

“LO STILE PRESENTE”

La seconda puntata dell'analisi del design italiano

Fiorito nei ducati, nelle repubbliche, contee e marchesati, i piccoli stati indipendenti in cui l'Italia era frantumata, il Rinascimento può essere considerato come il manifestarsi precoce di una vocazione tutta italiana per uno sviluppo policentrico delle culture.

Prima della grande pestilenza che colpì l'Italia nel 14° secolo, si contavano nella nostra penisola 7 città con più di 100.000 abitanti, dimensione che in tutto il resto dell'Europa avevano solo Parigi e Marsiglia.

Quella moltitudine di principi, di corti, di palazzi e castelli con le proprie lingue, i propri artisti, la propria cucina, le proprie usanze, si sente ancora oggi nell'Italia contemporanea, anche se la nostra penisola è stata squassata, negli ultimi decenni, dal formidabile effetto unificante e livellatore della guerra,

dell'auto mobile, della televisione e delle migrazioni interne ed esterne indotte dalle rapidissime concentrazioni industriali e dallo sviluppo turistico. Effetto unificatore assai più efficace della stessa unità politica nazionale, troppo recente per cancellare in sole quattro generazioni, o quattro uomini per usare un'espressione cara a Andrea Branzi, le tracce di un assetto antico di dieci secoli. Lo stile è l'uomo.

La casa è l'uomo. 'Tel le logis', 'Tel le maitre', sono celebri detti; dice Mario Praz in "La filosofia dell'arredamento" del 1964: "... forse più ancora della pittura, della scultura e perfino dell'architettura, il mobilio rivela lo spirito di un'epoca ...".

E ciò è tanto più significativo per lo stile italiano, testimonianza di un "uomo" e di un "epoca" le cui storie, recente e antica, sono tanto singolari e complesse.

Questo nuovo stile italiano nasce così, apparentemente, solo trenta anni fa dalle ceneri e dall'intraprendente entusiasmo di una società e di un'industria uscite sconfitte e distrutte dall'ultima grande guerra; esso si forma senza le certezze (spesso dogmatiche e demagogiche) di una scuola di disegno industriale, o di una scuola di interior design che in Italia praticamente (e fortunatamente) non sono mai esistite; ma con il significativo e solido riferimento di una scuola di architettura, la sola capace di radicare e contestualizzare quella fragile e rozza cultura dell'industrial design ancora oggi alla ricerca, e io credo invano, di una impossibile autonomia disciplinare. Esso nasce soprattutto dall'innesto su una particolare "cultura industriale" come quella italiana, ancora profondamente radicata in un fitto tessuto artigianale e di piccola industria di altissima qualità e creatività.

Un altro fattore caratterizzante è stato il particolare clima creatosi tra le due guerre in Italia a causa dello scontro-incontro tra la cultura italiana del Novecento e quella europea del Razionalismo, tra ideali classici e istanze di avanguardia, tra aura metafisica e linguaggio funzionale della tecnica. Scontro-incontro carico di un grande potenziale dialettico, che ha liberato con alterni accenti le sue valenze dal dopoguerra.

Questo stile italiano muove dunque i primi passi negli anni '50 con la Vespa, con le fuoriserie di Pininfarina o le mitiche Ferrari, con le macchine per scrivere Olivetti di Nizzoli, con gli ottimistici transatlantici, con gli oggetti, gli arredi e gli allestimenti di Albini, Castiglioni, Gardella, Zanuso, ecc. Metafora di uno stile senza stilemi, reso leggero e agile dall'assenza di una tradizione abbastanza recente per essere ancora soffocante, ma nutrito ancora dalla presenza di una grande tradizione abbastanza antica per essersi trasformata in una ricca cultura del comportamento, esso supererà prima le minacce dello "stile scandinavo" (presto esaurito nell'impossibile sogno di farsi interprete della tradizione razionalista in chiave produttivistico-artigianale) e si affermerà quindi, dalla metà degli anni '60, come lo stile del non stile, lo stile della ricerca, dell'invenzione e dell'innovazione; lo stile delle sperimentazioni tipologiche, linguistiche, tecnologiche e persino come lo stile dell'anti-design, del design radicale; lo stile del ritorno agli stili, sfiorando talvolta il rischio peggiore (anche se in misura minore che in molti altri paesi), l'involuzione nello stile-design. Cresce e si sviluppa così questo stile italiano, in un reciproco gioco di causa e effetto con l'industria sempre più consapevole e intraprendente, con un marketing sempre più intelligente e responsabile, con un gusto e una cultura del consumo e dell'abitare più diffusi, più raffinati e più spregiudicati; con un disegno e una produzione della moda che nell'ultimo decennio si sono affermati come leaders mondiali; con una gamma di pubblicazioni su moda, product-design, arredamento e architettura che superano l'insieme di quanto è pubblicato nel resto del mondo. Lo stile italiano è anche mancanza di rispetto per il principio di autorità, per l'autorità del cliente o la demagogia del consumatore, per l'autorità delle ideologie dominanti, per le tecnocrazie o la vacua arroganza della "metodologia", e mancanza di rispetto per l'autorità degli stili e naturalmente per lo "stile-design" ironico sottoprodotto involontario dell'ingenua rivolta puritana contro la "vanità delle forme e della decorazione". Lo stile italiano non è uno stile; uno stato di grazia che tiene da più di trent'anni, un lievito ormai diffuso nello stile di vita di quella società che lo ha generato.