbinandola a studi personali sull'asimmetria del corpo umano; Munari raccoglie le ricerche intorno alla modularità strutturale spontanea presente in natura, rendendo comprensibili le combinazioni molteplici che si possono ottenere con *Struttura continua* prodotta da Danese; dalle opere di Tovaglia emerge chiaramente l'uso della frammentazione, della sovrapposizione, dello spostamento, delle distorsioni attuate con estrema logicità negli esperimenti tipografici; Grignani spiega la declinazione delle proprie ricerche optical nel passaggio dalla carta al tessuto a struttura jacquard, in occasione della collezione tessile disegnata per Driade. Dalla mostra emerge anche la diversità del modus operandi dei singoli progettisti, percepibile se si mettono a confronto i bozzetti rapidi realizzati da Confalonieri per l'identità di Boffi, Eurodomus o Lerici, con la complessità delle indagini affrontate da Mario Bellini - entrato a far parte dell'equipe di ricerca nel 1970, a testimonianza dei propositi di interdisciplinarietà - tanto nella rigorosa produzione Olivetti quanto nei progetti più sperimentali sviluppati all'interno del Centro Cassina. La carrellata di casi studio presentata da ED nell'esposizione *Progetto struttura* è riproposta secondo la medesima scansione - divisa in capitoli monografici dedicati a ciascuno dei sei membri del collettivo - nelle 128 pagine del catalogo. Corredata da un ricco repertorio iconografico e progettata come sussidio didattico, tale pubblicazione, rivolta anzitutto ad un pubblico di studenti, è pensata per essere fotocopiata gratuitamente e offerta ai visitatori che ne facciano richiesta.



Manifesto incompiuto disegnato da Silvio Coppola per il Museo Progressivo di Livorno ed esposto nella mostra *Progetto-struttura*. Materiale custodito presso l'archivio storico "Museo Civico Giovanni Fattori" di Livorno.



Evoluzioni progettuali pubblicate da Pino Tovaglia nel catalogo della mostra *Progetto struttura: metodologia del design* (15 marzo - 19 aprile 1975, Livorno, Museo Progressivo d'Arte Contemporanea).

Fagone e Vinca Masini sottolineano dettagliatamente la portata politica del collettivo di ricerca sul “pre design” contestualizzandola come reazione concreta alle correnti contemporanee del disegno industriale. A fronte di quello che viene definito, dai due curatori dell’esposizione di Livorno, il fallimento della proposta del design radicale, decretato definitivamente dalla mostra newyorchese del ‘72 *Italy: the new domestic*

landscape, ED testimonia un nuovo paradigma del dialogo tra domanda, produzione e designer. La risposta estrema del disegnatore industriale, incastrato all'interno di un sistema produttivo malato, è stata secondo Lara Vinca Masini (1975) quella di presentarsi come soggetto estraneo al mercato e sganciato da esso, finendo in ultima analisi con l'essere inglobato dal "sistema borghese capitalistico" (p. 32), capace di assorbire anche proposte di anti-design nella sua necessità di rinnovarsi.

Nell'introduzione al catalogo della mostra, Fagone (1975, p. 1) rimarca inoltre il fallimento del radical design nel dialogo con l'utente finale e la collettività: "Distruocere le merci o proporre nuove merci potrebbe non risultare il problema essenziale rispetto alla necessità di stabilire una più matura consapevolezza in chi deve abituarsi oggi a distinguere utensili e messaggi non artificialmente manipolati". *Progetto struttura* si mostra quindi come revisione della risposta del designer dinanzi all'aggressività del capitalismo, prospettando un disegnatore industriale che eviti di porsi come mediatore tra una domanda viziata dagli interessi di mercato e produzione e che sia capace ancora di fare e di divulgare la ricerca e la sperimentazione nel dialogo tanto con le masse quanto con l'industria.

"Quel percorso scalare [...]: domanda > designer > produzione, si sposta su una scala diversa, che vede il designer al vertice in una posizione di guida e di controllo: [...] in cui la domanda diventa motivata e giustificata - e al tempo stesso dimensionata e liberata dalla sua sfrenata esasperazione e macroscopizzazione, tornando a giustificarsi nella qualità e non nella quantità - da processi di necessarietà antropo-sociologica." (Vinca Masini, 1975, p. 34)

La missione sociale individuata nella proposta del gruppo ED mette quindi al centro ancora una volta la ricerca e la sperimentazione logica come momento discriminante e come alternativa tanto al disegno di oggetti aleatori e allo styling - considerato dal gruppo sintomo del capitalismo -, quanto all'anti-design, rivolta invece all'incontro con il pubblico, evitando grammatiche autoreferenziali e comprensibili solo da un'utenza di settore.

Nonostante Vinca Masini ponga l'operato del gruppo in netta antitesi rispetto alla proposta del design radicale, va osservato che il progetto ED ha luogo in uno scenario che vede la nascita di prospettive di dialogo concreto con la collettività, tra cui il tentativo di divulgazione delle ricerche radicali, attraverso laboratori aperti al pubblico, rappresentato da Global tools, le proposte di autoprogettazione di mobili da parte dell'utente finale avanzate da Enzo Mari, la sperimentazione applicata alla produzione sviluppata nei centri di ricerca interni ad aziende quali Busnelli, Cassina e Kartell. All'interno di tale fermento la proposta portata avanti da ED, del designer come guida delle masse - che evidentemente tradisce l'eredità dello spirito modernista ancora presente nei propositi del gruppo - attraverso mostre didattiche e oggetti che tentano di instaurare un dialogo con la collettività, diventa una maniera concreta per rendere consapevole l'opinione pubblica riguardo al design, così che essa stessa possa influire sul mercato e sulle scelte della produzione e contribuire a riequilibrare il sistema produttivo. A seguito della mostra del '75, sulla rivista *Le arti*, Coppola rivolge a Munari una *Lettera aperta* paracritica di un sogno ad un amico dell'utopia, affermando con evidente disillusione che attualmente

"il sogno del designer è quello di arrivare nelle raccolte pubbliche - musei -, oppure sui cataloghi delle mostre, oppure sulle pagine delle pubblicazioni di categoria,

oppure, in mancanza d'altro, [...] negli avvenimenti sceneggiati di qualche servizio d'arredamento di settimanali femminili." (Coppola, 1975, p. 38)

Nell'articolo, il coordinatore del collettivo ED delinea una volta di più la responsabilità e il ruolo del designer rispetto alla collettività, all'utenza finale, alla gente del mercato rionale, al consumatore, il quale, subendo l'influsso di un sistema produttivo malato, finisce col domandare per se stesso prodotti di bassa qualità. È opportuno, secondo Coppola (1975), che il designer faccia un esame di coscienza e che analizzi i momenti in cui egli stesso si sia dimenticato della realtà intorno, "per la qual cosa il mercato rionale ha vissuto benissimo senza di noi e noi invece eravamo presenti in Corso Europa o in via Durini o in via della Cosa Costosa, prigionieri del nostro orgoglio di prime donne" (p. 38). Anche nella replica di Munari (1975) il disegnatore industriale "invece di continuare a progettare un nuovo modello di poltrona a ogni Salone del Mobile" (p. 36) è opportuno che abbia a cuore la collettività e costruisca "i suoi lavori tenendo conto dell'esperienza anche popolare, oltre a quella dei maestri, per cui l'esperienza accumulata servirà a tutti" (Munari, 1975, p. 36).

Per quanto l'operato del laboratorio collettivo ED, la cui parabola sfuma intorno al 1976, abbia avuto una eco modesta nell'evoluzione del dibattito contemporaneo, è necessario sottolineare quanto la compagine guidata da Coppola sia stata capace di proporre una riflessione concreta rispetto al ruolo del designer nella società, di ripensare lo spazio espositivo come luogo di divulgazione, condivisione e dialogo prima ancora che di esibizione, di investire nella sperimentazione, ancorandola alla dialettica con la domanda e la produzione, di rintracciare nella metodologia progettuale una matrice comune alle differenti discipline del design e, in ultimo, di dimostrare la fertilità e la spontaneità della compenetrazione tra graphic e industrial design.

Bibliografia

- Bassi, F., Confalonieri, G., Coppola, S., Grignani, F., Munari, B. & Tovaglia P. (1971). *6 graphic designers italianos*. Catalogo della mostra, febbraio - marzo 1971. Barcelona-Madrid: Hispano Olivetti.
- Celant, G. (1970). Frustrazione: arte abdicata. *Casabella*, 334.
- Confalonieri, G., Coppola, S., Grignani, F., Munari, B. & Tovaglia, P. (1969). *Design ricerche plastiche*. Catalogo della mostra, 23 settembre - 5 ottobre 1969. Milano: Palazzo Reale.
- Coppola, S. (1975). Lettera aperta paracritica di un sogno ad un amico dell'utopia. *Le Arti*, 4-5, 38.
- Fagone, V. & Vinca Masini, L. (a cura di). *Progetto struttura: metodologia del design*. Catalogo della mostra, 15 marzo - 19 aprile 1975. Livorno: Museo Progressivo d'Arte Contemporanea.
- Gunetti L. & Oropallo G. (2011). The city as a white page. The encounter of typography and urban space in Italian late modernism. Disponibile presso: <http://www.historiadeldissen.org/congres> [4 luglio 2013].
- Grignani, F. (1973). Struttura e decorazione: una scelta della grafica. *Linea grafica*, 1, 32-34.
- Iliprandi, G. (1969). Pubblicità infedele. *Casabella*, 339-340, 68-69.
- Iliprandi, L. (1969). Piastrelle come grandi tessere di un mosaico sempre nuovo. *Abitare*, 78.

Mendini, A. (1979). *Paesaggio Casalingo: la produzione Alessi nell'industria dei casalinghi dal 1921 al 1980*. Milano: Domus.

Munari, B. (1975). Il design e i mercati nazionali. *Le arti*, 6, 36.

Munari, B. (1978). *La scoperta del quadrato*. Bologna: Zanichelli.

Solmi, F. (1969). Modestia del designer. *Linea grafica*, 5, 329-330.

Steiner, A., et al. (1968). L'art director oggi in Italia. *Linea grafica*, 1, 37-42.

"Tessuti e visual-design". (1972). *Ottagono*, 26, 88-89.

Vinca Masini, L. (1975). Progetto/struttura, metodologia del design. *Le arti*, 1, 32-34.

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

Vinti, C. (2011). "La grafica italiana e il progetto coordinato: il ruolo di Bob Noorda e della Unimark di Milano", in C. Ferrara & F. Guida (a cura di). *On the road: Bob Noorda il grafico del viaggio*. Milano: Aiap Edizioni.

Zacco, G. (1971). 1970. Documento programmatico. In *Quarto annual Art Directors Club Milano*. Milano: Paolo Bellasich e Roberto Bossi Editori.

NOTE

1. Sulle divergenze e le similitudini tra la grafica e il design dinanzi alla crisi del modernismo si veda Gunetti, Oropallo (2011).↵
2. Sulla reazione della grafica all'avvento dell'advertising di stampo americano e sulla scoperta della *corporate identity* come segno di avvicinamento ad una metodologia rigorosa assimilabile al disegno industriale si veda Vinti (2007) e Vinti (2011).↵

IL DESIGN DELLA RICOSTRUZIONE: ITALIANI A LOSANNA (1944-1950)

Pier Paolo Peruccio, Politecnico di Torino

Orcid id 0000-0002-0723-6097

PAROLE CHIAVE

Emergency, Emergenza, Flessibilità, Flexibility, Industrialization, Industrializzazione, Progetto, Project, Technique, Tecnica

La cultura tecnica, il ruolo del progettista, l'organizzazione del lavoro sono argomenti cruciali nel dibattito sulla ricostruzione. Dopo l'8 settembre del 1943, in Svizzera, si delineano i contorni di una riflessione che interessa i numerosi ambiti del progetto e che la pubblicazione del "Bollettino del Centro Studi", dal giugno del 1944 all'aprile del 1945, in parte restituisce. Gustavo Colonnetti, cattolico liberale, ingegnere torinese e rettore del campo universitario di Losanna, diventa riferimento costante, dal 1943 fino alla seconda metà degli anni cinquanta, per una cultura che riconosce nella tecnica uno dei valori fondanti della ricostruzione della casa e delle città distrutte, ma anche e soprattutto della famiglia come nucleo sociale, economico e culturale della collettività

Uno dei temi meno indagati dalla storia del design del secondo dopoguerra riguarda il ruolo giocato da alcuni architetti e designers italiani internati in Svizzera dopo l'8 settembre del 1943, membri del Centre d'Etude pour le Bâtiment di Losanna, tra cui figurano Ernesto Nathan Rogers, Maurizio Mazzocchi, Giulio Minoletti, Paolo Chessa, Luigi Frattino, Vico Magistretti e Angelo Mangiarotti. Già nel 1944, il Centre avvia programmi di ricostruzione per indirizzare l'industria verso la produzione di elementi normalizzati, come gli arredi in serie, puntando all'unificazione dei segni convenzionali da adottare nel disegno tecnico. In territorio elvetico, infatti, si predispongono schede di calcolo e analisi tecniche sui materiali ma anche tabelle sui metodi di costruzione e di produzione. Le 250 tavole che costituiscono il Manuale dell'Architetto, diffuso dal 1946, trovano qui un primo tentativo di elaborazione sul tipo di quelli pubblicati negli anni trenta in America e in Europa e già circolanti nelle università svizzere. Nelle pagine del Manuale sono presenti schede di "oggetti per la casa" come cavatappi, portauova, macinini per il pepe, servizi di posate, imbuti, colapasta, caffettiere napoletane, scale e, più in generale, gli strumenti essenziali per cucinare, ma anche disegni di mobili da cucina e prodotti per la pulizia della casa, della biancheria fino alla borsa per fare la spesa. Sono poi indicati i dati d'ingombro dell'arredamento, dagli armadi per abiti alle credenze fino alle macchine per scrivere e ai telefoni.

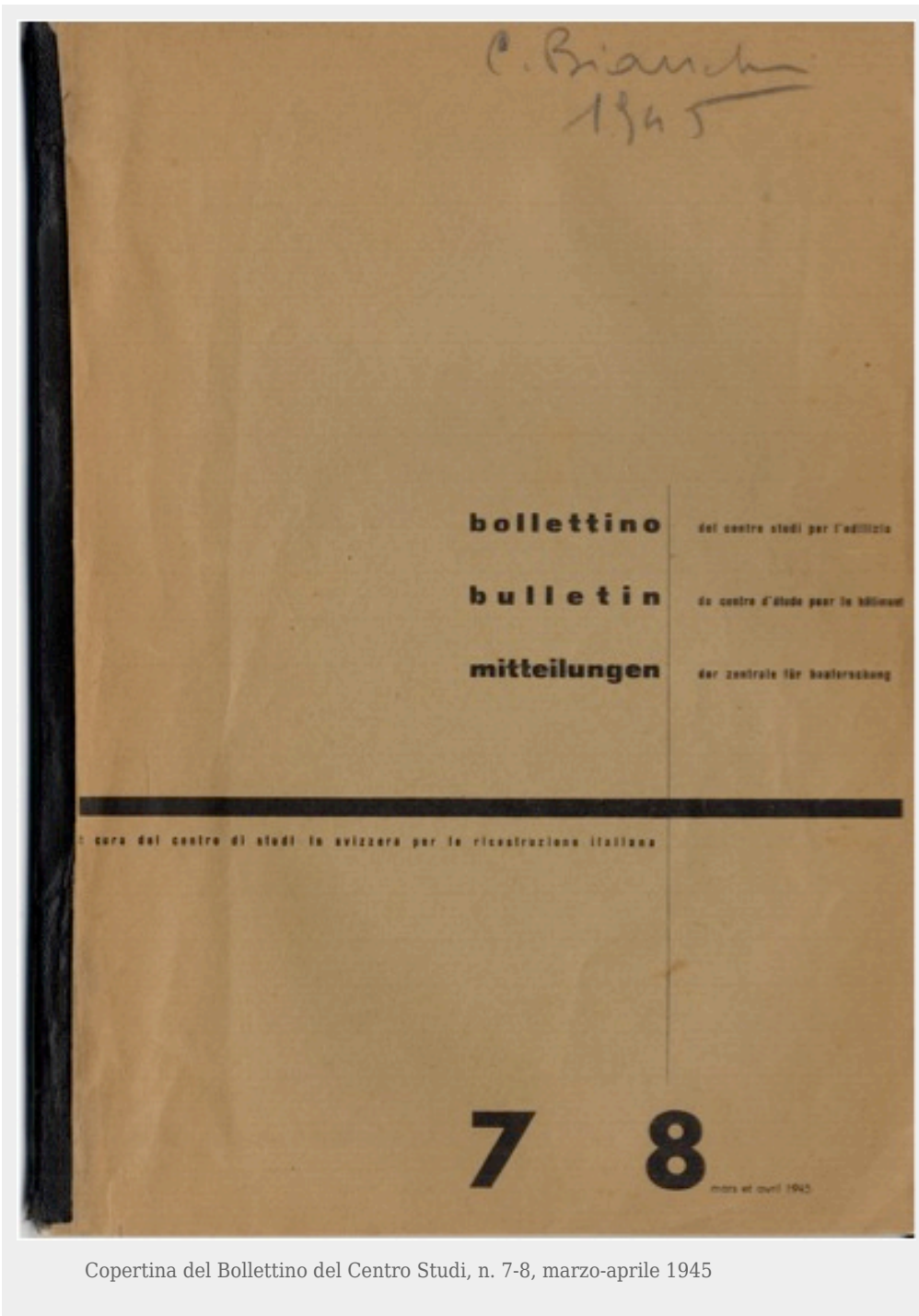
In Svizzera dunque si delineano i contorni di un dibattito, in parte restituito dal Bollettino del centro studi pubblicato dal giugno 1944 all'aprile del 1945 (con progetto grafico di Albe Steiner), che attraversa i molti ambiti del progetto, dalla città all'arredo, riducendo la distanza culturale tra di essi e avvicinando negli obiettivi l'architetto-designer all'ingegnere (Peruccio, 2005).

Infatti, Gustavo Colonnetti, rettore del campo universitario di Losanna, e molti dei protagonisti della ricostruzione condividono l'idea di un'azione governata dalla tecnica che ha le sue radici nel realismo inteso come risposta concreta a una situazione d'emergenza, e che si legittima nel costante riferimento a saperi consolidati come quelli della scienza e della tecnica, assunte, in nome della loro presunta neutralità, a governare processi democratici di ricostruzione. Come ingegnere e scienziato, ma anche convinto cattolico, Colonnetti esprime nella sua posizione la dialettica tra scienza e fede, un binomio conflittuale che trova un avvicinamento tra i due termini nella seconda parte dell'Ottocento attraverso il ritorno ai principi del tomismo e della scolastica. Infatti, le dottrine teologico-filosofiche elaborate da san Tommaso d'Aquino nel XIII secolo, incentrate sulla riformulazione del rapporto ragione-fede, distinguono nei due ambiti una specificità di metodo e di oggetto di studio[1]. Sull'onda lunga delle prese di posizione della Chiesa, attraverso la serie di encicliche promulgate da Leone XIII e Pio XII, Colonnetti imposta la sua idea di impegno nella società civile. Fin dal 1936, quando è nominato membro dell'Accademia Pontificia delle Scienze, si fa promotore di un pensiero che ha il suo cardine nell'"importanza morale e sociale del tecnico"(Colonnetti, 1937), che corrisponde alla figura dell'ingegnere, "uno dei perni" dello sviluppo della civiltà moderna. La tecnica diventa lo strumento di "riscatto e di redenzione del peccato" (Colonnetti, 1942): all'ingegnere spetta un duplice compito filtrato dall'etica cattolica, quello di scienziato, come studioso delle leggi di natura, e quello di tecnico, come realizzatore del dominio dell'uomo sopra di essa (Colonnetti, 1942). Questi temi vengono approfonditi ulteriormente nel 1943 in numerosi articoli dai titoli significativi apparsi sulle colonne de "L'Osservatore Romano" come, tra i più importanti, *Responsabilità della scienza e della tecnica* (24 gennaio 1943), *Ancora la responsabilità della tecnica e della scienza* (14 febbraio 1943), *Le vie della civiltà* (20-21 marzo 1943), *Le nostre responsabilità* (2 luglio 1943), che sviluppano una discussione riguardante la missione del tecnico, visto come colui che collabora alla "realizzazione di un disegno divino" (Colonnetti, 1943). Anche gli articoli pubblicati sul Bollettino a firma di Rogers, assistant a Losanna durante il periodo dell'internamento, riprendono i temi cari anche al cattolico Colonnetti, come il conflitto tra individuo e collettività e il concetto di industrializzazione, un problema di coscienza, di ordine sociale e politico in un periodo di guerra in cui l'individuo "non riesce a definire neppure se stesso". Il paradosso cui si trovano di fronte gli attori della ricostruzione, scrive Rogers, consiste nel tentativo di voler dare risposte concrete alle urgenze del presente senza impostare programmi a lungo termine, allo stesso tempo si avverte la necessità di elaborare nuove soluzioni perfezionabili nel tempo: è una ricostruzione *fonctionnelle, intellectuelle* e morale che si richiama ai principi elaborati dagli architetti del movimento moderno negli anni tra le due guerre e ribaditi anche dallo svizzero Alfred Roth.

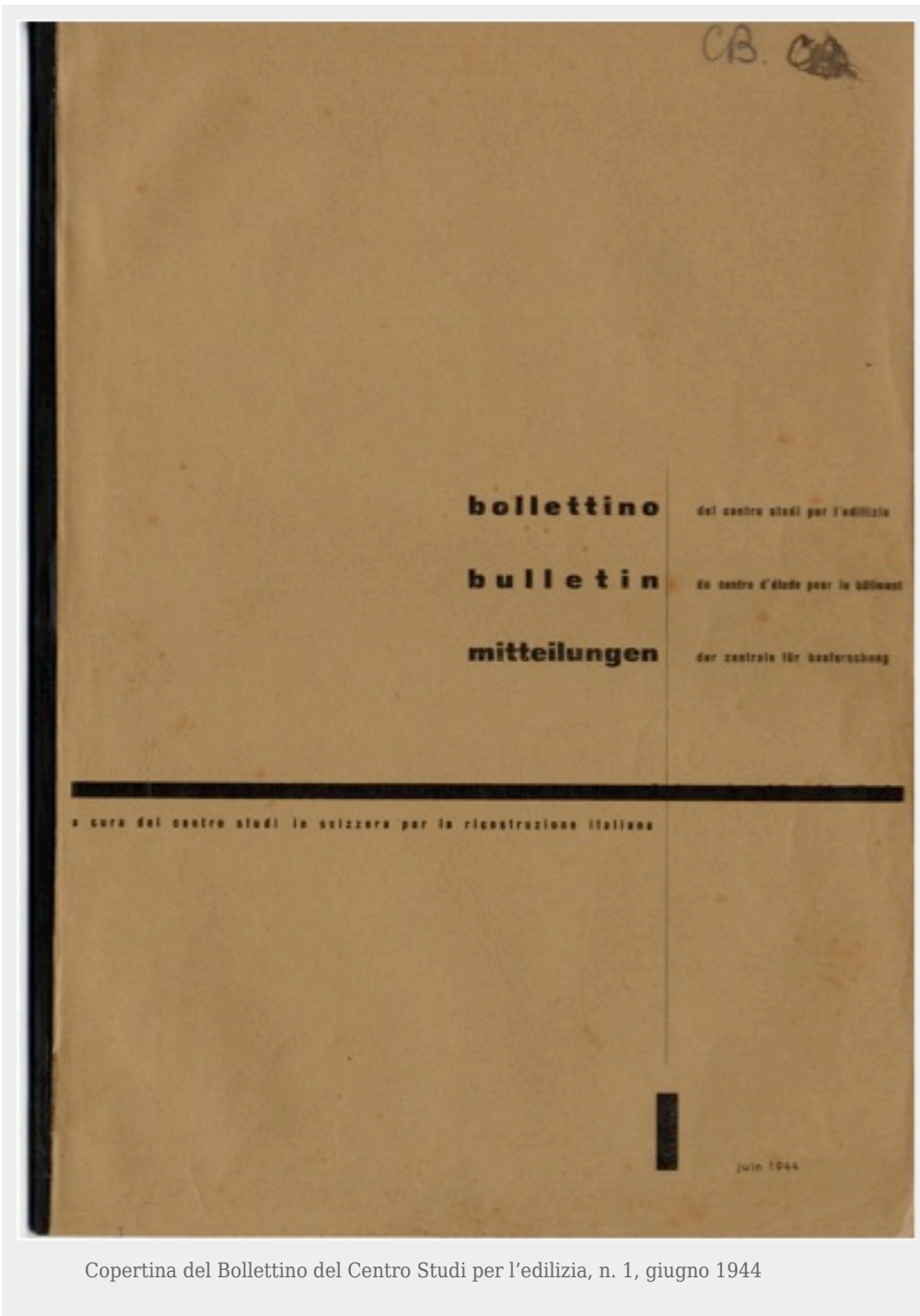
Su questi presupposti nel luglio del 1946 apre al Palazzo dell'Arte di Milano la rassegna, dedicata al tema dell'arredamento popolare, promossa dalla RIMA (Riunione Italiana Mostre Arredamento). Le proposte di Ignazio Gardella, Vito Latis, Eugenio Gentili e di altri architetti sono ampiamente documentate su Domus nello stesso periodo della mostra insieme a un progetto di "mobile in scatola" facile da trasportare e da montare elaborato dall'architetto Gian Casè[2] durante il periodo d'internamento a Losanna. "Il risultato di queste mostre - scrive Andrea Branzi - [...] non fu quello di costruire un catalogo di produzioni a disposizione del mercato, ma quello di illustrare che cosa la

produzione di arredamenti popolari avrebbe potuto essere” (Branzi, 2002). Alcune retoriche ricorrono nelle didascalie e nei brevi testi di accompagnamento al servizio fotografico dedicato alla rassegna del 1946: “flessibilità d’uso”, “spazio mutevole”, “reversibilità”, “elasticità delle sistemazioni”, “intercambiabilità dell’attrezzatura”; ogni oggetto diventa mobile e regolabile a seconda delle “mutevoli necessità familiari” come la poltrona dotata di rotelle alle estremità delle gambe anteriori e una “comoda maniglia per eventuali spostamenti”, o i “piedini per sistemare il mobile sulle disuguaglianze del pavimento”. I materiali impiegati sono il legno, il compensato, il metallo, tutti facilmente lavorabili dall’industria del mobile. Scrive ancora Branzi: “Se analizziamo oggi quei progetti di Magistretti, Gardella, Michelucci o Albini, vediamo che i loro programmi di arredamento, mossi dal desiderio di intercettare un realismo popolare, praticavano una sorta di paesaggio domestico che non aveva nessun riferimento con i comportamenti reali degli utenti, né tanto meno con una producibilità in grande serie” (Branzi, 2002). Non è un caso se un’azienda come Azucena decide di affiancare alla gamma di arredi innovativi disegnati da Caccia Dominioni, Gardella e Corradi delle serie di prodotti già sul mercato, come le sedie chiavarine, che nel linguaggio e nei materiali rimangono saldamente legate alla tradizione italiana, condividendo in parte le istanze del neorealismo e al contempo andando incontro a un segmento di mercato ancora culturalmente lontano dalle sperimentazioni d’avanguardia. Un neorealismo che se in architettura si traduce nella riscoperta della casa tradizionale con tetto a falde, l’utilizzo del ballatoio e l’impiego di materiali quali il ferro battuto, il laterizio e il mattone (come nel quartiere Tiburtino a Roma), nella progettazione di arredi per la casa significa un avvicinamento alle tecniche artigianali insieme all’utilizzo di materiali come la ceramica, il vetro, il legno, il vimini ma anche sassi di fiume e materiali di scarto. La cultura progettuale così tratteggiata costituisce la matrice politica e riformista del design, che negli anni del secondo dopoguerra diventa uno dei dispositivi per accelerare alcuni processi di educazione, democratizzazione e creazione di identità nazionale. Un processo che passa anche dai modelli di *domesticity* proposti dalle riviste, dalle schede su arredi e oggetti della casa apparsi nelle pagine del già citato Manuale dell’Architetto, dal ruolo educativo della radio, prima, e della televisione, poi, ma anche dall’apertura dei grandi corridoi autostradali per unire - non solo metaforicamente - il nord con il sud (Peruccio 2012).

A una prima ricostruzione “dell’emergenza” che dura fino al 1948 con le prime elezioni politiche e il varo del Piano Fanfani, segue una seconda fase detta della “grande ricostruzione”, più incisiva rispetto alla prima per ampiezza e portata d’intervento (Di Biagi, 2001). Ricostruire e provvedere a un tetto per gli sfollati non basta più, l’attenzione del dibattito si sposta sulla necessità di dare lavoro a milioni di persone rimaste disoccupate dopo la guerra. I risultati non tardano ad arrivare: durante il secondo “settennio” del Piano Fanfani prende avvio un periodo di forte crescita dei consumi che alimenta, e da esso trae nutrimento, il mito del design italiano, quel fenomeno - che in parte si radica nel dibattito all’interno del Centre d’Etude pour le Bâtiment di Losanna - generato da un tessuto di piccole e medie imprese orientate alla produzione seriale di qualità, ma capaci di esibire anche raffinate competenze artigianali.



Copertina del Bollettino del Centro Studi, n. 7-8, marzo-aprile 1945



Copertina del Bollettino del Centro Studi per l'edilizia, n. 1, giugno 1944

s o m m a i r e

Ernesto N. Rogers	Reconstruction fonctionnelle
A. Olivetti	Fonction politique de l'urbanisme
A. Roth	Planifications et constructions de l'après guerre : le quartier de secours
G. et V. Latis	Introduction à une ville nouvelle
J.P. Danelhafer	Urbanisme et géotechnique
F.M. Macchi	Un nouveau problème d'urbanisme : Ville et aéroport
T. Segré	Urbanisme et droit de propriété

D O C U M E N T A T I O N

- * Le conseil des recherches étudiera les problèmes techniques pour le relèvement du pays.
(S.E. le Prof. G. Colonnetti)
- * Programme de réforme présenté par les architectes du "FRONT NATIONAL"
- * Les "ranchos" de la République Argentine
(G. Bernstejn)

I N F O R M A T I O N S

- * Italie :
Les monuments de l'Italie centrale . IVème rapport du département des affaires civiles du " War Office "
- * Angleterre :
Programme du gouvernement pour l'habitation .
Plans pour la reconstruction.

Sommario del Bollettino del Centro Studi, n. 7-8, marzo-aprile 1945

Bibliografia

Branzi, A. (2002). Un paese senza casa. Modelli sperimentali per lo spazio domestico. In Giampiero Bosoni (a cura di), *La cultura dell'abitare. Il design in Italia 1945-2001* (p.152). Milano: Skira.

Colonnetti, G. (1937, 7 novembre). L'importanza morale e sociale del tecnico. *Azione fucina*.

Colonnetti, G. (1942). L'ingegnere dinnanzi a Dio. *Studium Christi*.

Colonnetti, G. (1943, 24 gennaio). Responsabilità della scienza e della tecnica. *L'Osservatore Romano*.

Di Biagi, P. (2001). *La Grande Ricostruzione. Il piano Ina-Casa e l'Italia degli anni'50*. Roma: Donzelli.

Peruccio, P. (2005). *La Ricostruzione Domestica. Gustavolo Colonnetti tra cultura politecnica e industrializzazione (1943-1957)*. Torino: Celid.

NOTE

1. Una ripresa del tomismo avviene in Italia a seguito della fondazione nel 1850 della rivista *Civiltà cattolica* da parte di un gruppo di gesuiti. La promulgazione nel 1879 dell'enciclica di Leone XIII *Aeterni patris* rappresenta un ulteriore contributo alla conoscenza della dottrina tomistica, vista come filosofia aderente alle verità cristiane↵
2. *Domus 211*. (luglio 1946). (pp. 20-23).↵

DAL GIORNALINO AL MANIFESTO. ILLUSTRATORI PER L'INFANZIA, GIOVANI MAESTRI DELLA GRAFICA DI UNO STATO NASCENTE

Enrico Cicalò, Università di Sassari

Orcid id 0000-0001-9643-0483

PAROLE CHIAVE

Editoria per l'infanzia, Giornalino della Domenica, Grafica pubblicitaria, Graphic design, Illustrazione

In questo articolo si evidenzia il ruolo d'avanguardia dell'editoria per l'infanzia. Attraverso l'analisi del caso di studio del *Giornalino della Domenica*, periodico per ragazzi pubblicato in Italia nei primi decenni del Novecento, si analizzerà il contributo di questo genere di pubblicazione nell'educazione del gusto estetico, nella costruzione dell'opinione pubblica e nella formazione dei giovani artisti che raggiungeranno sulle pagine di questi periodici una visibilità che permetterà loro di approdare alla grafica pubblicitaria e di scrivere importanti pagine della storia della grafica italiana.

1. La nascita del *Giornalino della Domenica*

Esiste un *fil rouge* che lega la storia della letteratura per l'infanzia all'infanzia professionale dei maestri della grafica italiana, così come all'infanzia di un giovane Stato ancora acerbo quale è l'Italia dei primi decenni del secolo scorso.

All'inizio del Novecento, in piena rivoluzione montessoriana, l'editoria per ragazzi conquista una posizione centrale nel panorama culturale internazionale in seguito alla ridefinizione del ruolo del bambino nella società. In tutto il mondo occidentale si affermano nuovi modi di comunicare e interagire con i più piccoli che portano anche alla reinvenzione dell'editoria per l'infanzia. In Italia questa stagione viene caratterizzata dalla pubblicazione, a partire dal 1906, del *Giornalino della Domenica*, settimanale diretto da Vamba e rivolto ai giovanissimi lettori figli della "buona ed operosa borghesia" e futura classe dirigente della nazione. Una pubblicazione di altissima qualità, per testi, immagini, resa tipografica, finalizzata alla valorizzazione dell'infanzia e alla veicolazione degli ideali patriottici e liberal-socialisti dell'Italia postunitaria (*Giornalino della Domenica*, 1909).

2. L'educazione del gusto

Sebbene il suo ruolo politico e ideologico sia ancora oggi controverso (Faeti, 1972), è invece indubbia l'influenza del settimanale nel rinnovamento dei canoni estetici, oltre che morali, degli italiani dei primi decenni del Novecento (GdD, 1920). Il *Giornalino* ambisce infatti ad educare il gusto dei giovani lettori attraverso un'accurata scelta di illustrazioni e copertine (GdD, 1918). Queste ultime, in particolare, che sono pensate come delle vere e proprie *affiches* capaci di comunicare in maniera moderna, sintetica ed efficace,

veicolano il linguaggio d'avanguardia delle illustrazioni reinterpretando tendenze d'oltralpe e anticipando futuri sviluppi. La moderna libertà compositiva delle copertine permette e favorisce la continua reinterpretazione del progetto grafico, compresa la testata, secondo lo stile proposto dall'illustratore. La strategia adottata prevede una continua variazione dei linguaggi, degli stili e dei soggetti, e consente di alternare immagini più semplici ad altre più ricercate, quasi a educare l'occhio in maniera graduale, dolce, paziente, pedagogica.

...l'Arte è sempre stata un succedersi di battaglie. Anche ai nostri tempi se ne sta combattendo una terribilissima e importantissima, che dura fino a quarant'anni or sono, quando ci venne d'oltralpe, un gran vento di novità, dal quale trasse vita ed oggi trae respiro l'arte di eccezione, che potrebbesi dire senza scrupoli, l'Arte del nostro secolo. Ecco dunque la battaglia fra gli Artisti di questo secolo e gli Artisti del passato. [...] Descrivervi anche approssimativamente perché si fa questa guerra e cosa significa e che cos'è - sarebbe affare troppo, troppo lungo - [...]. Bisogna avvicinarsi a opere di questo genere con altri occhi che non sono quelli del viso, poiché in altri elementi si deve basare l'esame di queste opere. Il *Giornalino* si è assunto un po' il compito di prepararvi a questo esame, offrendovi composizioni come molte delle nostre illustrazioni e copertine (GdD, 1920, p.23).

3. La formazione di una generazione di giovani illustratori

L'obiettivo del *Giornalino* è "educare con immagini e parole": parole affidate a nomi di primo piano del mondo letterario nazionale, immagini interpretate da personaggi che diventeranno esponenti di spicco del panorama artistico italiano nei decenni a venire (Pallottino, 2008). Crocevia di giovani talenti che riescono, proprio a partire dalle sue pagine, a imporsi al pubblico illuminato dell'Italia dei primi decenni del Novecento, il *Giornalino* vede come protagonisti delle sue copertine illustratori e artisti affermati e già contesi nel panorama editoriale dell'epoca quali Filiberto Scarpelli, Ugo Finozzi, Aleardo Terzi e Marcello Dudovich. Contemporaneamente vede crescere anche giovani e giovanissimi artisti quali Antonio Rubino, Sergio Tofano, Umberto Brunelleschi, Giuseppe Biasi, Ezio Anichini, Piero Bernardini, Ottorino Andreini, Mario Pompei e Paolo Paschetto che, anche grazie alla formula del concorso (GdD, 1906b), riescono a conquistare quella visibilità e quella notorietà che possono favorire nuovi e fertili percorsi professionali e artistici. Oltre a nutrire di stimoli le menti dei piccoli italiani, la letteratura per l'infanzia alleva così anche grafici e artisti in erba che di lì a pochi anni passeranno al disegno di manifesti e illustrazioni per le maggiori produzioni della nascente industria nazionale. La consapevolezza del ruolo di questo ruolo di incubatore di talenti emerge con orgoglio negli articoli del settimanale. Il *Giornalino* pubblica, per esempio, nel n.8 del 1920 una copertina di Biasi, "Ritorno dal lavoro", già utilizzata dieci anni prima per la copertina del n.46 del 1909 sottolineando

...Noi ricordiamo con piacere, e anche con legittima soddisfazione, come l'originale tecnica di Biasi fosse, nei suoi primi lavori, discussa, e come progressivamente perfezionata, si sia imposta all'ammirazione del pubblico sempre misoneista dinanzi alle nuove manifestazioni degli arditisti dell'arte, insofferenti di viete discipline e di dogmi invecchiati... (GdD, 1909, p.22).



A sinistra: Aleardo Terzi, copertina del *Giornalino della Domenica* n. 40, anno IV, 1909.
 A destra: Antonio Rubino, copertina del *Giornalino della Domenica* n. 4, anno IV, 1909.

Dopo l'esperienza del *Giornalino* i giovani illustratori inizieranno infatti ad esplorare nuovi campi di sperimentazione nei quali riusciranno ad imporsi come indiscussi protagonisti: tra i più noti, Terzi e Sinòpico che si affermarono nella cartellonistica, settore in cui operarono anche altri nomi - come Rubino, Bernardini, Sto, Angoletta e Mateldi - che tuttavia continueranno ad essere ricordati soprattutto per le loro inconfondibili illustrazioni per il mondo dell'infanzia.

3. Il contributo alla costruzione di uno stato unitario

Al *Giornalino della Domenica* viene inoltre riconosciuto il merito di aver contribuito anche ad un'altra crescita, quella dello Stato unitario, attraverso la formazione delle menti e degli sguardi degli italiani del futuro. A favole, racconti e poesie si affiancano documentari, inchieste, immagini, opinioni e idee dell'Italia postunitaria, che raccontano la ricchezza e la varietà delle realtà locali, contribuendo alla divulgazione delle culture e delle tradizioni regionali.

...Far conoscere l'Italia agli italiani dell'avvenire visto che purtroppo quelli del presente si dàn così poca cura di conoscerla. [...] Bisogna [...] far scoprir loro non le incolori vedute de' nostri paesi, come al freddo raggio d'una lanterna magica sulla tela delle proiezioni, ma la vita che palpita, varia e interessante nelle sue manifestazioni, in ogni parte d'Italia, illuminata dalla pura fiamma del genio de' nostri migliori scrittori e dei nostri migliori artisti (GdD, 1909, pp. 8-9).

La sua organizzazione quasi confederativa permette di dare voce a tutte le specificità

territoriali che partecipano così alla costruzione di un'immagine unitaria della giovane Italia. Ciò consente anche alla cosiddetta "colonia dei sardi" di trovare un importante spazio di espressione, anche grazie all'interesse per quell'aura ancora esotica, primitiva e fiabesca che caratterizza la Sardegna dell'epoca. Dalle copertine e dalle pagine del *Giornalino* emergono, tra gli altri, nomi come quelli di Giuseppe Biasi, Primo Sinòpico, Pino e Melchiorre Melis, Edina Altara, chiamati a raccontare il mito di una terra incantata e a reinterpretare in chiave moderna le tradizioni popolari, per poi ritagliarsi ruoli di primo piano nei diversi settori della grafica italiana del Novecento (Altea, 1990).



A sinistra: Filiberto Mateldi, manifesto Lana Marca Gatto, 1933. A destra: Bruno Angoletta, manifesto Italstrade S.A., 1941.

4. Qualità ed èlitarità

Tra gli obiettivi dichiarati della pubblicazione la qualità (GdD, 1909): qualità della veste editoriale, qualità del progetto grafico, qualità dei testi e delle immagini. Per raggiungere tale obiettivo vengono utilizzate tecnologie di fotoincisione all'avanguardia (GdD, 1906a), materiali di pregio, il lavoro di scrittori e illustratori tra i più affermati o talentuosi del panorama nazionale. L'ambizione è quella di realizzare una pubblicazione di "lusso" trascurando il fatto che tale ambizione avrebbe potuto incontrare solo il favore di un pubblico ridotto, quasi settario (GdD, 1906a).

...Ed è grande conforto per noi, intenti da un anno all'altro a questo lavoro non vòlto a scopi bottegai e a volgari compensi, il constatare come il nostro pubblico, pur essendo di ottima qualità, vada via via aumentando di quantità. Il nostro giornalino,

come fu ideato e creato, non poteva naturalmente mirare a una immediata tiratura: se questa avesse voluto avrebbe preso un altro indirizzo, con veste di minor prezzo, abbassando, snaturando e adattando le proprie idee e i propri gusti al livello intellettuale dei più, invece di dirigersi a un pubblico eletto di sane idee e di gusti fini, cui preme trasmetterli puri e intatti ne' propri figli (GdD, 1909, pp.8-9).

Il carattere elitario della pubblicazione viene considerato la causa principale della prematura, seppur provvisoria, chiusura nel 1911, dopo qualche anno dalla rinuncia alla pubblicazione del primo editore Bemporad, a causa dei debiti accumulati negli anni[1]. Tale decisione è in parte legata anche ai cambiamenti sopravvenuti nel frattempo nel panorama nazionale dell'editoria per l'infanzia. Il *Giornalino della Domenica* aveva vivacizzato notevolmente l'offerta delle pubblicazioni per ragazzi che nel 1908 si è arricchita, infatti, di quello che diverrà il suo principale concorrente: il *Corriere dei Piccoli*.

Il nuovo periodico sarà capace di attrarre molte delle firme che hanno dato lustro al *Giornalino* e di parlare a un pubblico più ampio grazie ad un costo più contenuto, ad un carattere più ludico e leggero e, soprattutto, grazie alla scelta di una formula più popolare basata sui *characters* importati da oltreoceano (Pallottino, 2011), da cui la redazione del *Giornalino* prese subito le distanze rivendicando la propria italianità e ribadendo la propria ambizione a costruire, invece, oltre che un gusto nazionale, una nazione.

...Gusto italiano è il nostro, nell'argomento dei nostri scritti, nei versi delle nostre poesie, nei disegni dei nostri artisti, poiché tutta l'opera nostra è creata e indirizzata a questo determinato scopo, mentre sappiamo quanto nuoccia il tradire le prime manifestazioni del gusto estetico nei giovani con idee e vignette accattate di seconda mano dagli stranieri, importando nell'anima nazionale tradizioni non nostre, uno spirito non nostro, un'arte non nostra, e preparando così le nuove generazioni a quel servaggio intellettuale contro il quale tutti i nostri grandi, fino al Carducci, insorsero e nobilmente lottarono (GdD, 1909, pp.8-9).

Tuttavia l'editore Bemporad sembra non prendere le stesse distanze dalla nuova pubblicazione, visti i cospicui spazi pubblicitari acquistati intuendo sin dal primo numero le potenzialità del concorrente (*Corriere dei Piccoli*, 1909). Dopo poco più di un anno Bemporad abbandonerà la pubblicazione del *Giornalino*.

A qualche decennio dalla sua chiusura, gli ideali culturali e politici così amorevolmente nutriti porteranno alla costituzione della Repubblica italiana il cui emblema, caso vuole, sarà disegnato da Paschetto, proprio una delle firme che diedero lustro alle copertine del *Giornalino della Domenica*.

Bibliografia

- Altea G., Magnani M. (1990). *Le matite di un popolo barbaro. Grafici e illustratori sardi 1905-1935*. Cinisello Balsamo: Silvana.
- (1909). *Corriere dei piccoli*, 2 (Anno I).
- Faeti A. (2011). *Guardare le figure. Gli illustratori italiani dei libri per l'infanzia*. Roma: Donzelli.
- (1906 a). *Giornalino della Domenica*, 11 (Anno I).
- (1906 b). *Giornalino della Domenica*, 23 (Anno I).
- (1909). *Giornalino della Domenica*, 52 (Anno IV).

(1918). *Giornalino della Domenica, 1 (Anno VII)*.

(1920). *Giornalino della Domenica, 39 (Anno VIII)*.

Pallottino P. (2008). *L'irripetibile stagione de "Il Giornalino della Domenica"*. Bologna: Bononia University Press.

Pallottino P. (2011). *Storia dell'illustrazione italiana. Cinque secoli di immagini riprodotte*. Firenze: VoLo.

NOTE

1. Il *Giornalino della Domenica* viene pubblicato continuativamente tra il 1906 e il 1908 dall'editore Bemporad. Le pubblicazioni proseguono sino al 1911 per poi riprendere nel 1918 e chiudersi definitivamente nel 1927.↵

Palinsesti

IL DESIGNER COME APPRENDISTA: L'IMPORTANZA DI UNA FORMAZIONE DAL BASSO

François Burkhardt

PAROLE CHIAVE

Apprendistato, Didattica, Didattica universitaria, Formazione, Metodologie

Sono più di quarant'anni che mi confronto con le questioni relative al design a partire da diversi ruoli: responsabile istituzionale, membro di giurie, autore di proposte e progetti per il rilancio dell'artigianato, art director, consulente, curatore di mostre, critico, teorico e storico e infine docente in varie università europee, dove ho insegnato storia e teoria del design per venticinque anni. Nelle università, in particolare, ho preso parte a seminari collettivi con altri docenti sull'applicazione pratica delle metodologie didattiche per il design, soprattutto per quanto riguarda l'industrial design e il design d'interni. Dato che ho ricoperto così tanti ruoli nel tempo, tra il 1970 e il 2010, credo di essermi fatto un'idea precisa della situazione del design europeo in questi due settori. Se passo in rassegna le questioni affrontate e trattate in questi anni una di quelle che mi ha preoccupato maggiormente, e su cui non sono ancora riuscito ad arrivare a una chiarificazione, è quella della formazione alle varie professioni del design, e in modo più specifico a quelle del designer industriale e del designer d'interni.

Per molti anni, e in diverse occasioni, ho avuto scambi di opinioni su questo tema con personalità che ritengo competenti grazie alla loro lunga pratica nel settore, come Paolo Deganello, Enzo Mari, Borek Sipek, Oscar Tusquets, Ugo La Pietra e Giuseppe Furlanis. Alcuni di loro sono impegnati nel rilancio di una pratica del design finalizzata alla produzione di oggetti industriali su base artigianale, altri sono interessati alla relazione tra arte e design, altri ancora sono rivolti al rapporto che si sta creando con le nuove tecnologie digitali. Nessuno di loro ha certezze assolute su come affrontare questo problema e su quali modifiche introdurre nella didattica per la formazione del designer. Eppure questo tema così vasto e così centrale per il futuro delle professioni del design è stato trattato in numerosi convegni, studi e articoli sulle riviste di settore, senza tuttavia avere un impatto decisivo sull'insegnamento del design. In parte anche perché ogni iniziativa innovativa in questo campo viene soffocata da norme e leggi burocratiche che non fanno altro che cristallizzare la situazione esistente. Di fronte a un tale status quo non resta che la fuga verso le poche nicchie di eccellenza nel sistema universitario, per provare a innestare dei modelli alternativi.

Una proposta di riforma radicale dell'insegnamento del design non può che partire da una serie di constatazioni che permettono di tracciare il perimetro della questione e costituiscono esse stesse un primo spunto per una soluzione coerente del problema.

1.

La prima constatazione è il continuo aumento delle istituzioni pubbliche e private dedicate all'insegnamento del design, il che ha come riflesso un numero di studenti pari

a quasi dieci volte la domanda reale del mercato. Alcune di queste istituzioni hanno come finalità principale quella di trarre un beneficio economico dall'attività didattica. Va ricordato però che nella società esistono tre settori ai quali non dovrebbero essere applicati in modo esclusivo i criteri economici del guadagno: la cultura, l'istruzione e la ricerca, la sanità. Questi settori dovrebbero invece essere sostenuti e protetti dai tagli di budget anche nelle situazioni di crisi, non solo per salvaguardare l'interesse e la tutela dei cittadini ma anche per una questione di priorità da attribuire allo sviluppo della collettività.

A livello europeo, in tutti i Paesi industrialmente avanzati, assistiamo a un inquietante aumento degli studenti di design, soprattutto nel settore della comunicazione. Con molti aspiranti designer male informati e senza alcuna conoscenza della realtà del mestiere, rassicurati dal mito di una professione "artistica" che darebbe la certezza di un futuro promettente, dove si guadagna bene. Ignari che il mercato è, dopo un boom ormai superato, in recessione continua, e che la competizione "per il posto di lavoro" è sempre più accanita. Inoltre oggi si registra un'enorme speculazione sul piano della comunicazione e del marketing tra l'utilizzo della parola design (tutto ormai è diventato design, basta vedere la comunicazione pubblicitaria per rendersene conto) e quello che il settore della produzione di oggetti di design fa realmente. A ciò va aggiunto il vizio di partenza di adottare uno "standard globalizzato" al servizio dell'economia di mercato: un concetto che era stato pensato dai padri del design come una sorta di servizio sociale ma che spinge a credere che gli oggetti di design possano facilmente essere esportati in tutte le regioni del globo. La visione economica che ne consegue rappresenta di fatto una violazione delle differenti tradizioni e modi d'uso degli oggetti, un attacco diretto ai differenti sistemi identitari etnico-culturali a cui il mercato si rivolge. Il designer europeo non è cioè preparato al forte salto etnico-culturale e artigianale che viene messo in evidenza dalla globalizzazione dei mercati, perché mancano le istituzioni in grado di educarlo a questo nuovo compito del design, che certamente gli aprirebbe nuovi spiragli. Nel mondo del design persiste una falsa visione del futuro, basata soprattutto sui nuovi scenari proposti dalle tecnologie avanzate, che ignora i bisogni dei Paesi in via di sviluppo in relazione all'industrializzazione, i quali richiedono designer di un tipo completamente nuovo.

Nel momento in cui assistiamo alla crisi dell'Europa, considerata a lungo il continente guida, bisogna preparare i giovani designer a elaborare strategie di emigrazione verso le regioni più promettenti. Questo aspetto non è ancora ben compreso negli ambienti universitari. Eppure, che piaccia o no alla destra politica, la realtà dimostra già oggi che in un Paese come la Germania, in certi settori dell'economia, si importano i saperi o le pratiche mancanti facendo arrivare dall'estero lavoratori specializzati che occupano i posti di lavoro vacanti. Si sperimenta così una trasformazione sempre maggiore delle strutture sociali, dove si assiste a un doppio movimento di emigrazione dalla e verso la Germania.

2.

Una seconda constatazione riguarda l'accesso allo studio universitario del design, che in Germania per esempio richiede il diploma di maturità. La maturità fornisce una preparazione culturale a livello generale che va a costituire la base sulla quale si costruiranno in seguito delle conoscenze specifiche. Da un punto di vista professionale questo percorso formativo ha poco significato poiché non contiene le basi specifiche del

mestiere al quale si vuole accedere. Se si confronta la preparazione generica fornita dalla maturità in vista di una professione con la preparazione ricevuta tramite un percorso di apprendistato si constata che lo studente che accede alla professione tramite l'apprendistato possiede minori conoscenze generali di alto livello ma una solida base di conoscenze acquisite attraverso un primo stadio di pratica professionale, che gli permettono di rendersi conto delle realtà e dei limiti della professione. Il che gli evita di iniziare un corso di studi per poi interromperlo perché deluso nelle sue aspettative. L'apprendistato ha inizio generalmente verso i 15-16 anni e termina verso i 18-19 anni. A questa età il candidato è in grado di decidere se continuare nella professione o abbandonarla. Al contrario lo studente che ha conseguito la maturità e frequenta l'università si rende conto se è adatto alla professione solamente fra i 22 e i 24 anni, al di là del fatto che l'università non offre una visione reale della pratica di una professione perché costituisce uno stadio preparatorio soltanto "virtuale". O forse lo capisce ancora più tardi, quando entra nella pratica quotidiana della professione stessa. Se si riuscisse ad affiancare all'apprendistato un programma di istruzione teorica più generale si potrebbe recuperare una parte del vantaggio di cui la maturità gode rispetto all'apprendistato.

Riflettendo sull'esperienza dell'accesso agli studi universitari attraverso la cosiddetta "clausola sul talento"¹ mi sono reso conto del triplo vantaggio che questo sistema ha per la formazione nel campo del design. I candidati scelti provengono solitamente da mestieri artigianali dove hanno acquisito un'esperienza che gli permette di eccellere nelle discipline pratiche e in quelle in cui si richiede una particolare manualità. Inoltre portano con sé una forte motivazione e convinzione riguardo alla scelta della professione e di solito sono interessati a concludere velocemente gli studi perché lo studio universitario è per loro una "seconda attività" che si affianca a un lavoro già avviato.

3.

Una terza constatazione riguarda l'anonimato delle strutture burocratiche pubbliche che gestiscono ufficialmente le strutture universitarie. Le normative attuali, anche se differenti a seconda dei vari Paesi europei, non si pongono certo in sintonia con lo slancio innovativo richiesto dal design. Spesso, invece, sono uno strumento che ferma o rallenta i processi decisionali e si dimostra inflessibile in quelli economici. Non a caso, malgrado le qualità e la volontà di cambiamento dei singoli docenti, le strutture organizzative e finanziarie restano immutabili e spesso sono insufficienti a risolvere i problemi da affrontare. In certi casi la dirigenza interviene anche nelle scelte didattiche, con una conseguente riduzione della cosiddetta "libertà d'insegnamento". Le amministrazioni universitarie sono interessate a "far cassa" offrendo corsi di specializzazione costosi in un modo che crea un rapporto squilibrato tra la qualità di una formazione che deve essere di livello universitario e la qualità dei docenti chiamati a insegnare, pagati poco e reclutati nel bacino di utenza delle varie università.

A livello europeo si registra un gap fra i paesi del nord e quelli dell'area mediterranea per quanto riguarda la retribuzione degli insegnanti. A questa discontinuità è legata la differenza d'impegno prevista nei contratti per quanto riguarda le presenze, il numero obbligatorio di ore d'insegnamento e le attività extradidattiche da svolgere per le università. È chiaro che ai docenti di alcuni Paesi è richiesta un'enorme dose di idealismo per assumersi la responsabilità di svolgere attività didattica alle attuali condizioni di sottoretribuzione. Malgrado tutto questo ho constatato, in diverse università italiane ed

estere, un grande impegno da parte di alcuni docenti, spinti da una reale preoccupazione per il futuro dei giovani designer. Considerata l'attuale condizione di disoccupazione giovanile è indispensabile per ogni docente dedicare un grande impegno alla qualità della didattica, in modo da garantire allo studente un livello di formazione che lo orienti verso le migliori opportunità in relazione alla sua prospettiva professionale.

4.

La quarta constatazione riguarda l'insegnamento privato del design. Sul piano democratico questa prassi è contraddittoria, perché produce delle differenze fra chi può e chi non può finanziarsi gli studi. Tengo subito a sottolineare che le scuole private di design mi sembrano inutili quando sono una copia di quelle pubbliche, spesso di qualità inferiore e con diplomi che non corrispondono alle normative europee e internazionali. Se invece risultano migliori per la qualità della didattica o perché trattano aspetti del design assenti nei programmi delle scuole statali, allora possono avere una legittimazione. Troppo spesso, però, queste scuole hanno motivazioni di tipo non strettamente didattico ma legate a un fattore economico, cioè al guadagno che può derivare dalla gestione di una scuola.

Sul piano storico, invece, troviamo in vari campi professionali numerosi esempi di istituzioni private che sono diventate un modello per l'innovazione della professione che insegnavano. Per far questo è necessario avere a disposizione una struttura per ricerche didattiche aperte e un programma che all'inizio può essere ipotetico ma che viene corretto in corsa, senza barriere burocratiche. In genere si tratta di esperienze a termine e non permanenti, legate al carisma dei fondatori. La più celebre è la Bauhaus, istituzione semipubblica come fu anche la Hochschule für Gestaltung di Ulm. Senza dimenticare tante altre scuole di arti e mestieri come quelle avviate da Muthesius per il design e l'architettura in Germania, o di grandi pedagogisti come Montessori o di istituzioni come la Summerhill School in Inghilterra. Nel settore della danza ci sono le scuole di Loie Fuller a Parigi, di Laban a Londra o di Wegner a Berlino. Si tratta in tutti i casi di scuole professionali che si basano su esperienze personali o collettive che puntano al superamento della didattica corrente e che introducono nuovi modelli per il rinnovamento delle professioni. Storicamente, al di là di qualche eccezione come le scuole steineriane che da modello sono diventate un'istituzione europea, queste scuole hanno vissuto un'esistenza breve o di media durata secondo un ciclo quasi predefinito. Queste scuole-modello acquistano infatti un senso se sono in sintonia con il proprio tempo per poi scomparire.

Tutte queste riflessioni mi portano a pensare a un modello alternativo di didattica del design, che vede una successione di apprendistato, studio universitario e specializzazione coordinati a formare un percorso unitario. Un modello, cioè, che cerca di evitare l'attuale segmentazione in fasi successive del percorso di formazione personale e professionale, dove scuola, università e professione costituiscono tre fasi totalmente diverse e non coordinate tra loro.

L'organizzazione degli studi proposta ha un doppio effetto: da una parte riduce il numero di iscritti ai corsi nelle differenti branche del design, dall'altra fonda le varie professioni del design sulla pratica. Il percorso inizia con un apprendistato di due anni in uno studio di design. La formazione professionale impartita viene ampliata seguendo in contemporanea dei corsi che permettono di acquisire conoscenze generali superiori a quelle mediamente impartite dai corsi professionali. Chi supera l'esame finale con un

voto pari a “buono” o “eccellente” ottiene il titolo di designer - disegnatore (primo livello) e può accedere a un corso di studi superiori di tipo universitario. Il corso di studi di design nei suoi diversi campi ha una durata di tre anni, che corrisponde ai criteri della Commissione Europea. Oltre alla formazione teorica prevede una parte di apprendimento delle tecniche artigianali con laboratori sul legno, il metallo, la ceramica, il vetro e i nuovi materiali, con pratiche orientate alle tecnologie avanzate.

Superato l'esame finale si ottiene il titolo di designer - diplomato (secondo livello). Lo stadio ulteriore è la specializzazione, della durata di due anni, per ottenere il titolo di designer - specialista (terzo livello). Fondamentale per il secondo e il terzo livello è il rapporto con l'artigianato, l'industria e le tecnologie avanzate. Alla specializzazione si accede esclusivamente attraverso un concorso a livello internazionale e dietro presentazione di propri lavori svolti nello studio di design, dimostrando di possedere “doti specifiche” per la professione. Durante il biennio di specializzazione un comitato direttivo all'interno dell'università acquisisce incarichi da aziende nazionali e internazionali e sviluppa i relativi progetti in stretta collaborazione con queste ultime. Il lavoro viene svolto in team e condotto da un “capoprogetto”, che deve essere un designer specialista di spicco internazionale. L'elaborazione dei progetti viene supportata, se necessario, da istituti di ricerca specializzati. All'attività progettuale si affiancano una serie di corsi specialistici che prendono la forma di seminari di approfondimento. I seminari sono legati ai temi dei singoli progetti, sono cioè estemporanei.

Il modello del biennio di specializzazione è stato sperimentato con successo dal Designlabor di Bremerhaven negli anni 1994-2002 (con progetti condotti, tra gli altri, da Alberto Meda, Richard Sapper, Roger Talon, Alexander Neumeister, Marti Guixé e Gert Dumbar). Spesso gli studenti una volta superati gli esami venivano assunti dalle aziende che avevano commissionato i progetti al Designlabor. Il Designlabor veniva gestito come uno studio di design. Gli studenti ricevevano uno stipendio minimo corrispondente a una borsa di studio annuale e un alloggio. La durata degli studi non era legata ai semestri ma ai progetti. Il numero di studenti ammessi a frequentare il Designlabor corrispondeva alla quantità di progetti commissionati, come in un normale studio di design. Per ottenere il diploma di specializzazione in design lo studente doveva aver svolto e concluso una serie prestabilita di “piccoli progetti” e “grandi progetti”. Lo studente otteneva il diploma senza dover superare uno specifico esame. La durata del corso di specializzazione era compresa in media tra un anno e mezzo e due anni e mezzo. Questo corso di studi si avvicinava il più possibile a quella formazione attraverso la ricerca che viene praticata normalmente dal mondo industriale. La formula vincente era quella dell'accumulazione progressiva di competenze a diversi livelli: prima nella scelta del comitato scientifico, poi nella ricerca dei progetti, dei progettisti e dei capoprogetti. Il modello di didattica sopra descritto parte da una formazione “dal basso” per concludersi di volta in volta con una sperimentazione nel campo della ricerca. Tra il livello più basso e quello più alto se ne inserisce uno medio corrispondente al corso di studi “classico” del designer. La durata e il contenuto degli studi vengono così calibrati sulle capacità dei singoli studenti, che possono concludere la propria formazione a tre livelli diversi ottenendo un corrispondente diploma. La fase dell'apprendistato viene valorizzata, rispetto a quanto avviene con l'apprendistato tradizionale, attraverso una preparazione più solida sul piano della cultura generale, fondamentale per passare al livello di studi successivo, a cui si aggiungono le conoscenze pratiche specifiche del

mestiere apprese attraverso la pratica quotidiana di studio. Raggiunto il terzo livello del corso di studi lo studente viene nuovamente inserito in una struttura uguale a quella che incontrerà più tardi nella vita professionale, sia che lavori in uno studio di design sia che faccia parte dell'ufficio tecnico di un'azienda. Questo permette di evitare la critica più frequente mossa dal mondo dell'industria al sistema della didattica, cioè che spesso gli studenti una volta terminata l'università sono costretti ad adattarsi alle realtà produttive compensando con un grande sforzo di apprendimento la mancanza di una reale pratica del mestiere.

Questa prima traccia di una proposta per un modello alternativo di formazione del designer è stata formulata soprattutto per stimolare il dibattito sul futuro della professione. In coerenza con tale obiettivo viene diffusa tramite la rivista digitale AIS / Design.

Note

Il *Begabungsparagraph* è una norma in vigore in Germania nell'insegnamento universitario del design che consente di ammettere agli studi universitari candidati che, pur non essendo in possesso del diploma di maturità, dimostrino di avere un'esperienza professionale significativa e un particolare talento in uno dei vari campi del design.

Recensioni

FOTOGRAFIA D'INDUSTRIA E FOTOGRAFIA DEL PRODOTTO INDUSTRIALE. FRAMMENTI PER UNA STORIA

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

PAROLE CHIAVE

Ballo, Da Re, Fotografia, Industria, Mulas

Ugo Mulas e Aldo Ballo nel loro lavoro di fotografi di design di prodotto avevano privilegiato approcci narrativi diversi: Mulas aveva accompagnato gli eleganti still life e le riprese di prodotti ambientati in fabbrica con gli amati reportage industriali (ad esempio per Olivetti, Saiwa, Italsider, Prefabbricati Astori, Bormioli, Marzotto). Diversamente, Ballo - insieme alla moglie Marirosa, suo alter ego professionale - aveva eletto a teatro di posa dei magistrali still life il set dello suo studio di via Calco, pur dichiarando esplicitamente di realizzare foto *industriali*.

Modalità operative solo apparentemente divergenti, perché fanno parte entrambe a pieno titolo di quella che è la *fotografia d'industria*: una costellazione di generi - tra foto di paesaggio, architettura, processi di produzione, ritratto e appunto lo still life - che fin dagli ultimi decenni del XIX secolo hanno assunto il fondamentale ruolo di narrazione visiva dell'evoluzione storica del lavoro, dei suoi spazi e dei suoi prodotti. In questa consolidata storia della fotografia dell'industria si inserisce anche il consistente lavoro di documentazione e comunicazione dello studio bergamasco Da Re per l'azienda siderurgica Dalmine.

Lavoro portato all'attenzione dalla Fondazione Dalmine attraverso la mostra *D17. Fotografie Da Re dall'archivio della Fondazione Dalmine* (allestita inizialmente, a cavallo tra il 2012 e il 2013, alla Gamec di Bergamo e in questi ultimi mesi dell'anno nei suggestivi spazi del chiostro del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano), con una selezione di immagini che i curatori Giacinto Di Pietrantonio e Maria Cristina Rodeschini hanno ordinato facendo emergere diversi livelli di lettura: da quelli direttamente inerenti la storia e l'organizzazione dell'azienda, a quelli delle varie influenze artistiche nella composizione e inquadratura delle immagini. Chiavi di lettura dalle quali alla fine traspare anche un'analisi sociologica del Paese, se si pensa all'apporto che con la propria attività la Dalmine ha dato al suo sviluppo.

Di particolare interesse è il catalogo caratterizzato da una sua autonomia scientifica: non si pone infatti solo in relazione alla mostra, rientrando invece nella serie di *Quaderni* che da qualche anno la stessa Fondazione edita perseguendo "il filone di ricerca incentrato sul rapporto fra committenza industriale e arti visive".

Roberta Valtorta, direttrice del Museo di Fotografia Contemporanea di Cinisello Balsamo, è l'autrice del denso saggio analitico che si presenta come un'opportunità per alcune riflessioni sui caratteri della ancora poco esplorata *fotografia di design di prodotto*, o forse ancor meglio *fotografia del prodotto industriale*, considerata nel

contesto stesso della fabbrica e non al di fuori, come nel caso già visto con il lavoro di Lucia Moholy, praticata nell'ambito dell'esperienza scolastica della Bauhaus. Sono numerosi gli aspetti significativi che emergono fin dalla parte iniziale del saggio in cui, con sintesi efficace, l'autrice ricostruisce il quadro storico internazionale del rapporto secolare e simbiotico tra fotografia e industria; quadro utile a contestualizzare nella seconda parte dello scritto il contributo dello studio Da Re che, prima col padre Umberto e poi col figlio Sandro, in un percorso durato circa cinquant'anni - dagli anni trenta agli anni ottanta del Novecento - ha raccontato visivamente la vitalità progettuale e produttiva di una delle grandi industrie della siderurgia italiana. Seppure non sia possibile in questa sede affrontare le molte questioni, opportunamente evidenziate da Valtorta, sulle quali si fonda la vicenda della fotografia industriale e con essa quella di prodotto, a mio avviso il punto di partenza che trascina con sé, come in una sorta di corollario, diversi altri di altrettanto rilievo, è che la fotografia nel raccontare continuamente l'industria ha creato nel corso degli ultimi centocinquanta anni una corposa e articolata iconografia della fabbrica e di tutte le strutture e infrastrutture che le sono direttamente collegate. Tale assunto ci riporta anzitutto allo stretto legame tra fotografia e cultura del progetto, non solo alla scala dell'architettura e dell'ingegneria (struttura o infrastruttura), ma anche a quella minore dell'oggetto (componenti della struttura, oppure prodotti finiti). I fotografi infatti, nel loro continuativo processo *produttivo* di rappresentazione dell'industria - stretti, come nel caso dei designer, fra libertà espressiva e condizionamenti della committenza - hanno sempre cercato di cogliere temi e valori del *progetto* in senso *visuale* e *meccanico*, ossia *estetico* e *tecnico-produttivo*;

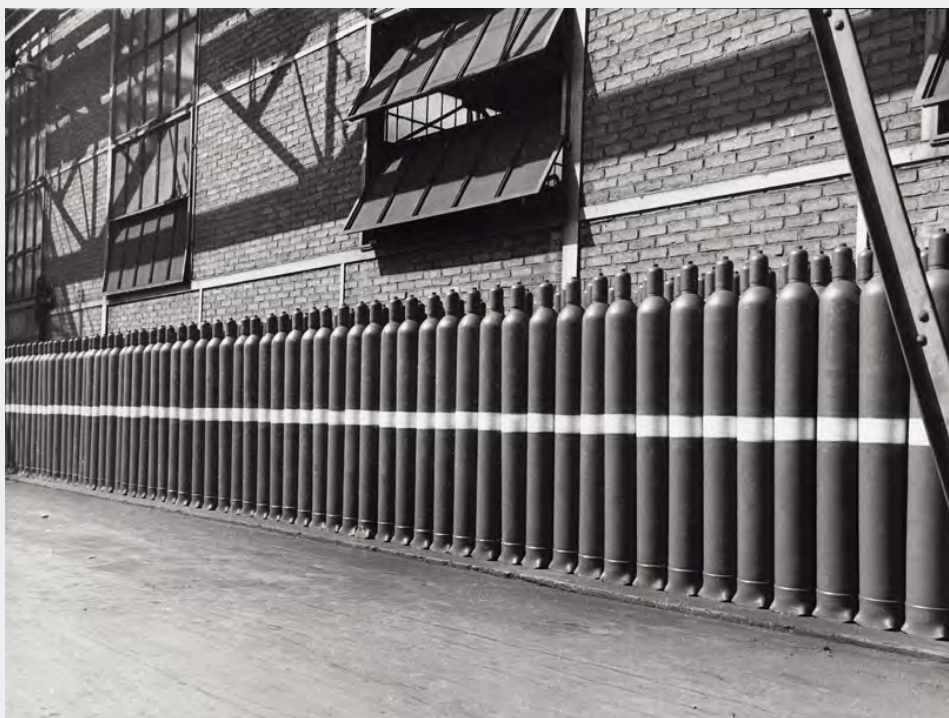


Stabilimento di Dalmine. Bombole. Anni Quaranta. © Dalmine Spa. Archivio Fondazione Dalmine.

hanno inteso mettere in giusta luce, in sostanza, il rapporto forma funzione di avanguardistica memoria: dalle Arts & Crafts ai Werkbund tedesco e svizzero, fino alla Bauhaus e i Vchutemas (questi peraltro erano stati i contesti dove, in parallelo all'industria, andava crescendo la pratica della fotografia legata al prodotto di design). Un impegno, il loro, di documentazione e comunicazione delle molteplici valenze progettuali proseguito e cresciuto nel tempo fino ad oggi.

Muovendosi in tale direzione, i maestri della fotografia industriale nel periodo fra le due guerre - da Albert Renger-Patzsch a Germaine Krull, da Charles Sheeler a Margaret Bouke-White, ecc. - protagonisti, nella maggior parte dei casi, dei contemporanei movimenti modernisti della Neue Sehen e Neue Sachlichkeit tedesche, e Straight Photography statunitense - , hanno fissato i codici linguistici basati, come sottolinea Valtorta, sulla "visione chiara, studio delle geometrie delle forme, rispetto dello specifico fotografico, precisione dell'inquadratura e di punto di vista, un certo grado di stilizzazione".

Se il loro lavoro era finalizzato alla trasposizione fotografica delle caratteristiche funzionali, formali e dell'innovazione tecnologica, allo stesso tempo essi coadiuvarono l'affermarsi di una nuova estetica, peculiare della tecnica e dei suoi prodotti. La corrispondenza tra i valori del design e la grammatica impostata dal linguaggio fotografico risalta negli still life e nelle immagini dei prodotti realizzate sia lungo il ciclo di produzione (trascrizione visiva del principio della standardizzazione), sia ambientate negli spazi della fabbrica stessa. In ogni caso, assecondando "la geometria, la regolarità e la modularità delle forme", definirono dei modelli visuali archetipici fondati su un'estetica dell'ordine, della ossessiva disposizione in sequenza degli oggetti e dalla reiterazione a perdita d'occhio di prodotti e macchinari: in linea con quella che era andata affermandosi durante gli anni venti (gli anni *ruggenti* del Moderno e insieme dell'epopea fotografica dell'industria), come "legge della serie".



Stabilimento di Dalmine. Reparto bombole. Anni Quaranta. © Dalmine Spa. Archivio Fondazione Dalmine

Una volta stemperata la rigida schematizzazione nella ripresa dei prodotti, i principali elementi della grammatica espressiva impostata nel periodo tra le due guerre tenderanno a mantenersi vivi almeno fino agli anni cinquanta, compreso l'impiego prevalente (se non addirittura esclusivo per molti fotografi) del bianco e nero quale dato distintivo che esalta le caratteristiche del prodotto e ne agevola la lettura. Garante dell'efficacia simbolica dell'immagine, il b/n continuerà ad essere impiegato anche dai Da Re fino agli anni ottanta.

Anche i tratti incisivi modernisti prima citati, rimangono una delle costanti con le quali lo studio bergamasco ha interpretato con perizia le specifiche fotografiche del settore siderurgico sia nel caso dei prodotti finiti - tubi, bombole, pali per linee elettriche, ecc. -, sia di quelli intermedi - si vedano ad esempio i coils di acciaio per la fabbricazione di tubi saldati -, o ancora nelle riprese dei componenti, come le varie sezioni in scala del piede di una tipologia di bombola, o ancora nelle curve di raccordo e in una serie di anelli di grosso spessore.



Coils di acciaio inox per la fabbricazione di tubi saldati. 1972. © Dalmine Spa. Archivio Fondazione Dalmine

Nel percorso di narrazione che riguarda il prodotto, che si protrae dagli anni Trenta arrivando a lambire i sessanta i Da Re, come ci fa ancora osservare l'autrice del saggio, si manterranno fedeli a questa sintassi. Sintassi che invece andrà cambiando - e non solo per questi fotografi - dalla metà circa dei sessanta e più visibilmente dai settanta. Al di là infatti dei cambiamenti relativi al linguaggio che porta tra i decenni sessanta e settanta all'uso molto frequente "della prospettiva per raccontare l'ampiezza degli spazi della fabbrica [che] si appoggia anche agli effetti del grandangolo" come "nuova forma retorica del periodo, promossa soprattutto dal reportage sociale, ma ben presente in ogni tipo di fotografia, compresa quella dedicata all'industria", la mutazione sintattica rispecchia fondamentalmente il definitivo tramonto a livello internazionale del periodo eroico dell'industria, come ha raccontato in modo esemplare il lavoro dei "giganteschi

Bernd e Hilla Becher, [con il loro] estremo omaggio ai manufatti industriali, veri e propri totem di una civiltà che è finita” .

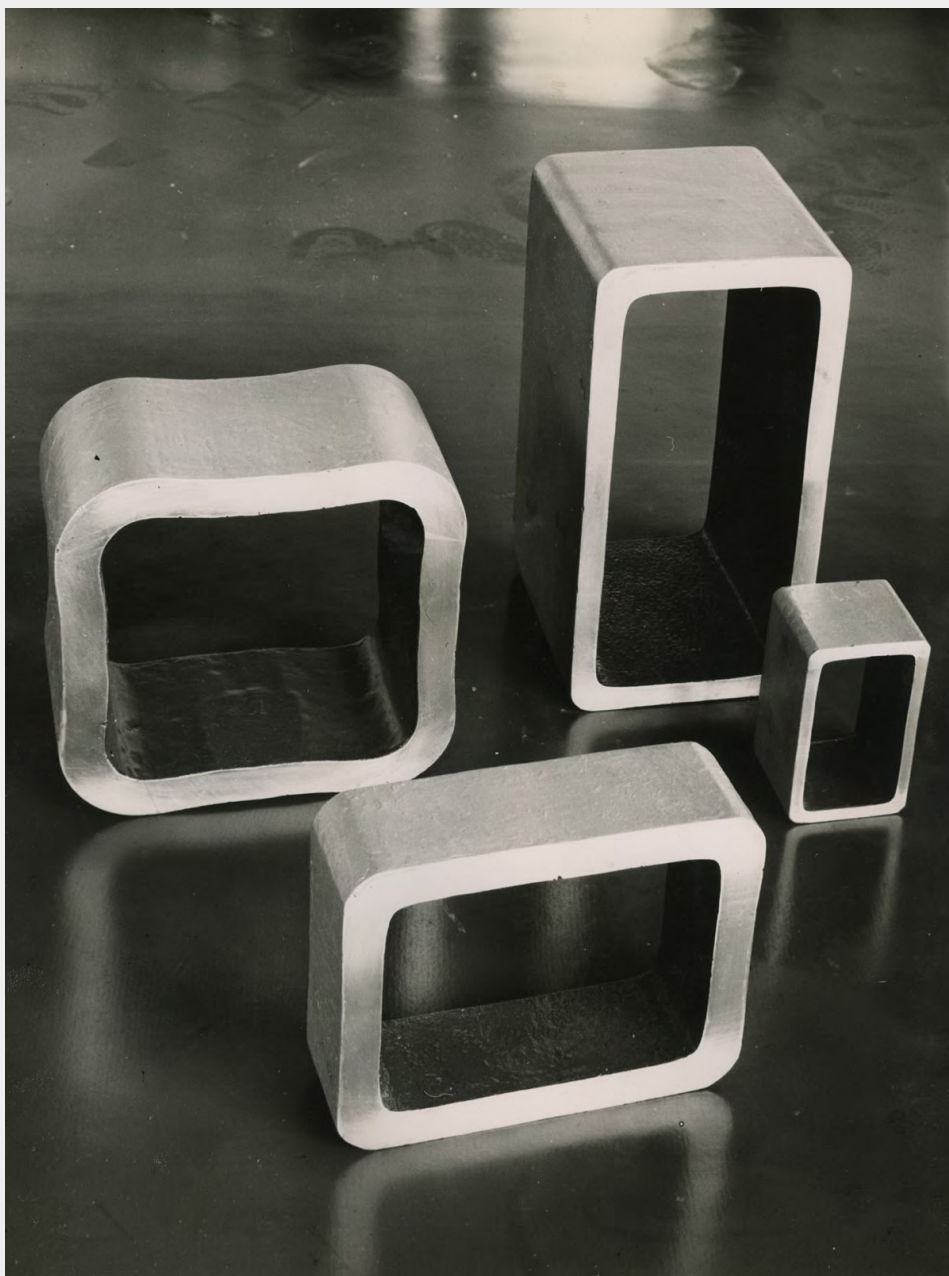
Nel suo insieme l'operato dei Da Re, oltre ad arricchire il mosaico costituito dai professionisti che nel tempo hanno documentato l'industria, riporta all'attenzione il fatto che il legame fra quest'ultima e la fotografia ha sempre trovato una fondamentale motivazione nel desiderio da parte della committenza imprenditoriale più illuminata di costruirsi un'immagine moderna.

A partire dai primi *album* per arrivare progressivamente a tutti gli altri supporti di documentazione e promozione, le dinamiche della comunicazione aziendale sono andate articolandosi nel tempo.

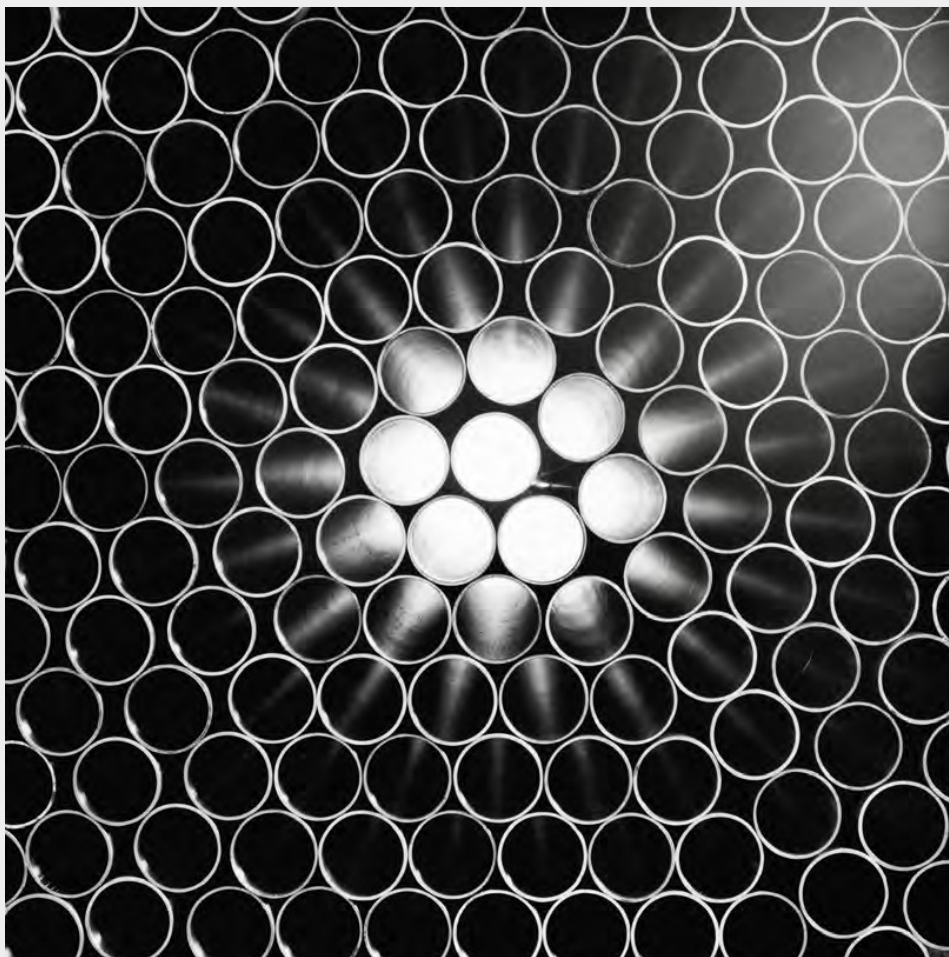
Dal secondo dopoguerra in avanti cataloghi di vendita, stampati e monografie diventano strumenti via via più sofisticati (foto 4 e 5) e insieme agli house organ testimoniano la capacità di definizione, da parte soprattutto delle grandi aziende, della messa in atto di una vera 'cultura d'impresa' tradottasi, nei casi migliori, in un solido *stile industriale*.

Prodotti a loro volta, l'insieme di questi supporti diventa così il terreno d'incontro della fotografia con la progettazione grafica, entrambe chiamate inoltre ad impegnarsi sul fronte pubblicitario; pubblicità nella quale verrà progressivamente trasposta la componente dell'immaginario dei prodotti, che si può ritenere invece fosse stata parte integrante dell'epico racconto fotografico dell'industria tra gli anni Venti e Quaranta. Mentre i Da Re, allora, continueranno fino agli Ottanta la narrazione visiva della Dalmine, è con il decollo del design, nello scenario italiano della crescita e del boom economico - momento in cui "l'orizzonte entro il quale [...] si muove il progetto [di design] è quello dell'industria e delle sue esigenze di prodotto e di comunicazione" (Riccini, 2012) -, che la fotografia del prodotto industriale inizia nel nostro Paese a stabilire la propria forte identità di genere: sia quando manterrà l'ambientazione della fabbrica - nella quale andrà assumendo un peso progressivo rispetto al fotoracconto generale -, sia quando le riprese troveranno appositi set al di fuori, negli studi dei fotografi: si pensi in particolare ai prodotti dell'arredo e quelli tecnici come gli elettrodomestici e le macchine per ufficio, fotografati appunto da Aldo e Marirosa Ballo o da Ugo Mulas, come si diceva all'inizio.

Se per un verso la grande industria, persa l'aura epica, nel suo evolvere diventa una complessa realtà dal punto di vista delle dimensioni, degli interessi, dei poteri e delle culture, dall'altro l'affermarsi della figura del designer e lo stimolo proveniente dalla cultura grafica incideranno su questo nuovo genere fotografico - che viene a trovarsi in uno spazio di confine tra industria e pubblicità, poiché non è più sempre e solo foto industriale, ma non coincide neppure necessariamente con l'immagine commerciale tout court -, assegnandogli così un ruolo sempre più decisivo nella diffusione, in Italia e all'estero, dell'immagine del design.



Particolari da tubi di grosso spessore. Immagine per il catalogo di vendita. Anni Sessanta. © Dalmine Spa. Archivio Fondazione Dalmine



Tubi inox. 1972. © Dalmine Spa. Archivio Fondazione Dalmine

È da questo momento che l'Italia recupererà con raffinata professionalità, grazie al lavoro di coloro che vi si dedicheranno in modo più o meno continuativo (Giorgio Casali, Davide Clari, Cesare Colombo, Sergio Libis, Toni Nicolini, ecc.), lo stacco registrato rispetto alla realtà tedesca, americana e svizzera. Un gap di genere colmato da iniziative significative, nel passaggio dall'atteggiamento fotoamatoriale all'approccio professionale, come il I° Convegno Nazionale di Fotografia tenutosi nell'ottobre del 1959 (che presentava negli atti la foto della macchina da scrivere Studio 44 di Olivetti scattata da Aldo Ballo), o la creazione appena un anno dopo dell'AFIP, l'Associazione Fotografi Italiani Professionisti, costituita da operatori "impegnati nella fotografia in studio, per la pubblicità, la moda, l'arredamento e le industrie", che lasciavano intendere la volontà di istituire una cultura fotografica del prodotto parimenti alla Germania che, fin dagli anni Dieci - attraverso l'associazione del Werkbund e le sue pubblicazioni - si era già resa consapevole dell'importanza della fotografia di design di prodotto, riconoscendola quale genere e come specifica attività professionale.

Dati

Mostra *D17. Fotografie Da Re dall'archivio della Fondazione Dalmine*, a cura di Giacinto di Pietrantonio e Maria Cristina Rodeschin. GAMEC (Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea (Bergamo), dal 22 novembre 2012 al 20 gennaio 2013
Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci (Milano), dal 13 settembre al 24 novembre 2013.

LA PARABOLA DEGLI OMEGA WORKSHOPS

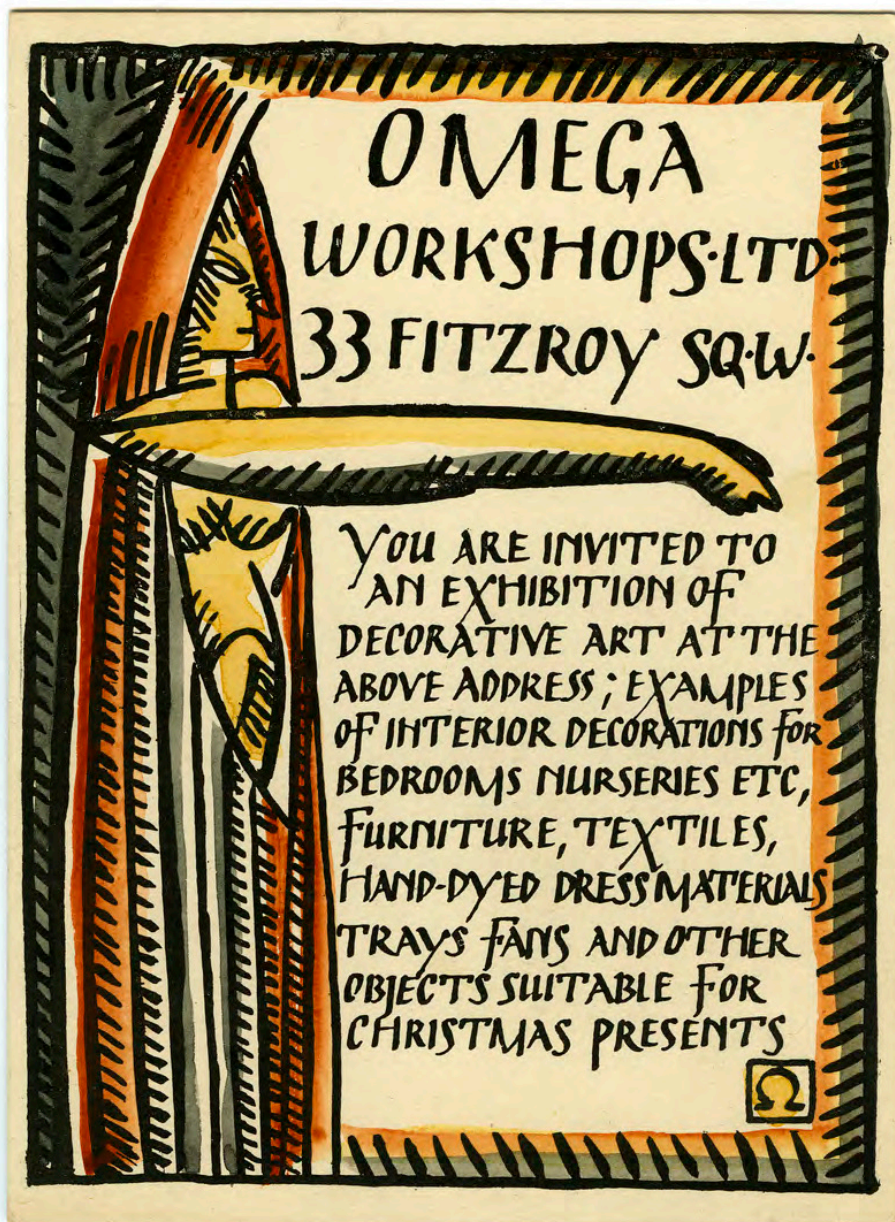
Ali Filippini, Scuola Politecnica del Design, Milano

PAROLE CHIAVE

Arti decorative, Arts and Crafts, Arts Déco, Bloomsbury, Vorticismo

Ci sono episodi, inscrivibili nella storia del design, che fanno parte di fenomeni culturali più vasti, che quasi li contengono, mettendoli inevitabilmente un po' in ombra. È il caso di riconsiderare, ad esempio, gli Omega Workshops, a Londra nel 1913. Un evento correlato a un momento artistico e culturale di cui cercheremo qui, sommariamente, di trattare; seguendo l'invito alla riscoperta suggerito dalla critica d'arte Lea Vergine ("una mostra non si fa solo per guardare e vedere ma anche per sapere") che dopo averne negli anni coltivato l'idea, ha dedicato una bella e completa mostra (*Un altro tempo*, al Mart, fino allo scorso gennaio) e relativo libro-catalogo alla cerchia di Bloomsbury.

Gli Omega Workshops, che nascono dieci anni dopo la fondazione a Vienna delle Wiener Werkstätte (per chiudere ufficialmente nel 1919, anno in cui a Rovereto Depero apre il suo atelier e in Germania inaugura la Bauhaus), sono in realtà il marchio di fabbrica dietro il quale si nasconde un laboratorio artigianale dedicato alle arti decorative, locato al numero 33 di Fitzroy Square, nel quartiere di Bloomsbury.



Duncan Grant, invito per la mostra degli Omega Workshops, ca 1913 © Mart Rovereto, 2012



Manifesto per una mostra di pittura, abbigliamento e ceramica moderna presso gli Omega Workshops, 1918, Victorian and Albert Museum Londra, © Mart Rovereto, 2012

Vi si realizzavano diversi generi di oggetti e lavori su commissione per ogni tipo di decorazione, in parte eseguiti in Gran Bretagna, come i tappeti prodotti a Witon, o tessuti d'arredo che venivano stampati in Francia.

I tempi coincidono con i fasti del *decorativo* del primo dopoguerra; li intercetta anche Giulia Veronesi, nel suo *Stile 1925*, ricordando come ancora nella Londra degli anni Venti, Duncan Grant e Vanessa Bell, che ne furono i protagonisti, fossero considerati i *decoratori alla moda*.

Perché dunque gli Omega Workshops, visti sempre come uno dei tanti prodotti dell'eccentrica stagione di Bloomsbury, dovrebbero interessare, oggi, chi si occupa di storia del design? Perché, in fondo, rappresentano un tentativo - riuscito a metà ma non per questo liquidabile come inconsistente e privo di relazioni con un prima e un poi - di avvicinamento, dopo le Arts and Crafts morrisiane, tra la produzione artigianale (e artistica) e la produzione di oggetti d'uso, per un superamento della divisione delle arti. In un momento a ben vedere del tutto particolare, in cui in Inghilterra si stanno ponendo le basi per *reformare* nuovamente - dopo l'azione condotta in epoca vittoriana da Henry Cole e accolti - la professione dell'industrial design. La parabola degli Omega Workshops, infatti, si situa negli anni in cui in Inghilterra, prima nel 1915 con la Design and Industries Association (DIA) - fondata sull'esempio del Deutscher Werkbund - e poi nel 1919, con il British Institute of Industrial Arts, l'arte decorativa di produzione artigianale si appresta a diventare l'arte industriale, prodotta in serie.

Si tenga conto che il loro primo fondatore è il critico d'arte Roger Fry (già curatore nel 1906 del dipartimento di pittura del Metropolitan Museum di New York) colui che porta a Londra nel 1910 la pittura post-impressionista (anche l'invenzione del termine è sua) e che nel 1911 visita a Parigi l'atelier del sarto Paul Poiret: quell'Atelier Martine - già nato sulla suggestione delle Wiener Werkstätte - che possiamo considerare come uno dei riferimenti più espliciti, diretti, per la fondazione degli Omega. Affiancano Roger Fry nella fondazione dell'atelier londinese, il pittore Duncan Grant e Vanessa Bell (sorella di Virginia Woolf) entrambi provenienti dalla frequentazione a inizio secolo della Slade School of Fine Art di Londra; un luogo fondamentale per la formazione del gusto di un'intera epoca di artisti, dove aveva studiato anche la designer Eileen Gray prima di spostarsi a Parigi. E l'apertura nel 1913 degli Omega Workshops incrocia gli interessi della Gray, che tre anni prima aveva aperto i suoi primi due atelier a Parigi - uno dedicato alla laccatura e uno al tappeto - e più tardi nel 1922 la *moderna* galleria-negoziato celata sotto il nome di Jean Désert.



Roger Fry, sedia per Dryad Furniture per gli Omega Workshops, 1913, Victorian and Albert Museum Londra, © Mart Rovereto, 2012



R. Fry, W. Gill, V. Bell (attr) - 1913, sedia con schienale ricamato, 1913, © Mart Rovereto, 2012



Duncan Grant, paravento e tavolo con ninfee, 1913-14, © Mart Rovereto, 2012

All'iniziativa di Fry, Grant e Bell si aggiungono quindi una ventina di giovani artisti decoratori, dipendenti dalla Slade School, impiegati nel laboratorio per tre giorni la settimana a mezza giornata. Particolarità dell'atelier, è il fatto che tutti i prodotti che escono dal laboratorio devono rimanere anonimi, riportando solo il marchio Omega Workshops o il *logo* dato dall'ultima lettera dell'alfabeto greco. Infatti, in un'idea di creatività da perseguirsi collettivamente, "gli Omega Workshops operano puntando sul design anonimo in una programmatica antitesi nei confronti dell'individualismo degli artisti" [...] "i progetti nascono dagli artisti per poi passare agli assistenti per la maggior parte donne, e talvolta a degli specialisti per la realizzazione".

Non sembrerebbe del tutto azzardata, a questo punto, l'ipotesi di una somiglianza a distanza anche con quanto messo in atto nel 1912 a Vienna da Hoffmann con la fondazione delle *Kunstlerwerkstätten*, sorta di scuola privata e centro studi (scollato dalla *Kunstgewerbeschule* dove questi insegnava con Moser) nel quale gli artisti potevano sperimentare liberamente con i mezzi messi a loro disposizione, salvo poi cedere in esclusiva i prodotti scelti da Hoffmann e destinati alla vendita.

Anche nel caso degli Omega Workshops la componente legata alla comunicazione e alla vendita non passa in secondo piano, se si tiene in conto di quanto Fry fosse abile nel

curare questi aspetti; nel vendere i prodotti e tenere unite le maestranze. Lo stesso laboratorio nel quartiere di Bloomsbury serviva come *showroom* e laboratorio, e veniva aperto per mostre temporanee dei lavori dei partecipanti ai workshop. Osservando più da vicino gli oggetti che escono dal laboratorio degli Omega Workshops, non si può fare a meno di notare come questi rechino i segni della nuova cultura figurativa. Sono gli anni in cui in Inghilterra si assimilano i linguaggi delle avanguardie del momento e, infatti, strutture cubiste e cromatismi fauves, sono riconoscibili sui mobili, come negli abiti e accessori; ma anche sotto forma di patterns astratti nella decorazione d'interni, e tali soluzioni formali hanno qualcosa in comune con le geometrie Arts Déco. Anche se l'ispirazione predominante ad un certo punto sarà quella dettata dalla grammatica visiva del Vorticismo: della tensione pittorica generata da un movimento energetico avvolgente come un moto rotatorio. Questo movimento, ispirato al Futurismo italiano, prende piede nel 1914 e uno dei suoi principali esponenti - autore con lo scrittore Ezra Pound del manifesto vorticista - sarà il pittore Percy Wyndham Lewis, anch'egli legato all'attività degli Omega Workshops e a Blast, la rivista del movimento vorticista.

L'attività degli Omega Workshop non si esaurirà con la chiusura del laboratorio, nel 1919, ma attraverso l'unione, anche sentimentale, di Vanessa Bell e Duncan Grant, continuerà nella casa di Charleston, nel Sussex, dove i due continueranno a lavorare su commissione per lungo tempo. La stessa casa, la Monk's House (visitata abitualmente dalla cerchia degli amici di Bloomsbury) diventerà nel tempo il capolavoro della coppia, un luogo denso e stratificato di oggetti, opere d'arte e interventi decorativi anche estemporanei; un posto plasmato dal gusto di chi lo abita, sorta di manifesto di uno stile di vita e lavoro creativo come lo fu per breve tempo la Red House per William Morris.

Dati

Vergine, L. (2012). *Un altro tempo. Tra decadentismo e modern style*. Milano: ilSaggiatore.

GIORGIO CASALI: LA LEGGEREZZA DELLE SUE FOTOGRAFIE 'SCULTURE', TRA ARCHITETTURA E DESIGN

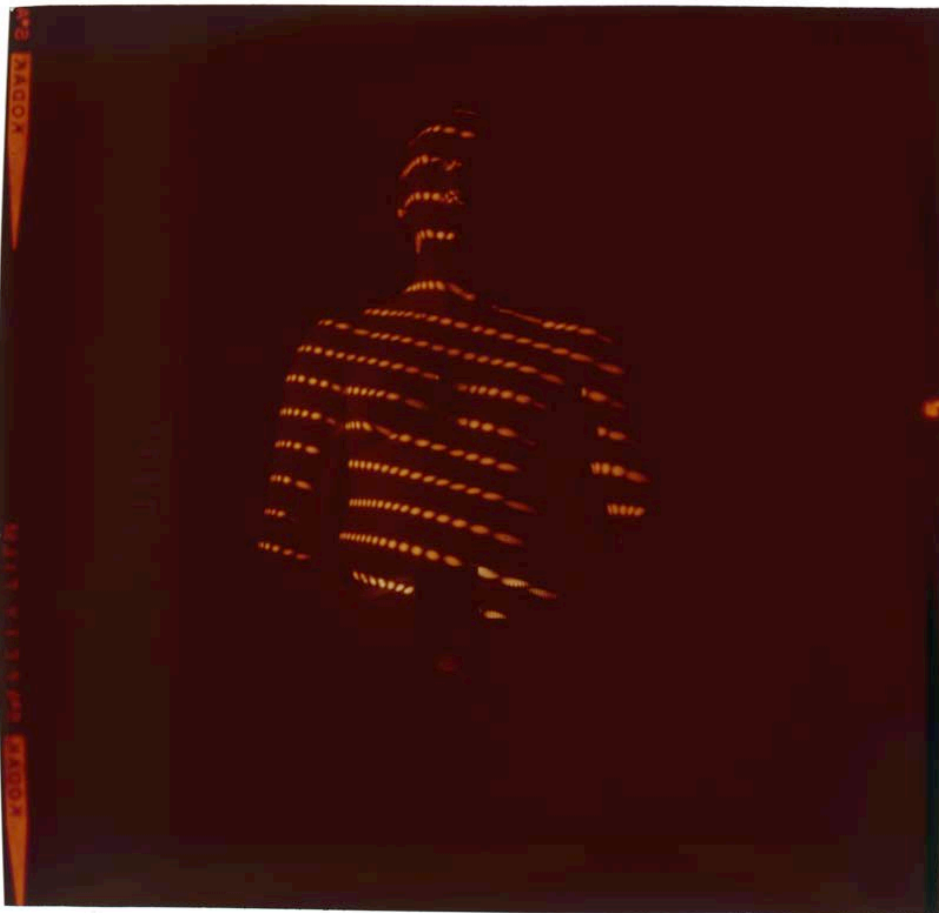
Teresita Scalco, Università Iuav di Venezia

PAROLE CHIAVE

Architettura, Archivi, Design, Fotografia, Giorgio Casali

Giorgio Casali. Fotografo / Domus 1951 - 1983. Architetture, design e arte in Italia è il titolo della mostra (in itinere tra Verona - Centro Internazionale di Fotografia Scavi Scaligeri, Venezia - Università Iuav - Archivio Progetti, Londra - *Estorick Collection of Italian Modern Art*), e del suo catalogo che raccontano l'opera del fotografo milanese Giorgio Casali che per circa quarant'anni ha interpretato il design e l'architettura italiana.

Personalità schiva e forse per questo ancora non annoverato tra i maestri della fotografia italiana, alla stregua di Aldo Ballo, Ugo Mulas o Gabriele Basilico. Eppure dal secondo dopo guerra fino agli anni ottanta, Casali ha collaborato con i più importanti architetti, designer, aziende e riviste dedicate alla cultura del progetto: Gio Ponti, Giancarlo De Carlo, Ignazio Gardella, Angelo Mangiarotti, Marco Zanuso, Franco Albini, i Castiglioni, Vico Magistretti, Cassina, Gavina, Kartell, Knoll, Flos... solo per citarne alcuni.



Autoritratto di Giorgio Casali, [s.d.] © Università Iuav di Venezia - Archivio Progetti, Fondo Giorgio Casali.

Fonte imprescindibile di ricerca, nonché vero protagonista che sottende a questo progetto curatoriale ed editoriale congiunto, è l'archivio fotografico di Casali, salvato dall'oblio e dall'incuria nel 1998, dall'Università Iuav di Venezia, dove è oggi depositato presso l'Archivio Progetti.

L'archivio si svela, dopo più di dieci anni di riordino e fine schedatura, restituendo alla comunità scientifica, un corpus documentale - composto da lastre su vetro, pellicole, negativi, stampe, diapositive, riviste, corrispondenza, raccolti in oltre 5.000 unità archivistiche - fondamentale per lo studio della cultura visiva contemporanea, la storia del design, dell'architettura e dell'arte contemporanea.

Sistematizzare l'archivio significa ricomporre l'ordine invisibile della storia che correla i singoli servizi fotografici con l'evolversi dell'iconicità degli oggetti che segneranno l'affermarsi del Made in Italy. Inoltre, la funzione dell'archivio, in particolar modo, come

questo di Giorgio Casali, apre - per dirla con le parole di Rosalind Krauss - la possibilità di aprire "spazi discorsivi sulla fotografia" del design, molto più ampi; non a caso, questa mostra e catalogo segnano ed incoraggiano l'inizio di una nuova stagione di studi, che stimolano, in particolar modo, l'esplorazione di quegli scatti ancora inediti, non pubblicati.

Curata da Angelo Maggi e Italo Zannier, la mostra si articola attorno a tre nuclei: uno dedicato alle immagini apparse su Domus (e a molte delle sue copertine storiche), uno all'Architettura e una terza al Design. Nel dispiegarsi del percorso espositivo, della prima sezione, i curatori fanno comprendere quanto l'originalità delle immagini di Giorgio Casali, siano il risultato dell'incontro tra due visioni, da un lato quella del fotografo, dall'altra quella di Gio Ponti, architetto-designer e direttore di Domus. La sezione dedicata alle copertine - in mostra, quanto nel catalogo -, illustra come la fotografia (in)forma la costruzione grafica della copertina, spesso data dalla sottile tensione che intercorre tra la stampa in negativo, la selezione dell'inquadratura, il viraggio dei colori, con la stampa originale.

domus

architettura arredamento arte

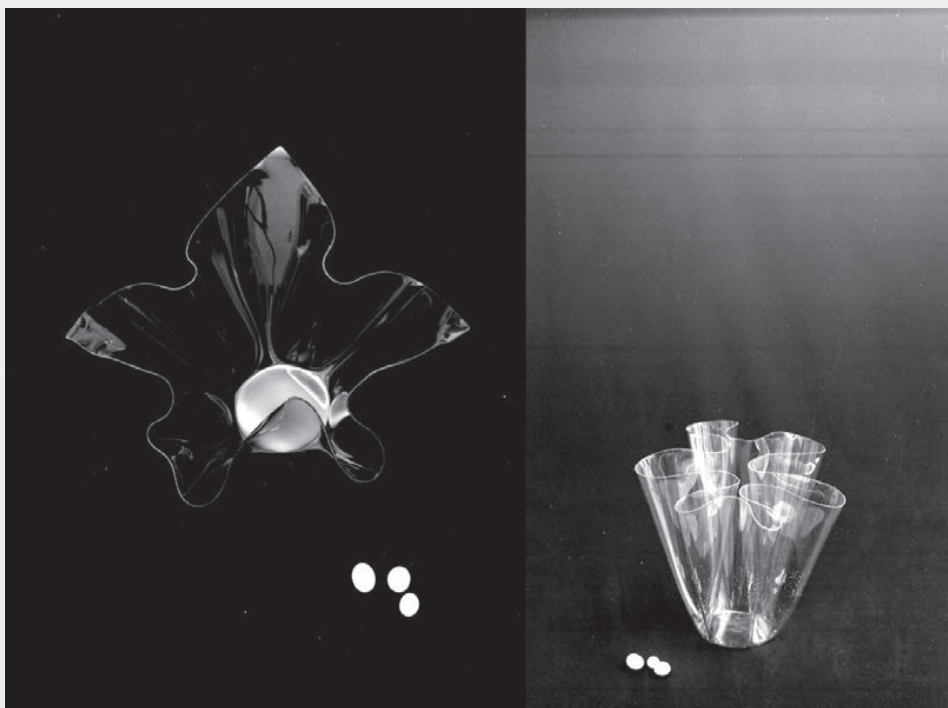
418 settembre 1964



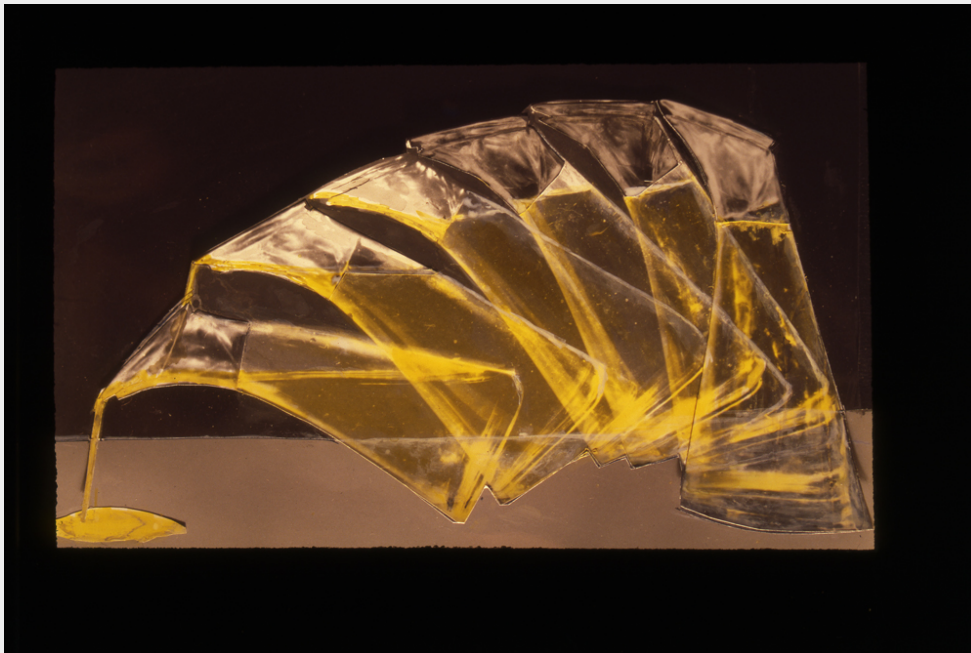
Copertina Domus n. 418, settembre 1964, struttura portante in acciaio cromato della poltrona Fourline di Marco Zanuso © Università Iuav di Venezia - Archivio Progetti, Fondo Giorgio Casali.

Questa lettura critica mette così in luce la cifra della fotografia di Casali, che ha sicuramente saputo far propria la lezione di Gio Ponti e fonderla con le proprie sperimentazioni artistiche. Così, superata la soglia dello sguardo, Casali configura la forma e la tridimensionalità dell'oggetto, sia esso un'architettura o un artefatto, in una sapiente progettazione del rapporto tra luci e ombre, controllando magistralmente le diverse composizioni dei piani prospettici.

Scrivendo Angelo Maggi, "la fotografia è una forma espressiva profondamente progettuale che consente sintesi molto forti e significative", come si può vedere nelle fotografie del Centro Fly a Milano, con fondali op-art o negli scatti dell'oliera Olpe e dei vasi di Angelo Mangiarotti, che in questo caso sembrano delle fotografie "sculture", come le ha definite in una lettera l'architetto-designer Egon Rainer. Al tempo stesso, scatto dopo scatto, Casali possiede quella virtù visiva di saper sintetizzare spazio, forme e attimo in divenire, facendoli diventare espressione della nostra stessa cultura contemporanea.



Vaso a forma libera in plexiglass, designer Angelo Mangiarotti, anni sessanta ©
Università Iuav di Venezia - Archivio Progetti, Fondo Giorgio Casali.



Oliera Olpe, design Angelo Mangiarotti, 1990 © Università Iuav di Venezia - Archivio Progetti, Fondo Giorgio Casali.



Poltrona monoscocca in polistirolo espanso per Cassina, designer Angelo Mangiarotti ©
Università Iuav di Venezia - Archivio Progetti, Fondo Giorgio Casali.

Dati

Mostra, *Giorgio Casali. Photographer / Domus 1951-1983. Architecture, design and art in Italy*

16 febbraio - 5 maggio 2013, Centro Internazionale Scavi Scaligeri, Corte del Tribunale, Verona.

22 maggio - 8 settembre 2013, Estorick Collection of modern Italian art, Londra.

27 maggio - 14 giugno 2013, Archivio Progetti, Università Iuav di Venezia.

Maggi, A. e Zannier, I. (2013). *Giorgio Casali. Photographer / Domus 1951-1983.*

Architecture, design and art in Italy. Catalogo della mostra, Milano: Silvana Editoriale.

Archivio Giorgio Casali, presso l'Archivio Progetti dell'Università Iuav:

<http://www.iuav.it/Ricerca1/centri-e-l/ArchivioPr/pagine-arc/Casali/index.htm>

STORIE DAI MATERIALI D'ARCHIVIO: TRE INIZIATIVE SU MARCO ZANUSO

Alessandra Bosco, Università degli Studi della Repubblica di San Marino

Orcid id 0000-0001-5079-3481

PAROLE CHIAVE

Archivio, Processo, Progetto integrato

Ruotano intorno alla figura dell'architetto e designer milanese Marco Zanuso le tre iniziative organizzate presso la sede dell'Ordine degli Architetti di Milano nella primavera del 2013.

Promossa dall'Archivio del Moderno di Mendrisio che conserva dal 2000, per volontà dello stesso progettista, il suo archivio professionale, la mostra *MZ Progetto integrato*.

Marco Zanuso: design, tecnica e industria è curata da due storici e critici del design, Alberto Bassi e Fiorella Bulegato, con la collaborazione dell'architetto Franco Raggi.

L'ampia opera di Zanuso (1916-2001), interessato a "dare forma attraverso il progetto a quello che chiamo la Complessità" - come sosteneva in un colloquio con Raggi nel 1999 - (Grignolo, 2013, p. 324) è interpretata ed esposta secondo un preciso e specifico punto di vista. I curatori raccontano il suo lavoro come un progetto integrato, riprendendo un

concetto che individua un nuovo approccio alla progettazione apparso nel dibattito architettonico italiano alla fine degli anni cinquanta. Condividendo il significato attribuitogli da Alberto Rosselli, Zanuso interviene al I Congresso nazionale del colore del 1957, a Padova, affermando infatti che la progettazione integrata "pone il designer al centro di una convergenza di energie e di competenze differenziate che si integrano".

E precisa: "è l'integrazione di esigenze tecnologiche sociali ed economiche, di necessità biologiche e di effetti psicofisici di materiali, forma, colore, volume e spazio: è un modo di pensare coordinato e relazionato" (Grignolo, 2013, p. 38).

La selezione dei contenuti e la disposizione degli elementi in mostra, allestita da Franco Raggi e Alessandra Messori con la grafica di Marco Strina, dichiarano in modo coerente ed efficace la scelta dei curatori e la volontà di portare il visitatore a immergersi nella profondità del suo pensiero, nella varietà delle competenze, nelle potenzialità di un architetto-designer così trasversale e indagare sui metodi e sulle dinamiche adoperati, sulle tecniche sperimentate e i processi utilizzati. Si assiste in questo modo a un assaggio dei cospicui e diversi materiali d'archivio: sulle pareti, fotografie di incontri tra i protagonisti del panorama architettonico sono giustapposte alla riproduzione dei disegni delle *triple proiezioni sovrapposte*, rappresentazione trasposta da Zanuso dal mondo dell'industria automobilistica perché identificata come efficiente metodo di verifica bi-tridimensionale della coerenza della forma di un prodotto. Alcuni scatti ritraggono gli addetti alla linea di produzione e lo stabilimento in cui lavorano; una serie di dime e modelli di studio dichiarano le fasi di definizione della morfologia di un oggetto.

I differenti materiali d'archivio esposti incuriosiscono il visitatore e gli consentono di assaporare ciò che solitamente gli è negato: il processo, ciò che sta dietro al prodotto

finito che, invece, in immagini più o meno patinate, è abituato a vedere sulle pagine delle riviste o dei manuali di storia del design.

A materiali dell'Archivio Progetti di Mendrisio sono affiancati i modelli in legno di Giovanni Sacchi, "modellista per il design", provenienti dall'Archivio a lui dedicato a Sesto San Giovanni (Milano), che configurano un passaggio fondamentale per lo sviluppo del progetto dell'architetto: dal telefono *Grillo* alle cornici e agli schermi dei televisori Brionvega.

La lettura trasversale dei documenti porta i curatori alla definizione di tre sezioni che indagano tre principali aree di ricerca: *Tecnologia quotidiana*, *Meccaniche domestiche* e *Abitacoli temporanei*.

In *Tecnologia quotidiana* sono esposti i progetti di oggetti a elevato contenuto tecnico disegnati in relazione alle caratteristiche dei componenti interni e delle tecnologie adottate. Ne sono esempi significativi i prodotti sviluppati con Richard Sapper per Brionvega: dalla filodiffusione, ai primi televisori portatili a transistor, alle radio, oppure i ventilatori per Vortice o ancora il telefono Grillo Siemens, che segna, anticipando la modalità di utilizzo di alcuni apparecchi cellulari, una nuova interazione tra fruitore e dispositivo.

La sezione *Meccaniche domestiche* accoglie progetti del settore dell'arredo connotati dall'attenzione verso l'impiego dei nuovi materiali e la sperimentazione di inedite tecnologie produttive. Rappresentano questa sezione soprattutto le innovative soluzioni elaborate con Pirelli per impiegare, integrandole, struttura metallica, Nastrocord e Gommapiuma nella produzione di imbottiti, da cui nascerà l'azienda Arflex.

Su un tavolo, in posizione centrale, i modelli realizzati dagli studenti del Corso di laurea in Disegno industriale dell'Università Iuav di Venezia/Università degli Studi della Repubblica di San Marino che, attraverso l'analisi dei modelli di studio, hanno ripercorso il processo di affinamento della forma di un prodotto.

Abitacoli temporanei presenta invece le soluzioni di moduli abitativi d'emergenza.

Al limite tra la definizione del dettaglio tipico del design e la scala della progettazione architettonica, sono disegnati da Zanuso per occasioni speciali - come la mostra *Italy: The New Domestic Landscape*, tenutasi nel 1972 al MoMA di New York -, per affrontare circostanze drammatiche come gli eventi sismici o per rispondere a esigenze comuni come fruire di un bagno pubblico.

Sulla parete opposta ai tre spazi tematici una *time-line* illustrata ricostruisce una sintetica cronologia dell'attività del progettista.

Anche il catalogo della mostra, il volume *MZ Progetto integrato. Marco Zanuso: design, tecnica e industria*, sposa le scelte effettuate dai curatori, accompagnando la lettura dei materiali iconografici alla riflessione attraverso saggi di approfondimento di Christian Sumi, Maddalena Scimemi e Fiorella Bulegato, oltre che dei curatori Alberto Bassi e Letizia Tedeschi, direttrice dell'Archivio del Moderno di Mendrisio.

In occasione della mostra si è tenuta una tavola rotonda di approfondimento sulla figura di Marco Zanuso - nella quale si sono confrontati Letizia Tedeschi, Roberta Grignolo, Richard Sapper, Bruno Reichlin, Alberto Bassi e Ennio Brion, moderati da Franco Raggi - ed è stato presentato un altro volume *Marco Zanuso. Scritti sulle tecniche di produzione e di progetto*, a cura di Roberta Grignolo.

La pubblicazione, primo risultato di un progetto di ricerca che vede Reichlin e Tedeschi impegnati insieme a Grignolo nella valorizzazione del fondo dell'architetto, è

Gillo Dorfles del 1971 per Editalia, al volume incentrato sulle ricerche di design *Marco Zanuso* a cura di François Burkhardt, pubblicato da Motta editore nel 1994 e alla pubblicazione *Marco Zanuso. Architetto* curata nel 1999 da Manolo De Giorgi per Skira. *Marco Zanuso. Scritti sulle tecniche di produzione e di progetto* è una raccolta di testi scelti tra saggi, articoli, relazioni a convegni e conferenze, in parte pubblicati e in parte inediti, che dichiara e conferma l'esistenza di un'ampia elaborazione del pensiero da parte di Zanuso, indispensabile per la comprensione della sua personalità e dei suoi progetti.

Ordinati cronologicamente, gli scritti raccontano l'avvicinarsi dei molteplici interessi disciplinari ed extra-disciplinari dell'architetto nelle diverse fasi della sua vita. Due inediti rappresentano in modo esemplare gli scritti della giovane età, quando ancora studente della Facoltà di Architettura dell'allora Regio Politecnico di Milano, si schierava contro l'uso degli elementi formali e retorici, contro l'esasperazione dimensionale dell'architettura da lui definita "falsamente imperiale", sostenendo l'essenziale e il funzionale delle teorizzazioni del Movimento moderno. A testi sull'architettura moderna e sull'evoluzione degli spazi domestici succedono articoli e saggi sulle sperimentazioni di nuove tecniche di produzione in architettura che guidano l'interesse e le ricerche dell'architetto verso il settore industriale meccanico e manifatturiero pronto, a differenza del settore edilizio, ad accettare le logiche di standardizzazione e razionalizzazione provenienti dall'estero. Ecco allora i tanti scritti capaci di rappresentare la complessità del lavoro dell'industrial designer nei suoi rapporti con le tecniche, i materiali e i processi come nel confronto diretto con la committenza, gli industriali, i tecnici di fabbrica e i tappezzieri per la produzione di un artefatto, in una concezione "collettiva" del progetto di cui Zanuso scrive in modo entusiasta.

I progetti scandiscono e guidano una narrazione leggibile su più livelli. Accanto e all'interno delle precise e dettagliate relazioni di progetto, il lettore può infatti trovare più o meno esplicitate, ma sempre espresse in modo acuto, riflessioni sul contemporaneo e stimolanti visioni di scenari dove aspetti economici e sociali si intrecciano a problematiche tecniche e industriali in cui l'uomo, posto al centro, è messo in continua discussione alla ricerca di un protagonista consapevole e critico sugli eventi. Scritti più accademici sulla progettazione integrata, la progettazione sistemica, il processo progettuale e la cultura industriale rappresentano i contributi corrispondenti alla fase della maturità. Chiude la raccolta, in modo forse inaspettato, la pubblicazione di due tra le molteplici interviste di cui è stato protagonista Zanuso. La scelta, anche suggerita dalle figlie dell'architetto - spiega Roberta Grignolo - presenta al lettore il grande carisma, lo spirito e i modi di argomentare propri della persona.

La raccolta assume dunque un duplice valore per la comunità di studiosi ponendosi allo stesso tempo come rilettura scientifica delle idee e dei progetti di uno dei maestri dell'architettura e del design di ogni tempo e come testimonianza trasversale dei temi e delle ragioni discusse e affrontate nel dibattito architettonico italiano della seconda metà del ventesimo secolo, uno dei periodi ritenuti di maggiore interesse dalla critica italiana e internazionale.

L'antologia anticipa la pubblicazione di una monografia completa con l'intero regesto dell'attività di Zanuso che accompagnerà un'ampia mostra monografica, programmata per il 2015 a Lugano e che mira a ricostruire ancora più compiutamente la sua attività.

Complessivamente le tre iniziative si propongono come un'opportunità di riflessione sulla figura di uno dei maggiori progettisti italiani e, trasversalmente, come occasione di valutazione e rivalutazione dell'importanza dei materiali di archivio che permettono di far conoscere il lavoro di un architetto-designer nella sua complessità, raccontando contemporaneamente più storie, capaci di incuriosire e coinvolgere il visitatore che da un lato si confronta direttamente con il vissuto dell'autore, dall'altro scopre, celate tra i documenti, storie di innovazione, di tecniche, di economia e di industria che, in parallelo, concorrono a ricostruire parti di una più importante storia.



MZ Progetto integrato. Marco Zanuso: design, tecnica e industria, 9-30 aprile 2013, Ordine degli Architetti della Provincia di Milano. Foto di Stefano Suriano



MZ Progetto integrato. Marco Zanuso: design, tecnica e industria, 9-30 aprile 2013, Ordine degli Architetti della Provincia di Milano. Foto di Stefano Suriano

Dati

MZ Progetto integrato. Marco Zanuso: design, tecnica e industria, 9-30 aprile 2013, Ordine degli Architetti della Provincia di Milano.

Alberto Bassi, Letizia Tedeschi (a cura di), *MZ Progetto integrato. Marco Zanuso: design, tecnica e industria*, Mendrisio Academy Press, Silvana Editoriale, Mendrisio, 2013.

Roberta Grignolo (a cura di), *Marco Zanuso. Scritti sulle tecniche di produzione e progetto*, Mendrisio Academy Press, Silvana Editoriale, Mendrisio, 2013.

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE
VOL. 1 / N. 2
OTTOBRE 2013

PALINSESTI
